

Plan Estratégico de Mercasa 2025-2029: una apuesta por el liderazgo de la Red de Mercas con la sostenibilidad y la logística como ejes

La empresa pública resalta su papel esencial al servicio de la cadena alimentaria para garantizar el acceso de productos frescos a toda la población



El presidente de Mercasa informa a la plantilla sobre el nuevo Plan Estratégico: "Esto es mucho más que un plan a cinco años. Tras casi 60 años de historia de Mercasa, queremos sembrar lo que debe ser la Red de Mercas del futuro. Vamos a innovar y poner las luces largas: ser aliados de la transformación de la movilidad en las ciudades, subir las mercancías al tren o buscar nuevas fórmulas de eficiencia energética"

La empresa pública Mercasa acaba de lanzar su segundo plan estratégico, aprobado el pasado 29 de enero por el Consejo de Administración de SEPI, con una clara visión y apuesta de futuro para impulsar el liderazgo de la Red de Mercas estatal. Mercasa, que gestiona toda la red pública de 24 mercados mayoristas como socio experto de las entidades locales, proyecta avanzar en sostenibilidad, innovación, logística y nuevos modelos de negocio que aporten valor a la Red y, con ella, a toda la cadena agroalimentaria.

El nuevo Plan Estratégico 2025-2029, que tiene precisamente como propósito actuar "al servicio de la cadena alimentaria", recoge nuevas líneas de acción

para ser referentes en movilidad sostenible, distribución de última milla o eficiencia energética, siempre con el objetivo de garantizar el acceso de alimentos frescos a la población en todo el territorio con vocación de servicio público. Para ello, Mercasa proyecta seis líneas estratégicas: el fortalecimiento del modelo de negocio, la sostenibilidad, la excelencia en la gestión, la transformación digital, el posicionamiento institucional y la apuesta por el talento, con un total de 21 objetivos estratégicos para los próximos 5 años.

"Después de casi 60 años de historia de Mercasa, este Plan Estratégico es mucho más que un proyecto a cinco años. Con este Plan queremos sembrar lo que

debe ser la Red de Mercas del futuro e impulsar su evolución hacia un modelo cada vez más sostenible, innovador y competitivo”, afirma su presidente, José Miñones.

En esta línea, Mercasa quiere seguir avanzando en su presencia indefinida en la red de 24 mercas distribuidas por toda España, así como mejorar las infraestructuras con inversiones y con ampliaciones de terreno en mercas clave a lo largo del territorio.

NUEVAS LÍNEAS DE NEGOCIO

En lo referente a la prospección de nuevas líneas de negocio, la empresa inicia proyectos piloto para que las mercas actúen como centros logísticos para la distribución de última milla a los mercados, tiendas de tallistas y hostelería en los cascos históricos o zonas de bajas emisiones de las ciudades, con un modelo eficiente y sostenible. Precisamente el asesoramiento e impulso de los mercados municipales es otra de las líneas que la empresa quiere explorar en los próximos años. En el fortalecimiento del modelo de negocio y la movilidad sostenible es clave también la sinergia y el acoplamiento de la Red de Mercas con el trazado de los corredores Atlántico y Mediterráneo.

“Hablamos de que desde Mercasa queremos ser aliados y vecinos comprometidos en la transformación de la movilidad y distribución de las ciudades, hablamos de subir las mercancías al tren, de buscar nuevas fórmulas para avanzar en eficiencia energética, de tomar nos muy en serio la gestión de residuos... en definitiva, de poner las luces largas y ser conscientes de que nuestro papel es muy relevante en la transformación de la cadena agroalimentaria española, en la que la Red de Mercas es un referente mundial de gestión pública”, destaca José Miñones.

La sostenibilidad es un eje transversal en todo el Plan Estratégico 2025-2029 de Mercasa, con planes de descarbonización, instalación de nuevas estaciones de carga eléctrica, aprovechamiento de residuos orgánicos o reutilización y reciclaje de materiales. En la actualidad la Red de Mercas cuenta ya con casos de éxito en muchas de estas políticas de sostenibilidad y trabaja con entidades como los Bancos de Alimentos o Ecoembes para luchar contra el desperdicio alimentario o impulsar el reciclaje de materiales.

En los próximos cinco años Mercasa avanzará también en aspectos como modelos de excelencia en la gestión, digitalización, automatización de los datos o

ciberseguridad. Los datos y la información de la que dispone Mercasa, y su papel referente como la mayor red pública de mercados mayoristas de alimentos frescos del mundo, hacen que uno de los objetivos del Plan Estratégico que destaca su presidente sea también “su posicionamiento y la difusión de conocimiento en el sector y de cara a la población”. Para ello impulsará las relaciones con instituciones, entidades, empresas y el mundo universitario, así como el impacto en el territorio de sus publicaciones de referencia, Distribución y Consumo y Alimentación en España.

FORMACIÓN, CAPTACIÓN Y GESTIÓN DE TALENTO

Otro de los retos de futuro que traslada el presidente de la empresa pública, José Miñones, es “la formación y la captación y gestión de talento”, ya que “el equipo de trabajo y las personas siempre son el mayor valor que tiene Mercasa”. En este ámbito, el Plan Estratégico pone “especial atención en el talento femenino”. Mercasa, que actualmente cuenta con un 66% de mujeres en su plantilla y un 50% en su Comité de Dirección, pondrá en marcha el programa Impulsa Ella para seguir avanzando en este camino.

La empresa ve clave garantizar el carácter estatal de la Red de Mercas a través de Mercasa también “como servicio esencial en situaciones de emergencia, un aspecto que se puso de manifiesto en momentos como la pandemia y se ha visto reforzado en los últimos meses en catástrofes como la DANA en la Comunidad Valenciana”, donde Mercasa ha sido habilitada por el Gobierno a través del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la distribución alimentaria en las zonas afectadas.

“El objetivo es alcanzar la excelencia y la competitividad en un sector en el que la gestión pública es esencial para garantizar el acceso de toda la población a una alimentación de calidad”, resalta José Miñones. Con este nuevo Plan Estratégico, Mercasa busca afianzar su experiencia e influencia en la Red de Mercas. Esta red alimenta a más de 30 millones de personas, con 22.800 millones de euros de facturación, lo que supone un 1,56% del PIB. Actualmente, el 70% de las frutas y verduras y el 50% de la carne y el pescado que se consumen en España pasan por la Red de Mercas, en la que se producen más de 110.000 transacciones diarias de productos frescos, moviendo cerca de 16,5 millones de vehículos al año. ■