



**mercabarna**

Edita  
Mercados de Abastecimientos  
de Barcelona, SA  
Major de Mercabarna 76  
Centre Directiu, 5a planta  
08040 Barcelona  
T. 935 563 000  
mb@mercabarna.cat

Ilustraciones  
Inès Lorenceau

Fotografías  
Pere Cots  
Rubén Cruz  
Sergio Ruiz  
Toni Galitó

Concepto y diseño  
Bildi Grafiks  
[www.bildi.net](http://www.bildi.net)

Impresión  
Nova Era Publications

© textos, ilustraciones y fotografías,  
sus respectivos autores o  
derechohabientes

Esta publicación no puede ser  
reproducida, almacenada o transmitida,  
ni total ni parcialmente, de ninguna  
manera ni por ningún medio sin  
la previa autorización del editor.

Depósito Legal: 12231-2019

Esta memoria ha sido impresa  
con papel procedente de bosques  
gestionados de manera sostenible.

Mercabarna,  
al ritmo de una ciudad

Memoria  
de sostenibilidad  
2018



Qué queremos ser, hacia dónde queremos ir

#### MISIÓN

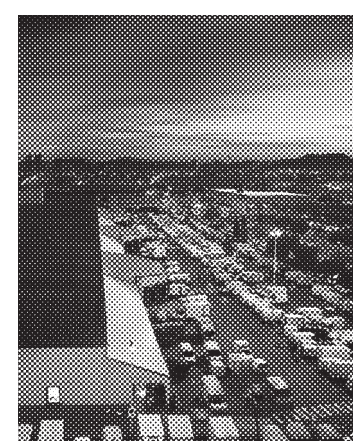
Mercabarna tiene por objetivo garantizar el funcionamiento eficiente y responsable de la cadena de abastecimiento de alimentos frescos al eslabón mayorista, aportando valor económico y social.

Mercabarna, SA, lleva a cabo esta labor mediante la gestión de las infraestructuras del recinto; la promoción de la actividad económica; la prestación de servicios que facilitan la labor de las empresas ubicadas en la Unidad Alimentaria; el establecimiento de controles que garantizan la seguridad alimentaria, y el compromiso con la sociedad y el entorno.

#### VISIÓN

Mercabarna es el principal canal de comercialización de productos de la agricultura, la ganadería y la pesca del país, así como fuente de abastecimiento del comercio de proximidad. Además, quiere convertir Barcelona en la ciudad europea más importante en el comercio internacional de alimentos frescos con el establecimiento y consolidación del Hub Alimentario del Mediterráneo.

Su espíritu dinámico e innovador también la empuja a situarse como referente en el impulso de clústeres de empresas, de iniciativas medioambientales o de innovación en los campos científico, social y logístico, entre otros.



#### VALORES

La vocación de servicio de Mercabarna se sustenta en tres valores:

#### Motor económico de Barcelona y Cataluña

Mercabarna, SA, impulsa la competitividad, la innovación empresarial, la generación de sinergias y las economías de escala y de concentración en la Unidad Alimentaria como ejes estratégicos de progreso.

Este impulso continuado ha convertido Mercabarna en la puerta de entrada estratégica de alimentos procedentes de Cataluña, de España, del área del Mediterráneo y de países del hemisferio sur, con destino al mundo entero.

Mercabarna es también uno de los principales dinamizadores del sector alimentario local, del comercio y de la restauración. Los 7.500 puestos de trabajo directos que crean las más de 700 empresas de Mercabarna ponen de manifiesto la relevancia de este polígono alimentario para la economía local.

#### Garante de salud para los ciudadanos de Cataluña

Mercabarna desempeña un papel clave en el acceso de la población a una amplia variedad de alimentos frescos, base de nuestra dieta mediterránea, con la mejor relación calidad-precio.

Otro factor clave para la salud, como es la seguridad alimentaria, está garantizado en el recinto gracias a la labor de control que lleva a cabo la Agencia de Salud Pública de Barcelona.

Y como impulso extra a la dieta mediterránea, Mercabarna organiza programas educativos dirigidos a los niños para fomentar hábitos alimentarios saludables.

#### Garante de valores sociales

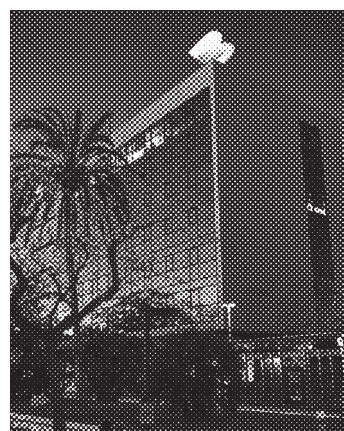
Además de la promoción de hábitos de alimentación saludables, Mercabarna lucha contra el despilfarro alimentario en la Unidad Alimentaria; fomenta la formación de calidad, el empleo y la inserción de personas en riesgo de exclusión; desarrolla proyectos para reducir el impacto ambiental de sus acciones promoviendo el respeto por el medio ambiente, y coopera con entidades de acción social.



#### Quiénes somos, servicios

##### Qué es Mercabarna

Mercabarna es el principal proveedor de alimentos frescos de Cataluña.



La razón de ser de este polígono de empresas alimentarias es abastecer de alimentos frescos de calidad a los diez millones de personas que viven en su área de influencia directa, que se extiende hasta el sur de Francia y el norte de Italia. Como nexo de unión entre la producción y el comercio minorista, su objetivo es aportar valor a los productos alimentarios adaptándolos a las necesidades de los comerciantes y consumidores y asegurar el funcionamiento de la cadena de distribución de alimentos frescos.

Mercabarna es un mercado de mercados donde se aprovisiona el comercio de proximidad, como son los mercados municipales, los supermercados y las tiendas de barrio; también el sector de la restauración y las empresas que facilitan comidas a colectivos. Está en funcionamiento 24 horas al día para dar servicio a los miles de profesionales del sector agroalimentario que en él confluyen.

Enclavada en la Zona Franca, en los límites de la ciudad de Barcelona, esta 'ciudad alimentaria' ofrece unas conexiones óptimas para el tráfico de mercancías: al lado del puerto y del aeropuerto, y muy bien conectada con la red vial y ferroviaria.

En Mercabarna están ubicadas unas 700 empresas trabajando en competencia directa. Esta competencia propicia un grado de especialización elevado, favorece la concentración de una gran y variada oferta de productos de calidad y es determinante para establecer el precio más competitivo para los consumidores.

##### Servicios de Mercabarna, SA

La principal labor de Mercabarna de Abastecimientos de Barcelona (Mercabarna), SA, la sociedad gestora del recinto, es organizar de forma eficiente esta 'ciudad alimentaria' situada en Barcelona junto con Mercabarna-flor, el mercado mayorista de flores, plantas y complementos ubicado en Sant Boi de Llobregat. Primero, comercializando los espacios a empresas alimentarias, en el recinto de la Zona Franca, o del sector de la flor. Y segundo, favoreciendo que estas empresas encuentren en Mercabarna el ecosistema idóneo para desarrollar sus proyectos.

Esto pasa por garantizar el buen funcionamiento del polígono y ofrecer los servicios que requiere su actividad cotidiana: reglamentación, vigilancia, limpieza, gestión de residuos, mantenimiento de las instalaciones y obras de mejora de las infraestructuras, entre otros.



Sin embargo, Mercabarna, SA, también impulsa acciones que contribuyen al progreso de las empresas instaladas en el recinto y del sector alimentario en general, como la formación en el ámbito alimentario, la innovación, campañas de promoción de hábitos saludables...

La seguridad alimentaria también es un aspecto a garantizar en Mercabarna. Por este motivo, la Agencia de Salud Pública de Barcelona destina en el recinto un equipo de veterinarios y personal de apoyo que vigila el cumplimiento de las normas sanitarias y vela por la salubridad de los alimentos frescos.

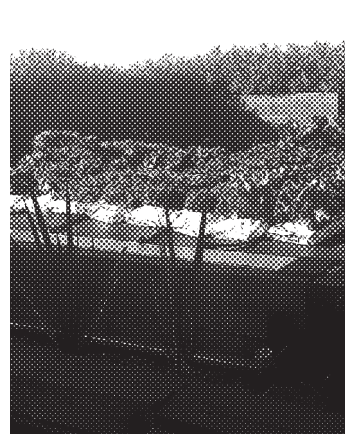
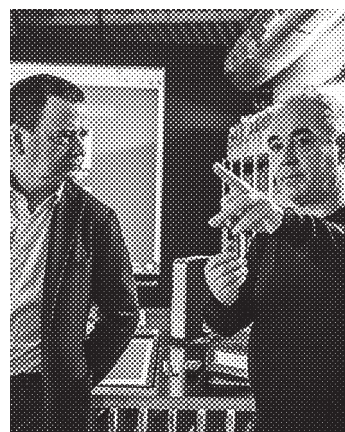


##### Mercabarna mira al futuro

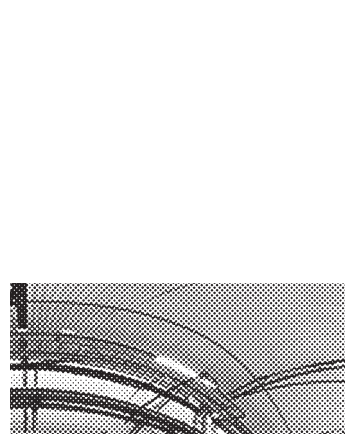
La adaptación a los intereses de la sociedad debe ser una de las máximas de toda empresa. Más aún si se trata de una empresa de interés y capital público como Mercabarna, SA.

Por este motivo, Mercabarna, SA, ha puesto en marcha durante 2018 una serie de iniciativas que contribuirán a la evolución del sector alimentario y servirán para seguir liderándolo en las próximas décadas.

Como el futuro Biomarket, cuya primera piedra se puso en noviembre de 2018. Durante 2019 se avanzará en la construcción de este mercado mayorista de alimentos ecológicos, un equipamiento pionero en el Estado español.



En clave de futuro debe entenderse también el Observatorio de Tendencias, que desde 2015 orienta a las empresas para que se adapten a las necesidades presentes y futuras de sus clientes a partir de la elaboración e interpretación de estudios de consumo. Unos de los resultados de este empeño es el proyecto Innofood, que en 2018 ha impulsado tres start-ups que han desarrollado proyectos para dar respuesta a nuevas tendencias de consumo detectadas en el ámbito alimentario. Y los premios Mercabarna Innova, que han reconocido también a las propuestas más innovadoras de algunas empresas del recinto.



## Mercabarna, al ritmo de una ciudad

### Memoria de sostenibilidad 2018

#### Mercabarna en cifras

Empresas conforman la Unidad Alimentaria

700

Toneladas de productos comercializados por las empresas de la Unidad Alimentaria

2.200.000

Consumidores en el ámbito de influencia

10.000.000

Trabajadores directos en la Unidad Alimentaria

7.500

Usuarios diarios de la Unidad Alimentaria

23.000

Vehículos acceden cada día al recinto

14.000

Trabajadores de Mercabarna, SA

141

Toneladas de residuos anuales comerciales e industriales

34.179

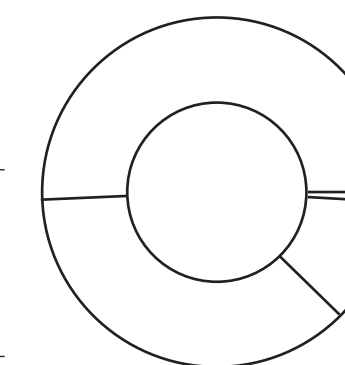
Volumen de reciclaje

76%



Mercabarna es el principal proveedor de alimentos frescos de Cataluña.

#### Accionistas



50.69%  
Barcelona de Serveis Municipals, SA

0.36%  
Autocartera

12.16%  
Consejo Comarcal del Barcelonès

36.79%  
Empresa Nacional Mercasa





# MERCABARNA, AL RITMO DE UNA CIUDAD

Quiénes somos, servicios  
Qué queremos ser,  
hacia dónde queremos ir  
Mercabarna, en cifras  
**Sobrecubierta**

Presentaciones  
institucionales  
**P7**

Datos de  
comercialización  
y accesos  
**P11**

Mercabarna  
ética  
**P17**

Mercabarna  
profesional  
**P33**

Mercabarna  
segura  
**P41**

Mercabarna  
dialogante  
**P49**

Mercabarna  
competitiva  
**P57**

Mercabarna  
referente  
**P73**

Mercabarna  
innovadora  
**P89**

Mercabarna  
comprometida  
**P113**

Mercabarna  
próxima  
**P129**

Mercabarna  
verde  
**P145**

Gestión económica  
responsable  
**P161**

Alcance y  
cobertura  
**P169**

# Barcelona y Mercabarna, ciudades inclusivas

**Ada Colau Ballano**  
Alcaldesa de Barcelona

Construir una ciudad más inclusiva, más justa y más democrática solo será posible si estamos convencidas de que acabar con las desigualdades es una estrategia ganadora.

Mercabarna, uno de los mercados mayoristas de alimentación más importantes del mundo, trabaja de manera incansable para alimentar nuestra ciudad con productos saludables y de calidad. Y esta tarea va más allá de su misión empresarial de gestionar la Unidad Alimentaria. Mercabarna nos nutre de iniciativas que fomentan la igualdad de oportunidades, la competitividad y la justicia social.

De 2018 destacan varias iniciativas en las que Mercabarna ha demostrado su voluntad para conseguir una sociedad más justa. Forma parte del Acuerdo Ciudadano por una Barcelona Inclusiva, que integran 700 entidades de la ciudad, y de la Red por el Derecho a una Alimentación Adecuada. Con la participación ciudadana y el consenso entre los agentes sociales, lucha contra el despilfarro de alimentos y garantiza el derecho de las personas a una alimentación saludable.

Este 2018 se ha adherido al decálogo Alimentación Sin Desperdicios, una iniciativa que también quiere sensibilizar a la sociedad contra el desperdicio alimentario. Y, a finales de 2018, ha iniciado los trámites para firmar el Pacto Mundial de Naciones Unidas, que lucha por un crecimiento consciente y responsable, basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

También debemos destacar entre los hitos de este 2018 el inicio de la construcción del mercado mayorista de alimentos frescos ecológicos, con el

objetivo de dar respuesta a un territorio grande y con alta demanda como es el Área Metropolitana.

Tanto el Ayuntamiento de Barcelona como Mercabarna estamos al servicio de una ciudad que quiere ser innovadora, ética, dialogante, dinámica, comprometida y sostenible. Estas serán nuestras herramientas y con ellas haremos frente a los retos de hoy y de mañana. Y lo haremos colaborando y generando espacios donde todos puedan desarrollar su proyecto. Solo así nos consolidaremos como referentes en materia económica y social. Y lo haremos de la mano, caminando juntos y trabajando en red.



# Apreciar los mercados es apreciar Mercabarna

## **Agustí Colom Cabau**

Concejal de Turismo, Comercio y Mercados del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de Mercabarna

El comercio de proximidad imprime carácter a la ciudad y es una importante fuente de riqueza económica y social. En este ecosistema genuinamente barcelonés destaca la extensa red de mercados municipales que ayudan a hacer barrio y a construir una ciudad próxima. Mercabarna desempeña un papel central en la conservación de este tejido comercial, ya que es su principal fuente de aprovisionamiento. Tanto es así que durante este ejercicio se han batido récords de actividad y se han superado los 2,2 millones de toneladas de alimentos comercializados.

De Mercabarna salen los alimentos frescos, variados y de calidad que luego compramos en el mercado, el colmado o el pequeño supermercado al lado de casa. Esta relación entre el comercio mayorista y minorista aporta un gran valor a la ciudad y a nuestra ciudadanía y nos erige en ejemplo internacional.

Gracias a este prestigio, en 2018 Mercabarna fue elegida para organizar la conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM). Y lo hizo en el marco de la feria Alimentaria, dos acontecimientos que convirtieron Barcelona en la capital de la alimentación y la gastronomía.

En el marco de esta conferencia, se reunieron responsables de mercados mayoristas y minoristas de todo el mundo para debatir sobre temas fundamentales en materia de sostenibilidad. La lucha contra el despilfarro, la gestión de los residuos, la promoción de la alimentación saludable... aspectos trascendentales para nuestro planeta, que requieren la implicación y el trabajo en red de instituciones, empresas y ciudadanía.

Desde hace años, Mercabarna ya se encuentra en el camino de la sostenibilidad. Por este motivo hemos plantado en 2018 la primera semilla del Biomarket, un mercado pionero en España y en Europa que dará sus frutos en 2020. Se trata de una apuesta por un sector económico en crecimiento que acerca los productos ecológicos y de proximidad a la ciudadanía, al sector minorista y a la restauración.

En definitiva, la alianza de Mercabarna y los mercados de Barcelona hace posible que se mantenga la esencia de todo lo que somos como ciudad –la gente, la cultura, los oficios, la cocina, la tradición– y que a su vez podamos seguir mirando adelante y adaptándonos a los nuevos tiempos.



# Mercabarna y su compromiso con las personas y el entorno

**Josep Tejado Fernández**

Director general de Mercabarna

La responsabilidad social corporativa (RSC) define la estrategia de Mercabarna y las políticas que de ella se derivan.

De hecho, la Memoria de sostenibilidad parte del compromiso de Mercabarna con la sociedad y su entorno y se convierte en un ejercicio de transparencia que nos sirve para analizar el impacto de nuestras acciones. Este es el segundo año que elaboramos este tipo de informe a partir de los indicadores de la Global Reporting Initiative (GRI), la institución internacional que establece los criterios de estudio de la responsabilidad social corporativa en las organizaciones.

Mercabarna se rige por criterios de transparencia y nos esforzamos en analizar y valorar con espíritu crítico lo que hacemos y sus efectos. Por ello, realizamos un estudio de nuestra actividad, que ponemos en relación con los objetivos globales de la empresa. Esta tarea nos permite identificar los retos y oportunidades y estar atentos a las desviaciones y riesgos. Por tanto, esta Memoria es una herramienta que nos ayuda a convertir Mercabarna, en una ciudad más eficiente, más competitiva, más sostenible, más innovadora, más solidaria. En definitiva, una 'ciudad alimentaria' mejor para las personas y para su entorno.

Todo ello se materializa en iniciativas concretas que tienen un impacto positivo en la sociedad. En este ejercicio destaca la creación de la primera Universidad de Verano de Mercabarna, en la que profesionales, investigadores y estudiantes debatieron sobre la sostenibilidad en la cadena agroalimentaria. También se ha dado continuidad a la labor de los Servicios de Formación y las cápsulas formativas para colectivos en riesgo, que han seguido formando a especialistas del

sector agroalimentario, y se ha inaugurado la nueva Aula del Fresco.

El impulso de la formación se ha complementado con la creación de ocupación a través de las Becas Mercabarna, y el reconocimiento a la innovación de las empresas se ha materializado en los premios Mercabarna Innova y en el apoyo a proyectos emprendedores de la mano del programa Innofood.

Seguimos centrando esfuerzos en la lucha contra el despilfarro de alimentos, donde destaca la implicación de las empresas en la aportación de producto fresco al Banco de Alimentos y la sensibilización de la población mediante diferentes acciones.

La difusión de los hábitos de vida saludable es otro de nuestros rasgos identitarios a través de iniciativas como las campañas educativas, el campus de verano para niños vulnerables, la 4.<sup>a</sup> Carrera Mercabarna o las colaboraciones solidarias.

En esta breve presentación, no quiero dejar de mencionar los resultados económicos y de comercialización de 2018, en que hemos vuelto a batir récords. En definitiva, la información de las siguientes páginas muestra el dinamismo de una Mercabarna consolidada que pone a las personas en el centro de su estrategia.





# Datos de comercialización y accesos

Comercialización (toneladas de alimentos)

2.280.499

Comercialización (% respecto el 2017)

↑5%

En 2018 las empresas de Mercabarna han comercializado 2.280.499 toneladas de alimentos, un 5% más que en 2017. Esta variación positiva se debe al aumento en la comercialización de las empresas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y de la Zona de Actividades Complementarias.

## MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Durante 2018 se ha comercializado 1.176.292 toneladas de frutas y hortalizas, un 2,3% más que en el ejercicio anterior. El precio medio ha bajado un 1,9%, situándose en los 0,89 €/kg. Esto se debe a la bajada del precio de productos como las setas.

AÑO	TONELADAS	PRECIO MEDIO
2015	1.062.590	0,87 €/kg
2016	1.105.692	0,92 €/kg
2017	1.150.169	0,91 €/kg
2018	1.176.292	0,89 €/kg

Récord de comercialización

# 1.176.292 t

Precio medio

# ↓1,9%

### Frutas

Las frutas han experimentado un crecimiento del 2,4% en el volumen comercializado y del 3,8% en la cotización media. En valores absolutos, ello se traduce en la venta de 537.291 toneladas de frutas a un precio medio de 1,17 €/kg.

### Hortalizas

El peso de las hortalizas continúa creciendo en el global del Mercado, ya que se han comercializado un 4,2% más que en 2017. En total, se han vendido 623.847 toneladas a 0,60 €/kg, el mismo importe medio registrado en el ejercicio anterior. Destaca especialmente el aumento de las ventas del pepino (+9,4%), la berenjena (+7,5%) y la judía (+32,5%).



Plátano	Naranja	Sandía	Melón	Manzana
137.551 t	71.514 t	35.656 t	35.219 t	29.190 t



Patata	Tomate	Cebolla	Lechuga	Pimiento
249.751 t	81.994 t	49.076 t	39.815 t	32.961 t

### Orígenes del producto fresco

Los productos nacionales dominan el Mercado y representan el 72,6% del total comercializado, un 1,5% más que en el ejercicio anterior. El 27,4% restante es de importación.

### Exportaciones

El volumen de exportaciones de frutas y hortalizas se sitúa cerca del 35% del total comercializado.

Producto nacional

# 72,6%

Principales orígenes

18,2% Andalucía  
14,9% Com. Valenciana  
13% Cataluña  
7,2% Murcia

Importación

# 27,4%

Principales orígenes

12,9% Francia  
3% Ecuador  
1,8% Holanda  
1,5% Otros, América (mayoritariamente, Perú)

## MERCADO CENTRAL DEL PESCADO

Durante este ejercicio, el volumen de comercialización del Mercado Central del Pescado ha presentado prácticamente las mismas cifras que en el año anterior (-0,1%), mientras que su cotización media ha aumentado un 2,1%. En total, en 2018 se han vendido 69.576 toneladas a un precio medio de 7,73 €/kg.

AÑO	TONELADAS	PRECIO MEDIO
2015	73.288	7,03 €/kg
2016	70.974	7,51 €/kg
2017	69.662	7,57 €/kg
2018	69.576	7,73 €/kg

Total vendido en 2018

# 69.576 t

Precio medio

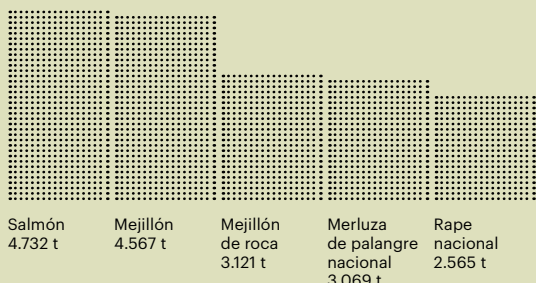
# ↑2,1%

### Producto fresco

El producto fresco mantiene la tendencia a la baja de las ventas (-1%), que afecta principalmente al grupo de pescado fresco y varios. En cambio, el marisco fresco ha experimentado un incremento en la comercialización del 6,5%. En total, durante 2018 se han comercializado 59.181 toneladas de producto fresco a 7,50 €/kg, que se traducen en un incremento en el precio medio del 2,7%.

### Producto congelado

En este ejercicio se han comercializado 10.152 toneladas de congelados, que se han convertido en los productos que han experimentado un mayor aumento de ventas (+5%). Los principales responsables de este incremento han sido los cefalópodos –que se recuperan tras sufrir un importante descenso en 2017– y los crustáceos. El importe medio ha bajado hasta los 8,94 €/kg (-2,7%).



### Orígenes del producto fresco

Se ha apreciado una disminución de casi 4 puntos en el peso del producto nacional en el Mercado Central del Pescado. Sin embargo, el pescado y marisco español suponen el 53% del total comercializado, mientras que el 47% restante es de importación.

### Porcentajes de comercialización

Producto nacional

# 53%

*Principales orígenes*

25,6% Galicia  
11,2% Cataluña  
7,7% Cornisa cantábrica

Producto fresco

# 85%

Importación

# 47%

*Principales orígenes*

10,4% Francia  
8,8% Noruega  
3,7% Italia

Producto congelado

# 15%



## MERCABARNA-FLOR

Se ha caracterizado por un fuerte retroceso en el volumen de comercialización (-13,5%) respecto a 2017, situándose en las 7.783.289 unidades de flores, plantas y complementos vendidos. Por otra parte, el precio medio ha crecido ligeramente (+1,1%) y se ha situado en los 0,89 €/unidad.

Unidades vendidas

7.783.289

Evolución de las unidades y precio medio

AÑO	UNIDADES	PRECIO MEDIO
2015	10.754.160	0,85 €/u.
2016	8.968.729	0,86 €/u.
2017	8.994.812	0,88 €/u.
2018	7.783.289	0,89 €/u.

Precio medio

↑1,1%

### Flor

La flor cortada ha mostrado un comportamiento similar a los resultados globales del Mercado, con un descenso de las ventas (-10,1%) y un incremento de la cotización (+5,9%). En valores absolutos, se han comercializado 6.456.933 unidades a un precio medio de 0,69 €/unidad. Destaca el aumento de venta de rosas para Sant Jordi (+34%), aunque estos buenos resultados no son suficientes para mejorar el ejercicio.



Rosa 2.536.470 u. Clavel 1.043.530 u. Crisantemo 353.755 u. Liliium 279.980 u. Alstroemeria 255.510 u.

### Planta

A pesar de que no se llega todavía a los niveles de 2015, durante este ejercicio se ha apreciado una ligera recuperación en la comercialización de plantas. A lo largo de 2018 se han vendido 560.536 plantas, un 3,9% más que en el ejercicio anterior, mientras que el precio medio ha bajado un 3,5% y ha llegado a 1,44 €/unidad. En este grupo, la ponsetia se erige como la planta más comercializada y la principal protagonista de la campaña navideña.

Ponsetia 133.704 u. Kalanchoe 32.292 u. Cactus 31.966 u. Claclamen 24.041 u. Orquídea 22.905 u.

### Complementos

Con 300.748 unidades vendidas, los complementos han sufrido un descenso del 8,2% en su volumen de comercialización. Por el contrario, el comportamiento del precio medio ha subido un 12,4%, situándose en los 3,31 €/unidad. A pesar de la disminución en el volumen de ventas, debe tenerse en cuenta que en 2017 se registró un incremento del 65%, por lo que los resultados de este ejercicio siguen siendo positivos. No obstante, en este sentido destaca la baja de una empresa de complementos.

Ventas de complementos

↓8,2%

### Orígenes de los productos

El 39% de las flores y plantas comercializadas en el Mercado durante 2018 ha sido de origen nacional, mientras que el 61% ha sido de importación.

Producto nacional

39%

Importación

61%

Principales orígenes  
39% Estado español

28,2% Colombia  
27,2% Holanda  
3,6% Ecuador  
0,7% Italia

## ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

---

La Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna está formada por más de 400 empresas dedicadas a aportar valor añadido al producto fresco y servicios a los clientes.

---

### Espacio que ocupan las empresas de la ZAC por sectores de actividad

Sector de frutas y hortalizas

31%

Servicios a los usuarios

15,4%

Canal HORECA

12,2%

Frigoríficos de servicio

12%

Sector cárnico

12%

Sector del pescado

7,8%

Plataformas de supermercados

5,7%

Cadenas de fruterías

3,9%

---

La ZAC del sector hortofrutícola ha registrado un balance positivo, en la línea de los buenos resultados de comercialización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas. Durante 2018 se ha incrementado la actividad en un 6,4% y el volumen registrado se ha situado en las 840.003 toneladas. Dentro de la ZAC se incluyen las empresas de distribución y manipulación de frutas y hortalizas (elaboradores de cuarta y quinta gama, cadenas de fruterías, plataformas de compras de supermercados, proveedores del canal *foodservice* y firmas de *import-export*), procesadores de tubérculos y maduradores de plátanos y bananas.

El volumen de la ZAC registrados en 2018, sumados a los datos de comercialización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, hacen de Mercabarna la Unidad Alimentaria líder en España y Europa en lo que respecta al sector hortofrutícola.

En sentido contrario se ha mostrado el comportamiento de la ZAC del sector del pescado y marisco, que incluye la actividad de los frigoríficos de servicio, las firmas de elaboración de pescado y los viveros de marisco. En 2018 el volumen global ha sido de 136.995 toneladas, que representan un descenso en relación con el ejercicio anterior.

En cuanto a la ZAC del sector cárnico, ha sido un año estable para las empresas cárnicas, cuyo volumen de actividad ha sido de 36.349 toneladas, un 0,25% más que en el ejercicio anterior.

En 2018 se han sacrificado 21.284 toneladas en el Matadero, un 1,6% menos que en el año anterior. El precio medio se ha situado en los 4,56 €/kg, lo que supone un aumento del 3% respecto a 2017.

Evolución de los sacrificios y del precio medio

AÑO	TONELADAS	PRECIO MEDIO
2015	22.025	4,16 €/kg
2016	22.567	4,24 €/kg
2017	21.626	4,43 €/kg
2018	21.284	4,56 €/kg

Toneladas sacrificadas en 2018

21.284 t

Precio medio

↑3%

**Comportamiento por especies**

**Ternera.** En este ejercicio se han sacrificado 16.226 toneladas de ternera (-5%), comercializadas a 3,62 €/kg de media (+1,4%). El descenso en el volumen se debe a la baja demanda de los consumidores, causada entre otros factores por las campañas a favor de la moderación en el consumo de carne roja.

**Cordero.** El cordero es la única especie que ha experimentado un aumento en los sacrificios (+14,2%) y una disminución en su cotización media (-1,9%). En datos absolutos, se han sacrificado 4.475 toneladas, comercializadas a un precio medio de 7,73 €/kg. Tras estos datos se encuentra la importancia creciente de las exportaciones al mercado europeo, que contrarrestan el estancamiento.

**Cabrito.** Con 179 toneladas sacrificadas, el cabrito ha sufrido el descenso más fuerte del Matadero de Mercabarna (-11%), provocado en gran medida por la escasa oferta en las granjas y, en consecuencia, por el incremento del precio (+5,9%). En total, se han sacrificado 179 toneladas a una cotización media de 13,58 €/kg.

**Caballo.** Se agudiza la pérdida del peso específico del caballo en el global del Matadero. Esta situación se traduce en el descenso del volumen sacrificado (-6,2%), que se situó en las 404 toneladas. El precio medio se ha incrementado un 4,9%, que equivale a 3,45 €/kg.

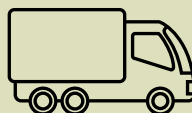
Durante 2018 han accedido a Mercabarna 3.408.321 vehículos, un 1% menos que en el ejercicio anterior. Estos accesos presentan un comportamiento desigual según el tipo de vehículo. En cuanto a la incidencia del metro en Mercabarna, se aprecia un incremento del 15,4% de usuarios respecto a los registros de 2017, según datos facilitados por Transports Metropolitans de Barcelona.



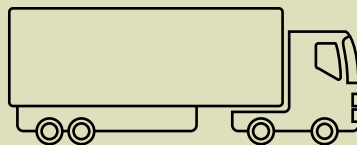
2017	2018	VARIACIÓN
1.683.477	1.677.659	-0,3%



2017	2018	VARIACIÓN
577.204	537.427	-6,9%



2017	2018	VARIACIÓN
619.779	634.406	+2,4%



2017	2018	VARIACIÓN
263.993	267.518	+1,3%



2017	2018	VARIACIÓN
94.408	93.931	-5%



2017	2018	VARIACIÓN
202.644	197.380	-2,6%

Acceso en metro

↑15,4%



# Ética

La integridad y la transparencia, principios clave sobre los que se fundamenta el modelo de gestión de Mercabarna, determinan las relaciones de la empresa con sus grupos de interés. En este sentido, Mercabarna ha habilitado una serie de códigos y políticas que regulan el comportamiento de las personas vinculadas con la empresa y contemplan los procedimientos relacionados con casos de conflictos, la comunicación efectiva, las relaciones de confianza y la forma de reportar y rendir cuentas.

## ÓRGANOS DE GOBIERNO

Los órganos de gobierno impulsan el desarrollo de las políticas corporativas y supervisan la estrategia de Mercabarna y las directrices generales.

La composición de los órganos de gobierno se publica de forma detallada y actualizada en la página web corporativa.

### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

**Presidente:**

Agustí Colom Cabau

**Vicepresidenta 1a:**

Silvia Llerena Muñoz

**Consejeros / Consejeras:**

Barcelona de Serveis Municipals, SA:

- Montserrat Ballarín Espuña
- Màxim López Manresa
- Sònia Recasens Alsina
- Raimond Blasi Navarro
- Francisco Sierra López
- Xavier Mulleras Vinzia
- Eulàlia Reguant Cura<sup>(1)</sup>
- Trini Capdevila Burniol

Empresa Nacional Mercasa:

- José A. Crespo Albelda
- Laura Torre Álvarez
- Jorge Suárez de la Cámara
- Vanessa Moreno Vincent

Consejo Comarcal del Barcelonès:

- José M.<sup>a</sup> García Mompel
- Jordi Martí Galbís

**Secretaria:**

Lidia Redón Palaín

**Director general:**

Josep Tejedo Fernández

### COMISIÓN EJECUTIVA

**Presidente:**

Agustí Colom Cabau

**Vicepresidenta 1a:**

Silvia Llerena Muñoz

**Consejeros / Consejeras:**

Màxim López Manresa  
Laura Torre Álvarez

(1) (\*) Desde el 28 de junio de 2018. Antes, Xavier Monge Profitós.

Composició del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva de Mercabarna a 31 de diciembre de 2018.

## EQUIPO DIRECTIVO

### Director general:

Josep Tejedo Fernández

#### **Subdirección General y Dirección del Área de Gestión:** Lidia Redón Palain

*Dirección Económica y Financiera:*  
Arantxa González Pelegrín

— Administración:  
Ferran González Torras

*Dirección de Organización  
y Recursos Humanos:*  
Marta Rodríguez

— Relaciones Laborales:  
Rosa Arró Mañé  
— Servicios de Formación:  
Maite Palau Gubert

*Tecnologías de la Información:*  
Teresa Febré Muniente

*Servicios Jurídicos*

#### **Dirección del Área de Negocio:** Ingrid Buera Nadal

*Área de Explotación*  
Dirección de Explotación  
y Comercial:  
Antonio García Meca<sup>(1)</sup>

— Mercado Central de Frutas  
y Hortalizas y ZAC:  
Tomàs Quesada Bautista<sup>(2)</sup>  
— Matadero:  
Diana Sumelzo Pradas  
— Mercado Central del Pescado:  
Jordi Defez Torelló  
— Mercabarna-flor

*Seguridad y Vigilancia:*  
Juan Carlos Oviedo

*Comunicación:*  
Alba Puig Gil<sup>(3)</sup>

*Medios de Comunicación:*  
Roser Lapuente Camins

*Responsabilidad  
Social Corporativa*

*Back Office  
y Relaciones Institucionales*

#### **Dirección del Área de Estrategia:** Pablo Vilanova Montagut

*Dirección Comercial:*  
Josep Garcia Quintana<sup>(4)</sup>

*Innovación + Investigación +  
Desarrollo (I+I+D)<sup>(5)</sup>*

*Desarrollo de Infraestructuras:*  
Teresa Ricol Carreras

*Medio Ambiente y Limpieza:*  
Georgina Cepas Ordax

*Oficina Técnica  
y Nuevos Proyectos<sup>(6)</sup>*

*Consultoría Internacional*

(1) Desde el 27 de agosto de 2018. (2) Hasta el 7 de diciembre de 2018. (3) Desde el 31 de enero de 2018. Antes, Montse Diego Pérez.  
(4) Hasta el 6 de agosto de 2018. (5) Desde el 30 de septiembre de 2018. (6) Hasta el 30 de septiembre de 2018.  
Composición del equipo directivo de Mercabarna a 31 de diciembre de 2018.





## ÉTICA EMPRESARIAL Y CUMPLIMIENTO

La aplicación del Código Ético y de Conducta está supervisada por un comité formado por cuatro miembros: un miembro del Comité de Dirección, la directora de Organización y Recursos Humanos, un jefe de departamento y el presidente del Comité de Empresa.

Mercabarna basa su modelo de gestión en los principios de integridad y objetividad, es decir, las decisiones se toman siguiendo criterios de honestidad y libres de conflictos de intereses para garantizar una conducta éticamente responsable.

Esta forma de gobierno garantiza el cumplimiento de la legislación vigente mediante la aplicación de procedimientos específicos incluidos en el sistema de gestión, que están compilados en el Código Ético y de Conducta. Durante 2018 se han efectuado modificaciones en este documento y en los procedimientos que se derivan para adaptarlo al código del Ayuntamiento de Barcelona, que se creó posteriormente.

El Código Ético y de Conducta incorpora un conjunto de herramientas que definen los principios básicos de actuación y regulan la toma de decisiones de los órganos de gobierno y las pautas de conducta de los empleados.

Para desarrollar los principios del Código ético, Mercabarna ha elaborado otras normas internas como el Manual de prevención de riesgos penales, la Política de Mercabarna, el Plan contra el acoso, el Protocolo de aceptación de regalos, la Norma de uso de sistemas de información y el Sistema de gestión interna.

Durante 2018 ha finalizado la implementación del sistema de prevención de riesgos penales. El órgano de supervisión se nombró a finales de 2017 y está formado por la Comisión Ejecutiva de Mercabarna y la subdirectora de la empresa. Este órgano formuló en mayo la política de prevención de riesgos penales de Mercabarna, que fue aprobada por el Consejo de Administración el 28 de

junio de 2018. Además, este ejercicio se contrató un servicio de auditoría para certificar el sistema de prevención de riesgos penales según los requisitos del estándar normativo UNE 19601.

Durante 2018, se ha firmado el Plan de igualdad, que contempla un conjunto de herramientas orientadas a garantizar la igualdad de trato y de oportunidades dentro de la empresa. Este Plan contempla una serie de indicadores que permiten hacer un seguimiento a través de la Comisión de Igualdad, órgano de creación anual compuesto por cuatro miembros del Comité de Seguridad y Salud. La misión de la Comisión consiste en recabar indicadores y analizarlos.

Algunas de las acciones que se han llevado a cabo durante 2018 están relacionadas con la elaboración del Protocolo de actuación interna para posibles situaciones de acoso.

La Dirección del Área de Gestión y la Dirección de Organización y Recursos Humanos se encargan de gestionar estas normativas y garantizar su calidad.

Para facilitar el conocimiento de la normativa, todos los trabajadores disponen de una copia del Código Ético y un manual en el que se menciona la normativa interna y las obligaciones en materia de confidencialidad, protección de datos y uso de los sistemas de la información. Asimismo, dos veces al año se imparte una formación a las nuevas incorporaciones sobre los principios y valores contenidos en el Código Ético, sobre el sistema de prevención de riesgos penales y la normativa interna principal.

En estas acciones formativas se informa sobre la existencia y funcionamiento del Canal de Denuncias de Mercabarna, habilitado en el Portal de

la Transparencia de la web, a través del cual los trabajadores y aquellos terceros que se relacionan con la empresa pueden comunicar actuaciones que consideran que pueden contravenir los principios o valores del Código Ético o bien los criterios de la normativa interna. Durante 2018 no se presentó ninguna denuncia.

### **Gestión de riesgos y oportunidades**

El análisis de riesgos ha ampliado su radio de acción durante el año pasado para cubrir mejor las necesidades de la empresa y para atender a las novedades que se han producido en materia legislativa de cumplimiento obligatorio.

Es el caso del Reglamento UE 679/2016, a raíz de la entrada en vigor de este Reglamento General de Protección de Datos (conocido como RGPD), se ha adaptado el sistema de tratamiento de datos de carácter personal de Mercabarna, SA. Para asegurar su cumplimiento, se designó un delegado de protección de datos y se utiliza una plataforma de gestión electrónica que permite monitorizar la actividad del tratamiento de datos.

En mayo de 2018, justo antes del inicio de la aplicación del RGPD (25/05/2018), la plantilla de la empresa realizó una formación sobre el contenido de esta norma y las principales novedades que incorpora en la actividad de tratamiento de datos. También se adoptaron otras medidas, como por ejemplo la elaboración de un registro de actividades de tratamiento, la revisión de las cláusulas informativas de la actividad de tratamiento, la actualización del aviso legal, la política de privacidad y la política de cookies de

la página web, y la redacción del nuevo modelo de contrato de encargo con los proveedores que tienen acceso a datos personales de los que la empresa es responsable.

El análisis de riesgos y oportunidades se efectúa también en las dos actividades actualmente certificadas, la de Servicios de Formación (ISO 9001:2015) y la de Servicio de Gestión de Residuos (ISO 14001:2015). El sistema de prevención de riesgos penales de la empresa también incluye un análisis de los riesgos, que además será certificado.

Por último, y en relación con el Decreto de Alcaldía del Ayuntamiento de Barcelona S1/D/2017-1271, de 24 de abril, cuyo objetivo es promover una contratación pública más sostenible, con un mayor retorno social y respetando los derechos laborales, se han aplicado criterios contenidos en esta norma en todos los procedimientos abiertos licitados en 2018.

La aplicación de estos criterios ha propiciado que se potencie la contratación de empresas que apuestan por la inserción laboral de personas desempleadas o en riesgo de exclusión; de las que aplican criterios de igualdad de género, y de las que se comprometen a mantener las condiciones laborales durante la ejecución del contrato. Por el contrario, se han excluido las ofertas calificadas de anormalmente bajas, que son aquellas en las que los precios unitarios de los salarios de los trabajadores considerados en la oferta son inferiores a lo establecido por el convenio de aplicación.

## COLABORACIONES Y TRABAJO EN RED

Mercabarna promueve colaboraciones y alianzas como herramienta para dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés y estrechar lazos que permitan generar un beneficio mutuo, y que además favorezcan el desarrollo sostenible del negocio y del entorno.

En este punto destaca el carácter transversal del Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 (ODS 17), que contempla el trabajo en red y el establecimiento y consolidación de relaciones que permitan alcanzar las metas marcadas por la ONU en la Agenda 2030.

### Colaboración con las asociaciones empresariales del recinto

Mercabarna, SA, mantiene una colaboración especialmente estrecha con las asociaciones empresariales que agrupan y representan a la mayor parte de empresas del recinto. El diálogo con estas asociaciones permite acordar decisiones sobre el funcionamiento del polígono alimentario. Esta colaboración público-privada facilita la cooperación para alcanzar objetivos comunes.



### Pertenencia a organismos

Mercabarna forma parte de diferentes instituciones que tienen una especial relevancia en la cadena de abastecimiento de alimentos frescos, en la difusión de la dieta mediterránea y en el compromiso con el medio ambiente.

- AECOC
- Barcelona + Sostenible
- Alimentaria
- Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al día"
- Barcelona-Cataluña Centro Logístico (BCL)
- Barcelona Regional
- Código de Buenas Prácticas Comerciales de la Generalitat de Cataluña
- Confederación de Horticultura Ornamental de Cataluña (CHOC)
- Compromiso Ciudadano para la Sostenibilidad 2012-2022
- Comunidad de Usuarios de Aguas del Valle Bajo y del Delta del Río Llobregat (CUADLL)
- Consejo de Innovación Pedagógica del Ayuntamiento de Barcelona
- Consejo Empresarial de la Universidad Politécnica de Barcelona (UPC)
- Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA)
- IESE Business School - Comisión Alimentaria
- Fundación Dieta Mediterránea
- Unión Mundial de Mercados Mayoristas (World Union of Wholesale Markets)





Mercabarna promueve colaboraciones y alianzas como herramienta para dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés y estrechar lazos que permitan generar un beneficio mutuo, y que además favorezcan el desarrollo sostenible del negocio y del entorno.

### **Colaboración con entidades**

Mercabarna, SA, colabora también con otras organizaciones (universidades, entidades, empresas y organizaciones privadas, etc.) con el objetivo de conseguir mejoras para los grupos de interés en materia de inserción laboral, formación y promoción económica.

Convenios para el fomento de la formación y la inserción laboral:

- Convenio de colaboración con la Fundación Bancaria “la Caixa” para facilitar la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión.
- Acuerdo de colaboración con la Fundación Privada Parque de Innovación Tecnológica y Empresarial La Salle para la participación en el programa de innovación “Industry 4.0 Quick Challenges Resolution: An Agile Innovation Approach”.
- Convenio de colaboración con Garcimar, SL, para facilitar a los alumnos de los Servicios de Formación de Mercabarna la realización de prácticas en esta empresa.
- Convenio de colaboración con la Universidad Politécnica de Cataluña para la celebración de sesiones de formación especializadas en el ámbito alimentario.

Además, continúan vigentes acuerdos para el fomento de la contratación en el marco de las Becas Mercabarna o para acciones formativas:

- Escuela Superior de Agricultura de Barcelona (ESAB) de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC).
- Escuela de Comercio Internacional (ESCI) de la Universidad Pompeu Fabra (UPF).
- Universidad de Barcelona (UB).
- Universidad Autónoma de Barcelona (UAB).
- Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE).
- Escuela de Comercio y Distribución (ESCODI).
- Instituto Lluïsa Cura.
- Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC).

También se mantiene el convenio de colaboración con Barcelona Activa para el desarrollo del programa Innofood, cuyo objetivo es promover la creación y crecimiento de empresas innovadoras dentro del sector alimentario de Barcelona.

Convenios promocionales o comerciales:

- Acuerdo de colaboración con Cocina Hnos. Torres J&S, SL, para difundir las acciones promocionales de Mercabarna.
- Acuerdo de colaboración con elBullifoundation para el desarrollo del proyecto de la Bullipèdia.
- Convenio de colaboración con el Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona para colaborar en acciones conjuntas de promoción del Mercado Central de Frutas y Hortalizas de Mercabarna.
- Convenio de colaboración con la Fundación Barcelona Mobile World Capital Foundation para desarrollar acciones tecnológicas y estratégicas dentro de la iniciativa 5GBarcelona.
- Acuerdo de colaboración con el Gremio de Restauración de Barcelona para dar a conocer a los establecimientos adheridos al Gremio los servicios y productos comercializados por Mercabarna.

La relación de convenios y colaboraciones llevadas a cabo en 2018 con entidades sociales se puede consultar en la página 125 (Colaboraciones solidarias).



## ADHESIÓN Y PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS

Mercabarna, SA, participa en iniciativas que, pese a ser ajenas a su actividad principal, son coherentes con sus valores y objetivos estratégicos. Durante 2018 se inició la participación en estas iniciativas:

### ACUERDO CIUDADANO POR UNA BARCELONA INCLUSIVA

Este Acuerdo incide en las políticas públicas de ámbito social, promueve la colaboración público-privada, construye capital social desarrollando programas y proyectos de red, impulsa una estrategia compartida entre las organizaciones sociales y las instituciones de Barcelona, así como proyectos tractores en temas clave de la ciudad. A partir de este acuerdo, Mercabarna, SA, forma parte de la Red por el Derecho a una Alimentación Adecuada, cuyos principales objetivos son la lucha contra el despilfarro de alimentos y la garantía del derecho de las personas a una alimentación saludable.

### ADHESIÓN AL DECÁLOGO “ALIMENTACIÓN SIN DESPERDICIOS” DE AECOC

La Asociación Española de Empresas de Gran Consumo (AECOC) lidera una iniciativa de colaboración para reducir el despilfarro alimentario. Con el nombre *La alimentación no tiene desperdicio*, pretende establecer prácticas de prevención, maximizar el aprovechamiento de excedentes, sensibilizar a la sociedad contra el despilfarro alimentario e impulsar prácticas de colaboración entre empresas.

### ADHESIÓN AL CONVENIO PARA PROMOVER LA SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Mercabarna se adhiere al convenio de colaboración firmado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) con el objetivo de difundir campañas de sensibilización y prevención de la violencia machista.

### ADHESIÓN AL CONSEJO CATALÁN DE LA ALIMENTACIÓN

Mercabarna formará parte de este Consejo, adscrito al Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (DARP) de la Generalitat de Cataluña, que funcionará como foro de análisis, debate y propuesta sobre las cuestiones relacionadas con las políticas agroalimentarias del país: los retos sociales, ambientales, empresariales y tecnológicos. Este órgano quiere impulsar una nueva política alimentaria de país basada en la producción local de alimentos y en la gestión sostenible del medio, que contribuya a la cohesión socioeconómica del territorio y a la soberanía alimentaria de Cataluña.

### ADHESIÓN A LOS PRINCIPIOS DE LA ONU

A finales de 2018 se iniciaron los trámites para firmar el Pacto Mundial de Naciones Unidas, cuyo objetivo es transformar el mercado global, potenciando un sector privado sostenible y responsable sobre la base de diez principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción. Este Pacto Mundial pretende también canalizar acciones en apoyo de los objetivos más amplios de las Naciones Unidas, incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Además, sigue vigente la participación de Mercabarna en las iniciativas Refresh, Water-Protect y Ecowaste 4 Food.



## Maratón de Ilustración en Mercabarna

9 de mañana del 5 de marzo de 2019.  
Una treintena de chicos y chicas se dan cita en Mercabarna. Son estudiantes de último año de Diseño Gráfico y están a punto de participar en una Maratón de Ilustración, organizada con la colaboración del Centre Universitari EINA y del estudio Bildi.

Disponen de 24 horas para realizar dieciséis dibujos de esta ciudad alimentaria que acaban de descubrir. La actividad de los mercados centrales, los productos frescos, los trabajadores y trabajadoras, el movimiento ininterrumpido de vehículos y mercancías... este es el paisaje que tendrán que dibujar.

Los dibujos que ilustran la Memoria de sostenibilidad son obra de Inès Lorenceau, ganadora de la Maratón. De origen francés, Inès tiene 24 años y desde hace tres vive en Barcelona. Sobre su futuro profesional, cree que estará enfocado en el mundo de la ilustración y la música.

"Cuando llegué a Mercabarna, quería verlo todo. Tan grande, tan diversa, tantos colores...", explica. "La Maratón fue una auténtica aventura. Teníamos que hacer muchas ilustraciones, captar rápidamente los detalles e intentar sintetizar toda la información visual y sensorial". Además de ganar la Maratón, Inès ha sido la encargada de hacer los retratos de los testimoniales de la Memoria.



# Profesional

Mercabarna considera que, como empresa, el éxito está intrínsecamente ligado al talento. Por ello, se han llevado a cabo acciones enfocadas al desarrollo profesional y personal de los trabajadores.

Por un lado, se ha fomentado la adquisición de sus competencias a través de cursos formativos de carácter transversal y específico atendiendo al puesto de trabajo. Así, podremos encontrar desde cursos de idiomas u ofimática hasta sesiones para conocer cómo llevar a cabo proyectos que implican diferentes equipos o jornadas dirigidas a potenciar capacidades de liderazgo.

Por otro, en 2018 se ha inaugurado el nuevo gimnasio, en el marco del proyecto "Mercabarna saludable", que pretende favorecer la práctica de hábitos saludables. Mercabarna consigue de este modo su objetivo de continuar transmitiendo a los trabajadores los valores que lleva en su ADN, como por ejemplo el fomento de hábitos saludables.

Por último, destaca el fomento de las políticas de igualdad en la empresa, recogido tanto en el Plan de Igualdad firmado en 2018 como en el nuevo Convenio de 2018, donde se materializan acciones para compatibilizar vida laboral y personal. El objetivo final es, por tanto, favorecer un clima adecuado que permita alcanzar los objetivos de cada departamento, fundamentales también para garantizar el cumplimiento del Plan Estratégico.

**El equipo Mercabarna**

**Bienestar y seguridad  
en el puesto de trabajo**

**Igualdad de género y de  
oportunidades y conciliación**



## EL EQUIPO MERCABARNA

Mercabarna dispone de una estructura que se adapta a las necesidades de la actividad, del mercado y del negocio. La estabilidad, en términos de fidelidad y compromiso de la empresa con su personal, es uno de los principales rasgos de la política de recursos humanos. Esto se traduce en el carácter estable de la mayoría de contrataciones: de 141 personas en plantilla, 125 tienen contrato fijo.

También se presta especial atención a la contratación de colectivos con dificultades para insertarse laboralmente. En este sentido, durante 2018 se incorporaron a la plantilla 9 personas, 2 de ellas mayores de 45 años.

Asimismo, Mercabarna cuenta con una comisión de valoración y contratación paritaria integrada por miembros del Comité de Empresa y de la Dirección, que en 2018 se reunió en tres ocasiones. Por último, destaca la tasa de rotación, que se mantiene respecto al ejercicio anterior y se sitúa en el 5,65%.

### Plantilla (personal fijo y eventual por año y género)

	2017		2018	
	Fijo	Eventual	Fijo	Eventual
Mujeres	38	5	40	4
Hombres	86	12	85	12

Plantilla de Mercabarna

141

Plantilla con contrato fijo

125

Tasa de rotación

5,65%

## BIENESTAR Y SEGURIDAD EN EL PUESTO DE TRABAJO

La seguridad y el bienestar de la plantilla son prioritarios para Mercabarna y se canalizan a través de un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, en el que se aplican los requerimientos de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y el Estatuto de los Trabajadores. Además, existe un Comité de Seguridad y Salud, integrado por tres personas de la Dirección y tres del Comité de Empresa, que se encarga de gestionar los factores que pueden afectar a la salud de los trabajadores. Durante 2018 se reunió en cuatro ocasiones.

Mercabarna también ha apostado por mejorar la calidad de vida de sus trabajadores a partir de diversas acciones. Por un lado, se ha puesto en marcha el Plan de Empresa Saludable, que ha supuesto la inauguración de un gimnasio en el edificio del Centro Directivo. Este Plan, cuyo despliegue concluirá a lo largo de 2019, incluye la realización de actividades aeróbicas dirigidas o el asesoramiento a cargo de nutricionistas y entrenadores. Por el otro, durante el Día de la Alimentación Saludable se repartieron frutas y zumos entre los trabajadores de la empresa.

### Evaluación de riesgos laborales en los puestos de trabajo

#### Indicadores de prevención de riesgos (en número de trabajadores)

	2017		2018	
	M	H	M	H
<i>Días de absentismo/días perdidos</i>				
Enfermedad	298	869	291	1.649
Accidente laboral	-	154	34	74
<b>Total</b>	<b>298</b>	<b>1.023</b>	<b>325</b>	<b>1.723</b>
<i>Tasa de absentismo laboral</i>				
Enfermedad	3,13	3,97	2,99	8,01
Accidente laboral	-	0,70	0,35	0,36
<b>Total</b>	<b>3,13</b>	<b>4,67</b>	<b>3,34</b>	<b>8,37</b>

### Evaluación de riesgos psicosociales

En 2016 se realizó una encuesta para analizar la percepción de la plantilla sobre las condiciones laborales y los efectos sobre la salud. Aunque no se detectó ningún riesgo, se identificaron áreas de mejora. En consecuencia, en 2018 el equipo directivo ha trabajado el liderazgo y la gestión de personas.

## IGUALDAD DE GÉNERO Y DE OPORTUNIDADES Y CONCILIACIÓN

En 2018 Mercabarna firmó su Plan de Igualdad, documento que muestra, desde una perspectiva de género, los diferentes ámbitos de la empresa y el conjunto de las personas que forman parte de ella. Este Plan incluye acciones y buenas prácticas para promocionar la igualdad entre mujeres y hombres y fomentar la conciliación laboral. De este Plan se deriva una comisión de igualdad paritaria, que es el órgano responsable de hacer el seguimiento de su implantación.

Además, se revisó el protocolo de actuación interna ante posibles situaciones de acoso, elaborado en 2013, para mejorar los ámbitos de actuación. Durante 2018 no se detectó ningún caso.

### Presencia de mujeres y hombres en puestos de decisión

Según los datos de 2018, el 63,2% de los miembros del equipo directivo y el 47% de los miembros del Consejo de Administración de Mercabarna son mujeres.

### Distribución de los miembros del equipo directivo por género

	2017	2018
Mujeres	12	12
Hombres	7	7

### Distribución de los miembros del Consejo de Administración por género

	2017	2018
Mujeres	6	7
Hombres	10	9

### Promociones internas

Mercabarna apuesta por el desarrollo de las personas y ofrece posibilidades de promoción interna. El objetivo es formar y dotar de las competencias necesarias para poder cubrir de forma interna aquellas vacantes existentes que permitan a la plantilla crecer profesionalmente.

2017		2018	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
3	3	5	1

### Conciliación

El nuevo convenio contempla una serie de mejoras para la conciliación de la vida familiar y laboral de la plantilla. Por un lado, se incrementa en una semana el permiso de maternidad y en dos días el de paternidad. Además, los trabajadores y trabajadoras disponen de un total de 16 horas anuales retribuidas para acompañar a los hijos menores de 18 años y a los padres y suegros a visitas médicas del pediatra o el especialista.

Otra de las novedades es el establecimiento de flexibilidad horaria de los trabajadores, salvo aquellos que trabajan por turnos, tienen jornada partida o deben dar servicio a los mercados.

### Gestión del derecho al permiso parental (en nombre de trabajadores)

	2017		2018	
	M	H	M	H
Trabajadores con derecho a algún permiso parental	17	16	16	14
Trabajadores que se benefician de un permiso parental				
Excedencia	1	0	0	0
Flex. horaria	2	0	35	20
Red. jornada	0	0	1	2

Por otra parte, Mercabarna concede ayudas económicas por nacimiento de hijo/a, para guardería (hijos/as de 0 a 3 años) y para gastos escolares (hijos/as de 3 a 18 años).

	Premio de natalidad	Cheque guardería	Ayuda escolar
2017	236,20 € 1 trabajador	2.820 € 7 trabajadores	10.518,92 € 68 trabajadores
2018	477,12 € 2 trabajadores	3.030 € 7 trabajadores	10.468,02 € 67 trabajadores

Con el fin de reforzar los vínculos de la plantilla con la empresa, Mercabarna organizó dos encuentros para celebrar Sant Jordi y Navidad con los hijos e hijas de los trabajadores.



## Distribución de mujeres y hombres por niveles

Distribución por niveles e incidencia sobre el género								
	2017				2018			
	M	% sobre el género	H	% sobre el género	M	% sobre el género	H	% sobre el género
Nivel 4	1	2,3%	5	5,1%	1	2,3%	4	4,1%
Nivel 5	5	11,6%	3	3%	4	9,1%	3	3,1%
Nivel 6	11	25,6%	37	37,4%	9	20,5%	39	40,2%
Nivel 7	4	9,3%	8	8,1%	8	18,2%	5	5,2%
Nivel 8	10	23,3%	24	24,2%	10	22,7%	27	27,8%
Nivel 9			8	8,1%			5	5,2%
Nivel 10			6	6,1%			6	6,2%
Equip dir.	12	27,9%	8	8,1%	12	27,3%	8	8,2%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

La política de retribución de Mercabarna se basa en la igualdad de oportunidades y en la competitividad de los sueldos en relación con el mercado laboral. Por lo tanto, existe igualdad de remuneración entre hombres y mujeres y no hay brecha salarial.

### Media retributiva por niveles y género

(en euros brutos/año)

	2017	2018
	Mujeres / Hombres	Mujeres / Hombres
Nivel 4	21.915,09	22.300,60
Nivel 5	22.766,21	23.164,62
Nivel 6	23.851,54	24.268,94
Nivel 7	26.052,54	26.508,46
Nivel 8	28.206,48	28.700,09
Nivel 9	31.069,34	31.613,05
Nivel 10	34.435,13	35.037,74
Nivel 13	39.772,68	40.420,97
Nivel 14	44.374,35	45.097,65
Nivel 15	53.334,91	54.204,27
Nivel 16	62.683,10	63.704,84

### Nuevas incorporaciones

#### Incorporación de personal por género y nivel retributivo

	2017		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nivel 4			2	
Nivel 5	1		2	
Nivel 6		2		
Nivel 7			1	
Nivel 8	2	2		1
Nivel 9				
Nivel 10				1
Equip dir.	1		1	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>7</b>



## FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

El Plan de Formación de Mercabarna persigue la mejora de las competencias de la plantilla y el impulso de su desarrollo profesional. Adicionalmente, se priorizan las acciones formativas encaminadas a promover la gestión del cambio, que será requisito imprescindible con la implantación del proyecto de digitalización. En esta línea, el exjugador de baloncesto Jordi Villacampa ofreció una charla a los trabajadores de Mercabarna en la que, a partir de su experiencia profesional y personal, reflexionó sobre la importancia de adaptarse a nuevos contextos, hacer frente a los obstáculos y trabajar en equipo.

El desarrollo profesional de los trabajadores, cuyo nivel de cumplimiento es revisado mensualmente por la dirección de Mercabarna, se vincula a los objetivos estratégicos de la organización. Paralelamente, se realizan seguimientos personalizados de las competencias de los trabajadores y se analiza la consecución de los objetivos personales, derivados del Plan Estratégico. Con los resultados de la evaluación de competencias se valora el grado de cumplimiento de los objetivos vinculados al Plan Trienal, que sirven al mismo tiempo para detectar necesidades de formación. A raíz de los resultados obtenidos en el ejercicio anterior, durante 2018 se llevaron a cabo 56 acciones formativas.

<b>Horas de formación</b>				
	<b>2017</b>		<b>2018</b>	
	<b>M</b>	<b>H</b>	<b>M</b>	<b>H</b>
Nivel 4	2	24	10,5	9
Nivel 5	62	8	99,5	68
Nivel 6	739	417,5	1.418	503,5
Nivel 7	27	60	65	283
Nivel 8	109	493,5	628,5	839
Nivel 9		7,5	-	962
Nivel 10		129,5	-	385
Equipo dir.	354	124	609	165
<b>Por género</b>	<b>1.293</b>	<b>1.264</b>	<b>2.830,5</b>	<b>3.214,5</b>
<b>Por año</b>	<b>2.557</b>		<b>6.045</b>	

Mercabarna dispone de una comisión de formación paritaria, integrada por dos miembros del Comité de Empresa y dos miembros de la Dirección. Su misión es controlar trimestralmente el desarrollo del Plan de Formación, los resultados obtenidos en la evaluación de la satisfacción de los participantes y la transferencia al puesto de trabajo.

El compromiso de Mercabarna para potenciar el talento interno y apostar por la formación continua y progresiva se refleja en las horas de formación realizadas por los trabajadores de Mercabarna (6.045 horas), un 136,41% más que el año pasado. En cuanto a la tipología de acciones formativas, en un 35% correspondieron a la mejora de la técnica en el puesto de trabajo, un 33% a planes de carrera, un 19% al aprendizaje de idiomas, un 10% a liderazgo y un 3% a la prevención de riesgos laborales.

Acciones formativas

56

Horas de formación realizadas

6.045 h

Aumento respecto el 2017

↑136,41%

# Segura

Mercabarna está comprometida con la salud y el bienestar de los usuarios de la Unidad Alimentaria y de la sociedad en general. En este sentido, Mercabarna tiene como objetivo proporcionar y difundir unos hábitos alimentarios saludables que repercutan positivamente en la salud de las personas, entendiendo que esta alimentación, que debe ser equilibrada, cumpla con los parámetros de seguridad alimentaria.

Además de garantizar la calidad de los productos para todas las personas, Mercabarna asume el reto de proporcionar los mecanismos necesarios para aportar confort y seguridad a los usuarios del recinto. De este modo consigue anticiparse a problemas y prestar un servicio basado en la excelencia.



# El derecho a la alimentación y la seguridad alimentaria están estrechamente vinculados. Mercabarna, en la medida en que abastece de producto fresco a diez millones de personas, desempeña un papel fundamental.

Por un lado, debe garantizarse que las personas disfruten de una alimentación “adecuada”, es decir, que además de suficiente sea también variada y equilibrada. Por otro, la alimentación debe ser “segura” en términos de salud pública, de modo que la ciudadanía tenga la información necesaria de cada producto.

Con el fin de garantizar la transparencia en el ámbito de los productos alimentarios, se estableció el concepto de “trazabilidad”, que permite conocer la estructura de la cadena alimentaria y detectar posibles desviaciones. Se trata, por tanto, de conocer el origen de un producto y poder seguir su rastro durante su vida útil.

Asimismo, la seguridad alimentaria está vinculada con la higiene, que debe observarse en las fases de producción, manipulación, elaboración y transporte, para evitar intoxicaciones alimentarias.

Mercabarna garantiza el cumplimiento de esta premisa con la supervisión de la Agencia de Salud Pública de Barcelona, que cuenta con un espacio en el recinto donde se ubica un equipo de veterinarios. Estos profesionales velan por el cumplimiento de la normativa europea de seguridad alimentaria en el Matadero de Mercabarna, en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas, en el Mercado Central del Pescado y en las empresas ubicadas en la Zona de Actividades Complementarias.

Sus tareas consisten en controlar la correcta trazabilidad de los productos y animales, evitar fraudes y detectar incongruencias en la trazabilidad. En caso de que un producto no cumpla las garantías sanitarias y se considere no apto para el consumo, se decomisa, se retira del canal de comercialización y se procede a la apertura de un expediente informativo.

Adicionalmente, se llevan a cabo inspecciones sanitarias para asegurar que se siguen todas las medidas de higiene. En el caso del Matadero, se realizan controles a cada res antes y después de su sacrificio. Además del equipo de veterinarios de la Agencia de Salud Pública de Barcelona, el Matadero dispone de cinco especialistas de la Fundación Privada de Industrias de la Carne.

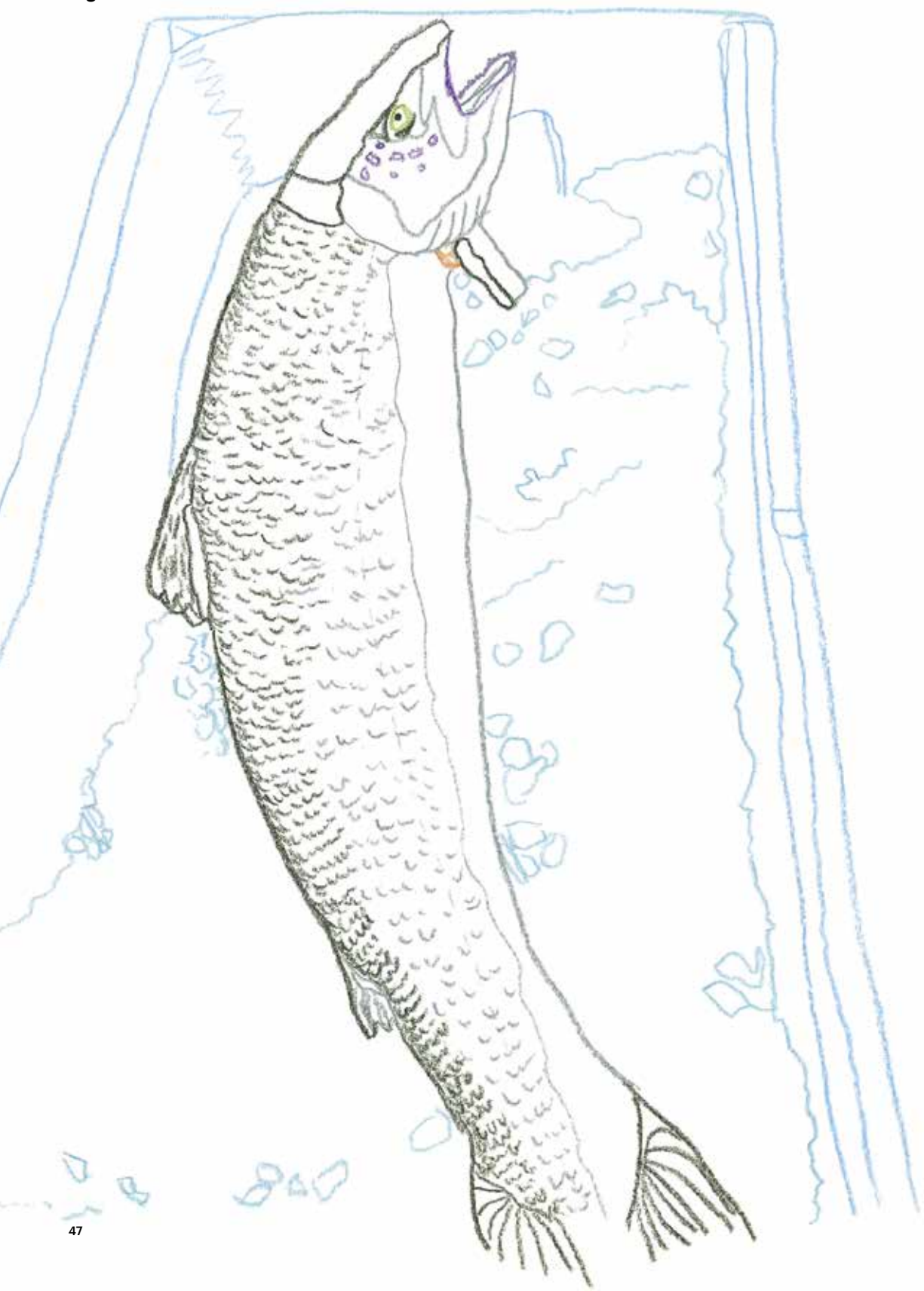
Los controles en los mercados mayoristas de pescado y marisco y de frutas y hortalizas son igual de estrictos, pero se realizan de forma aleatoria sobre muestras de producto de diferentes variedades y empresas, dado el volumen de toneladas que se comercializan cada día.

Entre las actuaciones específicas de 2018 destacan las realizadas en el Mercado Central del Pescado. En primer lugar, se desplegó la campaña de sensibilización “Atún seguro: cómo evitar problemas con la histamina”, llevada a cabo por la Agencia de Salud Pública de Barcelona y el Consejo Sanitario de Barcelona, con el apoyo de los gremios mayoristas y minoristas y Mercabarna. Dicha campaña consistió en la entrega de material didáctico a los usuarios del Mercado para reducir el riesgo de intoxicaciones, con especial hincapié en el etiquetado y en la información al consumidor.

En segundo lugar, se puso en marcha la campaña de sensibilización “Buenas prácticas de higiene en el transporte de los productos de la pesca”, efectuada por la Agencia de Salud Pública de Barcelona y el Consorcio Sanitario de Barcelona, con el apoyo de los gremios mayoristas y minoristas del pescado y Mercabarna. En este caso, se incidió en la importancia de cumplir las normas de higiene establecidas por la normativa sanitaria y se indicó cómo debía efectuarse el transporte en relación con el mantenimiento del frío, las condiciones higiénicas, la manipulación o el etiquetado.







# El Departamento de Vigilancia, integrado por 60 personas, entre personal propio y empresas de seguridad externas, vela por la seguridad del recinto las 24 horas del día los 365 días del año.

La seguridad y la salud de los usuarios son aspectos materiales a los que Mercabarna, SA, y los diversos grupos de interés coinciden en otorgar una relevancia alta. Se trata, por tanto, de un tema vital en la gestión de este polígono alimentario.

En un recinto al que cada día accede una media de 23.000 personas y 14.000 vehículos, es necesaria una reglamentación clara que determine la forma de proceder y un equipo atento a su cumplimiento.

El Departamento de Seguridad y Vigilancia de Mercabarna vela por la seguridad de los clientes en toda la Unidad Alimentaria y por el cumplimiento de la normativa, que tiene carácter oficial. La ordenación del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y del Mercado Central del Pescado, pese a ser de aplicación interna, está recogida en el *Diario Oficial de la Generalitat de Catalunya* (DOGC), y atiende a las especificaciones del Ayuntamiento de Barcelona, que en su condición de gestor del servicio público atribuye a Mercabarna la potestad de gestión directa.

En la Unidad Alimentaria debe cumplirse la Ordenanza Reguladora del Procedimiento Sancionador, publicada en 2010 en el *Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona*, que atribuye al Ayuntamiento de Barcelona la potestad sancionadora.

Más allá de hacer cumplir la normativa, Mercabarna, SA, implementa medidas para mejorar la seguridad y evitar peligros para la salud de sus clientes. Durante 2018 se puso en marcha una campaña de sensibilización de seguridad vial, en la que se alertaba sobre los peligros de no utilizar el cinturón de seguridad, o el casco en el caso de los motoristas, y de utilizar el teléfono móvil mientras se conduce. En cuanto a las instalacio-

nes, se incrementaron los medios de prevención antiincendios en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas con la colocación de la segunda columna seca, 77 nuevas bocas de incendio y 14 nuevos medios automáticos de extinción.

En 2018 también se revisó el Plan de Autoprotección, documento que recoge las medidas (procedimientos, sistemas y organización) destinadas a prevenir, prevenir y controlar posibles situaciones de riesgo, dar una respuesta adecuada a las emergencias y garantizar la integración de dichas medidas en las actuaciones del sistema público.

Por último, para reducir el número de siniestros, se analizaron los incidentes ocurridos y se propusieron soluciones conjuntas con los representantes del Matadero y de los mercados centrales de frutas y hortalizas y del pescado para poner en común los posibles incidentes ocurridos y las propuestas conjuntas de soluciones. Además, se realizó un simulacro de emergencias.

El equipo de vigilancia también canaliza las incidencias, establece su grado de urgencia y las deriva a los departamentos correspondientes. Las tipologías de incidencias se centran en solicitudes de limpieza o intervenciones de mantenimiento (goteras, pintura, etc.). Las sanciones emitidas normalmente se deben a infracciones de tráfico o estacionamiento, o bien son actas de mercado (como el uso de espacios comunes o fumar en zonas libres de humo).

Cámaras de seguridad

# 350



# Dialogante

Las organizaciones que apuestan por el crecimiento sostenible y responsable se implican en las realidades de su entorno y adquieren compromisos éticos, sociales y ambientales. En su caso, Mercabarna establece relaciones estrechas con sus grupos de interés para entender sus necesidades y preocupaciones y, en consecuencia, orientar su propia gestión.

En 2017 Mercabarna elaboró su primera Memoria de sostenibilidad según los estándares del Global Reporting Initiative (GRI). De la mano de este ejercicio de transparencia, asumió la responsabilidad de establecer actuaciones y medidas orientadas a la sostenibilidad económica, ambiental y social.



## Generando valor compartido





# El objetivo del presente informe es ofrecer una visión integrada del desarrollo económico, social, ambiental y de gobierno corporativo.

La estrategia de Mercabarna es el resultado de combinar las expectativas internas con las aspiraciones de sus grupos de interés o *stakeholders*. En este sentido, identificó sus principales grupos de interés, teniendo en cuenta el grado de influencia que las actividades de Mercabarna tienen sobre ellos mismos y la repercusión de estos sobre la capacidad de organización y gestión de Mercabarna.

Tras el proceso de identificación y diálogo, se estableció una priorización de los *stakeholders*:

- Asociaciones gremiales
- Trabajadores
- Proveedores
- Escuelas
- Fundaciones y ONG
- Entidades profesionales vinculadas al mundo alimentario

El objetivo del presente informe es ofrecer una visión integrada del desarrollo económico, social, ambiental y de gobierno corporativo, dando respuesta a aquellos temas que interesan a los colectivos y personas con las que se relaciona la organización.

Para determinar los aspectos relevantes, en 2017 se llevó a cabo un análisis de materialidad siguiendo los estándares GRI. Estos resultados surgieron de un doble estudio: interno, con la Dirección de Mercabarna, y externo, con los grupos de interés. Dado que durante 2018 no se han producido cambios operacionales significativos en Mercabarna, SA, se consideran válidos y vigentes los resultados del análisis de materialidad de la memoria anterior.

## **Matriz de materialidad**

Los temas más relevantes para Mercabarna y sus grupos de interés se recogen en una matriz de materialidad y determinan en qué dirección debe enfocar la organización sus esfuerzos.

Aspectos:

**Economía**

**Medio ambiente**

**Clientes y responsabilidad de producto**

**Prácticas laborales**

**Sociedad**

**Derechos humanos**

	Alta	Media	Baja
Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Emisiones</b></li> <li>● <b>Productos de proximidad</b></li> <li>● <b>Empleo</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Impactos económicos indirectos</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Prácticas de adquisición</b></li> <li>● <b>Packaging</b></li> <li>● <b>Seguridad alimentaria</b></li> <li>● <b>Salud y seguridad de los clientes</b></li> </ul>
Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Biodiversidad</li> <li>● <b>Comunidades locales</b></li> <li>● Bienestar animal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Energía</b></li> <li>● <b>Formación y desarrollo</b></li> <li>● <b>Alimentación sana y asequible</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>No discriminación</b></li> </ul>
Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Desempeño económico</b></li> <li>● Materiales</li> <li>● <b>Efluentes y residuos</b></li> <li>● Relaciones trabajador-empresa</li> <li>● Política pública</li> <li>● Marketing y etiquetaje</li> <li>● Acceso a las instalaciones y servicios</li> <li>● Retribución igualitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Agua</b></li> <li>● Evaluación social de los proveedores</li> <li>● Libertad de asociación y negociación colectiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Evaluación ambiental de proveedores</b></li> <li>● <b>Salud y seguridad en el trabajo</b></li> <li>● <b>Diversitat i igualtat de oportunitats</b></li> </ul>

**Relevancia según la empresa de los impactos de Mercabarna sobre la sostenibilidad**

Temas materiales en negrita





# **Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 objetivos establecidos por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015 que se enmarcan dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 objetivos establecidos por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015 que se enmarcan dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Los ODS abarcan un paquete de 169 metas más específicas y son una llamada inclusiva para adoptar medidas dirigidas a la erradicación de la pobreza, la protección del planeta y la garantía de que todo el mundo pueda tener un futuro próspero.

Las empresas deben desempeñar un papel importante en la consecución de estos objetivos globales, ya que su contribución pasa por la generación de empleo, el respeto del medio ambiente y la implantación de acciones a favor de la igualdad de oportunidades.

Además, los ODS están intrínsecamente relacionados con los derechos humanos, con los que mantienen una relación bidireccional. Por un lado, la protección de los derechos humanos potencia el cumplimiento de los ODS y, por otro, el desarrollo de planes estratégicos alineados con los ODS contribuye a hacer efectivos los derechos humanos.

En el caso de Mercabarna, su plan estratégico se vertebra en cinco pilares, alineados con los siguientes ODS:

*Competitividad e inserción laboral.* Favoreciendo la inserción laboral de personas en paro en empresas de la Unidad Alimentaria, gracias a la formación y a las ayudas a la contratación. ODS: 4, 5, 8, 10

*Lucha contra el despilfarro.* Promoviendo el máximo aprovechamiento de los alimentos frescos y colaborando con el Banco de los Alimentos y otras organizaciones, que distribuyen el producto entre entidades sociales de colectivos vulnerables. ODS: 1, 2, 3, 8, 12

*Alimentación saludable.* Reforzando la adquisición de hábitos alimentarios saludables entre los niños a través de campañas pedagógicas. ODS: 3, 4

*Colaboraciones solidarias.* Apoyando a entidades que promueven acciones enfocadas a colectivos desfavorecidos. ODS: 2, 3, 4, 10, 12, 13

*Responsabilidad medioambiental.* Gestionando los residuos derivados de la actividad comercial de las empresas del polígono con el fin de minimizar el impacto medioambiental. ODS: 7, 9, 11, 12, 13

Asimismo, en el desarrollo de los proyectos derivados de cada pilar se observan los ODS 16 y 17, que tienen un carácter transversal. El ODS 16 hace referencia a “la paz, justicia e instituciones sólidas” en una sociedad inclusiva y participativa y en la que se apliquen políticas no discriminatorias.

El ODS 17, relativo a “las alianzas para lograr los Objetivos”, queda reflejado en el trabajo en red que Mercabarna promueve con diferentes instituciones, entidades sociales, fundaciones o universidades para alcanzar los cinco pilares sobre los que se articula su estrategia en materia de responsabilidad social corporativa.

# Competitiva

Mercabarna promueve nuevas acciones formativas para estimular la capacitación de personas en situación de desempleo o en riesgo de exclusión social. Esta labor responde a una doble convicción: al dotar de herramientas y medios a los futuros trabajadores, por un lado ganan seguridad y consolidan sus competencias y por otro tienen más posibilidades de inserción laboral. De este modo se repercutirá positivamente tanto en la vida y el contexto social de los trabajadores como en las empresas de la Unidad Alimentaria, que dispondrán del talento necesario para incrementar su competitividad.

Todas estas acciones están englobadas dentro del Plan Estratégico de Mercabarna 2017-2019, así como el objetivo de consolidar Mercabarna como marca referente en relación con su cartera de servicios.

Los Servicios de Formación son una parte fundamental de este reposicionamiento, que busca formar profesionales competitivos que encajen en el mercado laboral. Durante 2018 Mercabarna ha invertido en innovación, ya sea en la implantación de nuevas herramientas y equipamientos –como el Aula del Fresco– o en la organización de jornadas temáticas con ponentes de referencia –como la Universidad de Verano.

Además, se ha seguido apostando por el talento con el programa Becas Mercabarna, el incremento de las cápsulas formativas gratuitas y las nuevas ayudas a la formación dirigidas a los colectivos más vulnerables.





## **La Universidad de Verano nace con el objetivo de convertirse en un encuentro anual de referencia del sector agroalimentario.**

---

“Es una oportunidad de salir de las clases para conocer de primera mano las inquietudes y las tendencias que podemos encontrar al finalizar los estudios.”

Sònia Gironès estudiante de ingeniería agroalimentaria

“Me ha aportado una visión general del sector agroalimentario. Considero también muy productivo conocer las experiencias de otras empresas para aplicarlas a otros proyectos.”

José Manuel Muñoz profesional



### **Sostenibilitat agroalimentària**

*Del 2 al 6 de juliol del 2018*



Mercabarna puso en marcha su primera Universidad de Verano, cuyo objetivo es el de convertirse en un encuentro anual de referencia en el sector agroalimentario. Del 2 al 6 de julio, cerca de setenta personas –entre profesionales del sector y estudiantes de ingeniería alimentaria, agrícola y de biosistemas– se dieron cita en Mercabarna para conocer las últimas tendencias en materia de sostenibilidad.

Una de las misiones de esta iniciativa es trasladar el conocimiento de las universidades al mundo de la empresa y conectar la visión de los profesionales en activo con el punto de vista académico. Por este motivo, esta primera edición se organizó con la colaboración de la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona (ESAB-UPC) y de la Asociación de Empresas de Gran Consumo (AECOC).

La diversidad de perfiles asistentes propició la creación de un espacio de transferencia de conocimientos y networking, enriquecido con la intervención de conferenciantes procedentes de todos los eslabones de la cadena alimentaria –desde el sector primario hasta la gran distribución– y del mundo de la investigación.

Los asistentes valoraron positivamente el contenido y la diversidad temática de las jornadas, el alto nivel de conocimiento de los ponentes y su experiencia profesional. Los estudiantes de la ESAB-UPC destacaron el valor de conocer casos prácticos y la posibilidad de visitar Mercabarna y entrar en contacto con empresas y profesionales experimentados.

En esta línea, la captación de nuevo talento fue otro de los objetivos de la Universidad de Verano. Para ello, estudiantes universitarios y recién graduados participaron en un taller ocupacional donde empresas de la Unidad Alimentaria les plantearon retos reales para resolver en grupo. Al final presentaron sus conclusiones ante los responsables de Recursos Humanos y los gerentes.

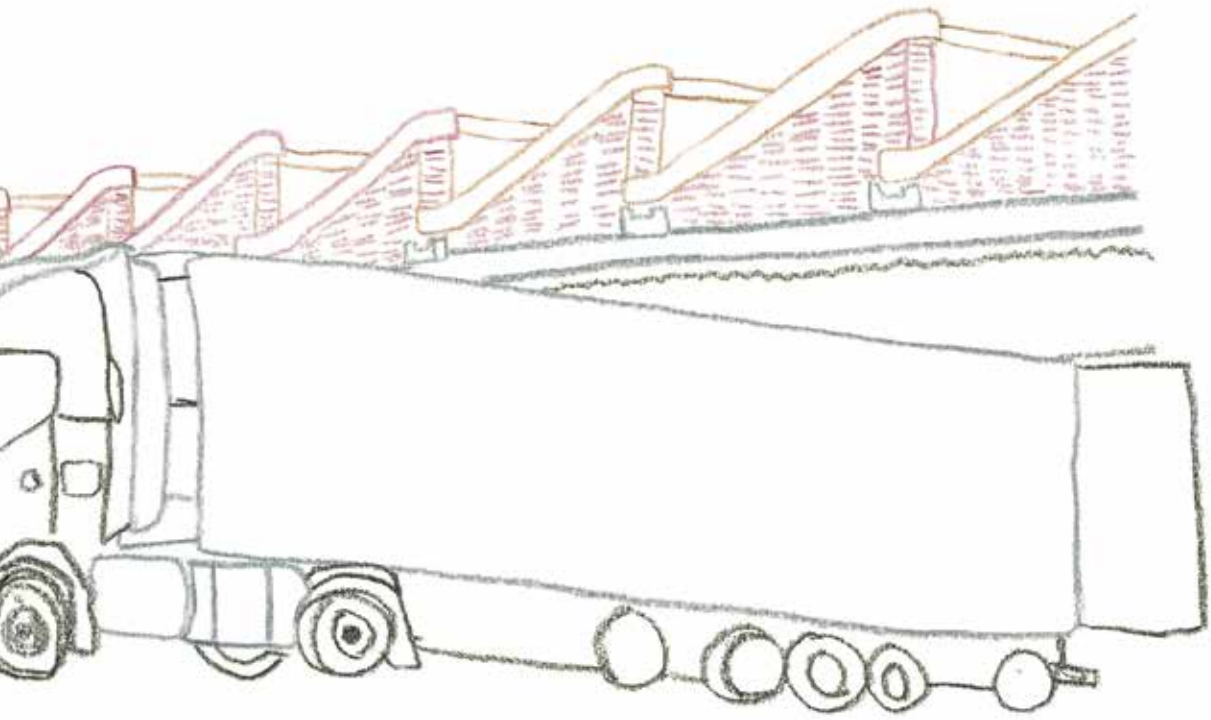
La segunda edición de la Universidad de Verano, a celebrar en julio de 2019, incidirá de nuevo en prácticas basadas en la responsabilidad y la conciencia con el entorno y se centrará en la lucha contra el despilfarro alimentario.

---

## **La valoración media de los asistentes a la Universidad de Verano fue de 8,6.**



1. Estudiantes y profesionales asisten a la Universidad de Verano. 2. Entrega de material a los participantes. 3. El presidente de Mercabarna, Agustí Colom, durante la inauguración.



# **Las Becas Mercabarna ofrecen ayudas económicas para que las empresas del recinto puedan contratar personal especializado.**

El 75% de las personas continúa trabajando en las empresas después de la beca.

El programa Becas Mercabarna ofrece desde 2014 ayudas económicas para que las firmas del recinto puedan incorporar trabajadores cualificados a sus plantillas. Esta iniciativa posibilita la contratación de profesionales especializados por parte de las empresas al tiempo que favorece el empleo de colectivos con dificultades para entrar en el mundo laboral, como los jóvenes recién graduados y los parados. Según el balance de estos cinco años, el 75% de las personas continúa trabajando en las empresas después de la beca.

Con el objetivo de mejorar el servicio ofrecido a las empresas, en 2018 se amplió el abanico de perfiles profesionales que pueden acogerse a las ayudas, que hasta el momento se limitaba a las áreas de comercial, contabilidad, procesos y calidad. Por tanto, las firmas que tienen una necesidad concreta pueden contactar con los Servicios de Formación de Mercabarna, que ofrecerán su apoyo en el proceso.

Sin embargo, el programa mantiene los convenios con la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona de la Universidad Politécnica de Cataluña (ESAB-UPC), la Escuela Superior de Comercio y Distribución de la Universidad de Barcelona (ESCODI-UB), la Escuela Superior de Comercio Internacional de la Universidad Pompeu Fabra (ESCI-UPF) y la Escuela de Comercio, Administración y Turismo (ECAT)- Instituto Lluïsa Cura.

En la quinta edición de este programa se contrataron diez profesionales, nueve de los cuales habían sido alumnos de los Servicios de Formación de Mercabarna –auxiliares de almacén y de comercio, pescaderos y carniceros– y la última, graduada universitaria de la UPC.

Este balance indica un descenso del número de becas concedidas, que afecta sobre todo a los graduados universitarios. Esto se explica porque las empresas del recinto tienen una demanda puntual de estos perfiles y las contrataciones son estables. Además, en general las firmas tienen cubiertas sus necesidades de plantilla.

De cara a 2019 se adoptarán medidas para favorecer la captación de nuevo talento en las empresas del recinto y, como novedad, también en las paradas de los mercados municipales. En este sentido, Mercabarna está analizando cuáles son las necesidades a cubrir y determinando dónde se pueden encontrar los perfiles profesionales.

## **Número de ayudas concedidas**

<u>2014</u>	<u>9</u>
<u>2015</u>	<u>19</u>
<u>2016</u>	<u>17</u>
<u>2017</u>	<u>28</u>
<b>2018</b>	<b>10</b>



“Al principio me costó adaptarme a la rutina, los horarios, seguir una disciplina... No fue fácil, pero tengo que decir que la gente de formación confió en mí y me ayudó.”



Antonio tenía 18 años cuando realizó el curso de auxiliar de comercio en Mercabarna. No era la primera vez que pisaba esta ciudad alimentaria; su madre trabaja desde hace años en el Mercado Central del Pescado. No obstante, en ese momento Antonio era el protagonista de una historia que apenas empezaba a escribirse, aunque seguramente no era del todo consciente de ello.

En 2017, Antonio dejaba atrás años de apatía e incertidumbre, de no saber qué hacer ni hacia dónde ir. “Iba al cole, pero no estaba motivado. No me gustaba estudiar, perdía el tiempo con los amigos y, sinceramente, no hacía nada de provecho”, recuerda. Un día su madre, inquieta por la situación, le habló de un curso en Mercabarna, con el que aprendería el oficio de mozo de almacén. Sin muchas expectativas, se inscribió en el curso, atisbando la posibilidad de encontrar trabajo.

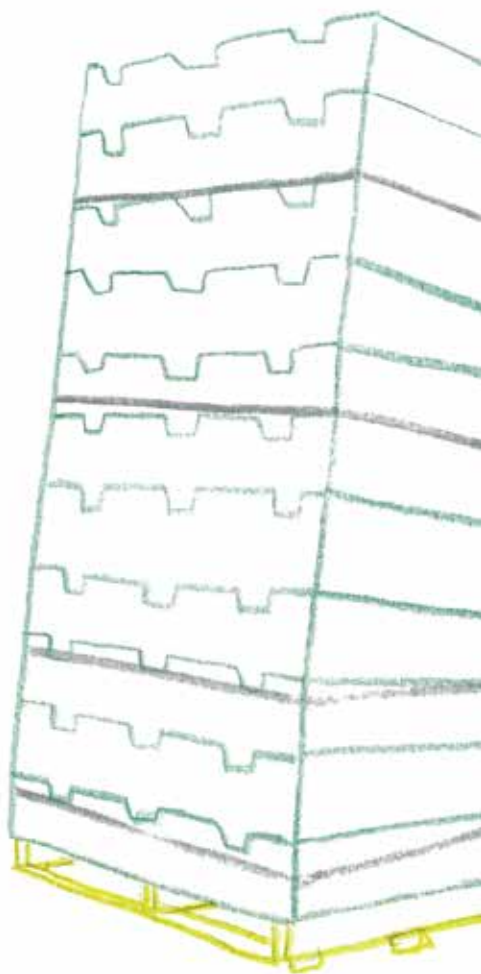
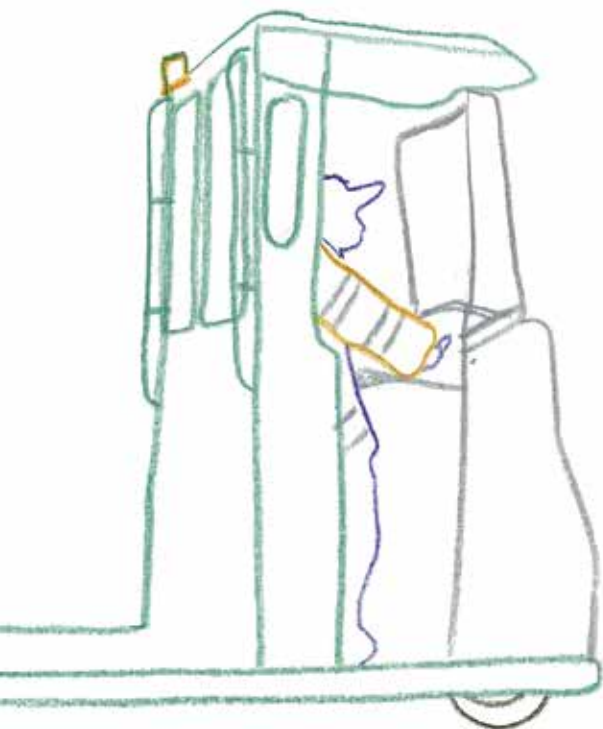
“Al principio me costó adaptarme a la rutina, a los horarios, a observar una disciplina... No fue fácil, pero debo admitir que la gente de la formación confió en mí y me ayudó”. Gracias al curso, obtuvo el certificado de manipulador de alimentos, el carnet de carretillero y realizó prácticas en una empresa del Mercado Central de Frutas y Hortalizas.

Antonio lleva dos años trabajando en la misma empresa, primero de prácticas, después con una Beca Mercabarna y, finalmente, con un contrato indefinido. Antonio se siente parte del equipo: “Tengo muy buen rollo con mis

compañeros, paso todo el día con ellos y se han convertido en mis amigos”, afirma. “Noto que la empresa valora mis ganas de aprender y mi empuje”, prosigue.

Termina la conversación diciendo que “el esfuerzo y el trabajo dan sus frutos”. Cuando lo verbaliza sonríe, recordando la cantidad de veces que sus padres le han repetido esta misma frase. Y la familia, ¿qué opina de todo esto? “Se sienten muy orgullosos de mí; dicen que me he centrado y que soy más maduro”.

La experiencia de Antonio demuestra que la formación es básica para fomentar la inserción laboral. En cada curso, los Servicios de Formación trabajan para dotar al alumnado de herramientas que los conviertan en profesionales más cualificados.



## SERVICIOS DE FORMACIÓN

Los Servicios de Formación de Mercabarna son un centro de referencia en la impartición de cursos relacionados con el tratamiento y comercialización de productos frescos. El año pasado se revalidó la homologación de la norma de calidad ISO 9001:2015, requisito necesario para continuar siendo centro colaborador del Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC).

Alumnos

930

Cursos

88

Valoración media

9,12

Durante 2018, un total de 930 alumnos participaron en los 88 cursos organizados a lo largo del año, cuya valoración media fue de 9,12. En esta puntuación, los participantes tienen en cuenta la calidad del experto, los equipamientos y el material didáctico.

Con el objetivo de dar un paso adelante en la mejora del servicio, en mayo se puso en marcha la nueva aula de formación, el Aula del Fresco. Esta aula es la única de Cataluña que está homologada para impartir cursos de pescadería y es la más importante de Barcelona por lo que respecta a los cursos de carnicería. Además, la sala dispone de las últimas tecnologías para la realización de videoconferencias, característica técnica que amplía el abanico de personas que pueden participar en estas formaciones. Los hermanos Torres, chefs con dos estrellas Michelin, fueron los encargados de inaugurar la nueva instalación. Para ello, realizaron un *show cooking* y conectaron en *streaming* con el Mercado del Ninot, donde estaban los alumnos de los Servicios de Formación.

Otra de las novedades fue la convocatoria, por primera vez, de cursos semipresenciales de carnicería y pescadería. Esta nueva modalidad introduce el aprendizaje en línea de aspectos teóricos, mientras que la parte más práctica se lleva a cabo en las instalaciones de Mercabarna.

### Cursos de formación continuada

Mercabarna también organiza cursos a medida para empresas que apuestan por la actualización de las competencias de sus empleados y cursos en abierto para personas interesadas. Durante 2018 se acogieron a este servicio 28 empresas y se impartieron 41 cursos en los que participaron 720 alumnos.

Para facilitar el acceso a la formación, durante 2018 se descontó el 10% del importe de los cursos a los futuros alumnos que acreditaron estar en paro. De cara a 2019, está prevista una ampliación de las personas beneficiadas y de la bonificación.

### Horas lectivas impartidas

Carnicería	392 horas
Prevención de riesgos laborales	250 horas
Pescadería	168 horas
Higiene y manipulación de alimentos	83 horas
Charcutería	54 horas
Otros	52 horas
Informática	20 horas
Frutería	18 horas

### Cursos de formación profesionalizadora

A lo largo de 2018 se llevaron a cabo 17 cursos para colectivos con dificultades de inserción laboral, como es el caso de los parados y las personas en riesgo de exclusión social. En total participaron 210 alumnos, que obtuvieron los certificados de profesionalidad de carnicería, pescadería, floristería y comercio internacional, principalmente, y pudieron llevar a cabo prácticas en empresas.

Estos cursos se organizan en colaboración con el SOC, Barcelona Activa, los ayuntamientos de Sant Adrià de Besòs y de Sant Feliu de Llobregat y las entidades Cruz Roja y la Comisión Española de Ayuda al Refugiado.

En la línea de fomentar la inserción laboral de colectivos vulnerables, Mercabarna ha concedido ayudas económicas a entidades sociales que tratan con personas en riesgo de exclusión.

Por un lado, Mercabarna coordinó la formación de diez usuarios de la Fundación Secretariado Gitano, que pudieron iniciarse en el oficio de carnicero. Por otro, se firmó un convenio de colaboración entre Mercabarna y la Obra Social "la Caixa", dentro del programa Incorpora. A raíz de este acuerdo, se organizaron dos cursos para formar a 24 ayudantes de pescadería y carnicería procedentes de la Fundación Saó-Prat y de la Fundación Marianao.

### Horas lectivas impartidas

Carnicería	1.735 horas
Pescadería	980 horas
Floristería	950 horas
Comercio internacional	695 horas
Mozo de almacén y carretillero	400 horas
Frutería	310 horas





El no desperdicio, también en los cursos: los productos frescos utilizados en los cursos de los Servicios de Formación se destinan a entidades sociales como la Fundación Busquets y a los comedores sociales Gregal y Canpedró.

## **En 2018 se aportaron más de 4.500 kg de carne, pescado y productos de charcutería.**

### **Cápsulas formativas**

Durante 2018 se realizaron seis cápsulas formativas totalmente subvencionadas por Mercabarna. Las cápsulas son clases de tres horas de duración que permiten tener una primera experiencia en el mundo de la pescadería y la carnicería. La finalidad de estos cursos exprés es que los participantes conozcan las características de estos oficios y, si les gustan, hagan el curso completo.

En esta ocasión, los 61 participantes tenían perfiles diversos –estudiantes de tercero y cuarto de ESO, jóvenes tutelados y, en general, personas en riesgo de exclusión– y procedían de la Fundació Comtal, la Fundación Idea, la Escuela Cintra, la Fundación Secretariado Gitano y la Cruz Roja. Del total de alumnos de las cápsulas, 16 acabaron realizando una formación más extensa.

### **Talleres monográficos**

Otra de las iniciativas impulsadas desde los Servicios de Formación es la realización de talleres de corta duración, en los que expertos en producto y restauradores explican las características de un alimento en particular. En 2018 se llevó a cabo una prueba piloto de la mano de dos monográficos, uno sobre hamburguesas y el otro sobre el bogavante y la langosta. Se prevé que a lo largo de 2019 se desarrolle un programa más extenso que cubra otros alimentos.

<  
1. *Show cooking* de los hermanos Torres durante la inauguración del Aula del Fresco. 2. Alumnos del curso de pescadería de los Servicios de Formación de Mercabarna.

# Referente

Mercabarna se reinventa constantemente para seguir siendo una Unidad Alimentaria líder y con proyección internacional.

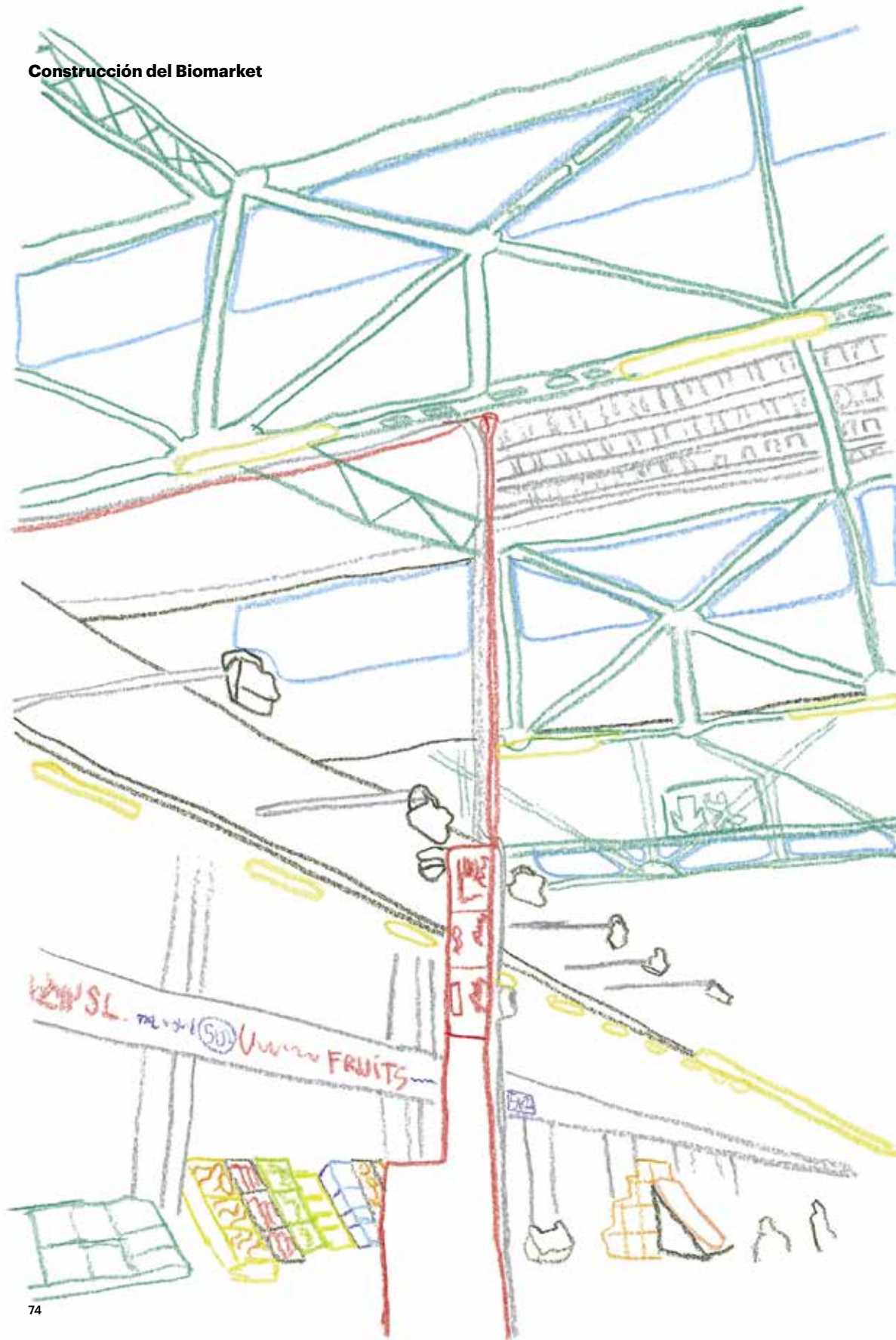
El polígono orienta su estrategia al desarrollo de nuevos proyectos y al establecimiento de alianzas con sus grupos de interés. El trabajo conjunto y la búsqueda de objetivos compartidos son las herramientas más efectivas para afrontar los retos que plantea el sector, pero también para construir una Unidad Alimentaria que todo el mundo sienta como propia.

El Plan Estratégico 2017-2019 contempla el eje de reposicionamiento de la marca Mercabarna, que durante 2018 se ha desplegado en una serie de acciones. Por un lado, se ha apostado por la creación de infraestructuras que permitan dar respuesta a las nuevas necesidades del consumidor final. Es el caso de la construcción del mercado mayorista de productos ecológicos, el Biomarket, que será el primero del Estado de estas características.

También ha sido muy relevante el papel de Mercabarna como anfitriona de los mercados internacionales en el Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas. Mercabarna ha conseguido así consolidar su imagen como mercado internacional de referencia en temas de responsabilidad social corporativa.

Por último, destacan las actuaciones realizadas para mejorar las infraestructuras existentes.

Este conjunto de acciones, enmarcadas en el eje del Plan Estratégico de renovación y mejora continua del funcionamiento del recinto, ha conllevado obras de modernización en los mercados centrales, el Matadero y el Polivalente realizadas a lo largo de 2018.



# **Mercabarna se convertirá en el primer mercado mayorista del Estado con un pabellón dedicado a la comercialización de productos ecológicos.**

A finales de 2018, Mercabarna colocó la primera piedra del futuro Biomarket, que albergará empresas mayoristas y productores de alimentos ecológicos. Esta nueva infraestructura, que terminará de construirse en febrero de 2020, nace para dar respuesta a la creciente demanda de este tipo de productos por parte de la ciudadanía. Así lo constatan los datos del Ómnibus Municipal 2018: el 91,5% de la población barcelonesa tiene en cuenta la proximidad del producto, un 55,5% que sea de venta directa del campo y un 54,2% que sea ecológico.

Las previsiones indican que el nuevo mercado distribuirá el 20% del total de frutas y hortalizas ecológicas comercializadas en Cataluña en 2021 (23.662 toneladas). Este porcentaje subiría hasta

el 50% en 2031 (78.100 toneladas), un volumen elevado que convertiría el Biomarket en el centro distribuidor de productos ecológicos más importante de Cataluña. Aunque se comercializarán principalmente productos hortofrutícolas, también se prevén puntos de venta de otros productos ecológicos, como la carne.

Gracias a este proyecto, Mercabarna se convertirá en el primer mercado mayorista con un espacio específico para la comercialización de alimentos orgánicos frescos.



## Los antecedentes del Biomarket

La semilla del mercado bio se plantó entre 2015 y 2016, cuando el Observatorio de Tendencias de Mercabarna identificó la necesidad de mejora del sector especializado en los productos ecológicos. Los estudios determinaron que los consumidores están cada vez más informados sobre el valor añadido de esta tipología de productos y que, además, es un sector en alza, tanto en el sector agrícola como en el de distribución.

No obstante, se hizo hincapié en la necesidad de ofrecer un sistema logístico más eficiente y de facilitar la disponibilidad de los alimentos bio en los centros de compra habituales para llegar a todos los consumidores interesados. En esta línea, el Biomarket dará respuesta a la demanda creciente de este tipo de alimentos y facilitará su distribución entre el comercio minorista y el sector HORECA.

Asimismo, el mercado de productos ecológicos entronca con el Pacto de Políticas Alimentarias de Milán, promovido por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), del que Barcelona es una de las 100 ciudades firmantes. A raíz de este acuerdo, del que se desprende una estrategia que apuesta por los alimentos de proximidad y por modelos de producción sostenible como la alimentación ecológica, se creó una red de municipios en favor de la alimentación saludable y el consumo responsable.

## Las características del proyecto

El Biomarket ocupará una superficie de 8.900 m<sup>2</sup> y tendrá el mismo diseño que el resto de mercados centrales de Mercabarna. En su interior habrá un pasillo central con puestos de empresas mayoristas a ambos lados por el que circularán los compradores, así como un espacio de venta para productores de proximidad. La adjudicación de estos puestos se realizará a través de un concurso público que tendrá lugar en 2019. En el exterior, cada lateral dispondrá de muelles y zona de carga y descarga.

Con la edificación del nuevo mercado, que costará 4.977.000 euros, se agrupará la oferta en un solo espacio, con el fin de dar mayor visibilidad a los productos ecológicos. Esta concentración promueve la competencia entre empresas, al tiempo que amplía la variedad y mejora la relación calidad-precio. Asimismo se convierte en una oportunidad para los pequeños y medianos productores, que podrán comercializar sus productos en buenas condiciones económicas.

Por último, la construcción de unas instalaciones específicas facilitará los controles higiénico-sanitarios y los de etiquetado y trazabilidad.



**biomarket**  
mercabarna

# El mercado bio facilitará la competencia en el sector y la distribución de los productos bio a los establecimientos del comercio minorista y HORECA.

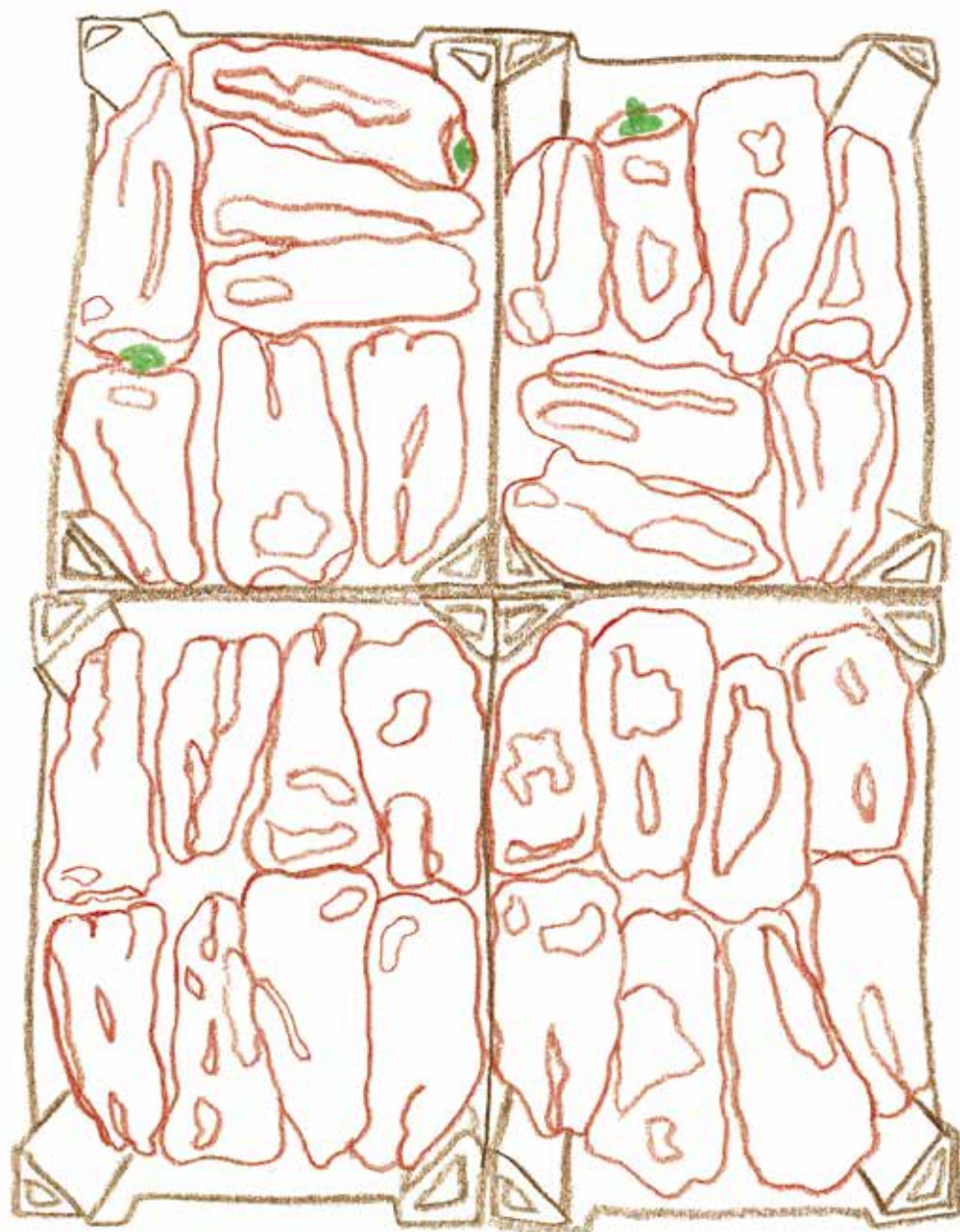
< La alcaldesa de Barcelona y el presidente de Mercabarna durante el acto de inicio de las obras del Biomarket.

>  
1. Render del futuro Biomarket.  
2. De izquierda a derecha, el presidente de Mercasa, José Ramón Sempere; la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, y el director general de Mercabarna, Josep Tejado.









## **Las obras de modernización de los mercados centrales son fruto de acuerdos entre Mercabarna y los gremios mayoristas del recinto.**

Durante 2018 Mercabarna prosiguió con la renovación del polígono alimentario para actualizar los diversos equipamientos y seguir siendo un centro de referencia en Europa. En este sentido, continuaron las obras de modernización de los mercados centrales, unas actuaciones englobadas en los acuerdos firmados entre el Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna y los gremios mayoristas del pescado y de frutas y hortalizas en 2013 y 2014, respectivamente. Hasta el 2018, se han invertido cerca de 17 millones de euros en la renovación de los mercados.

En cuanto al Mercado Central de Frutas y Hortalizas, en 2018 se sustituyeron las cubiertas de los pabellones B y C, al tiempo que se iniciaron los trabajos en los pabellones A, D y G. Estas obras, de gran envergadura, comenzaron en 2016 con la sustitución de las cubiertas de fibrocemento de los pabellones E y F y su rehabilitación estructural.

En cuanto al Mercado Central del Pescado, la principal actuación del año fue el inicio del cambio de pavimento en las zonas comunes del mercado. El material empleado es antideslizante, característica que mejora la seguridad de los usuarios y facilita su limpieza.

En el Pabellón Polivalente se continuó con la adecuación de la protección antiincendios mediante la instalación de rociadores. Estas obras se

enmarcan en el proyecto de modernización del equipamiento, fruto del acuerdo entre Mercabarna y las empresas.

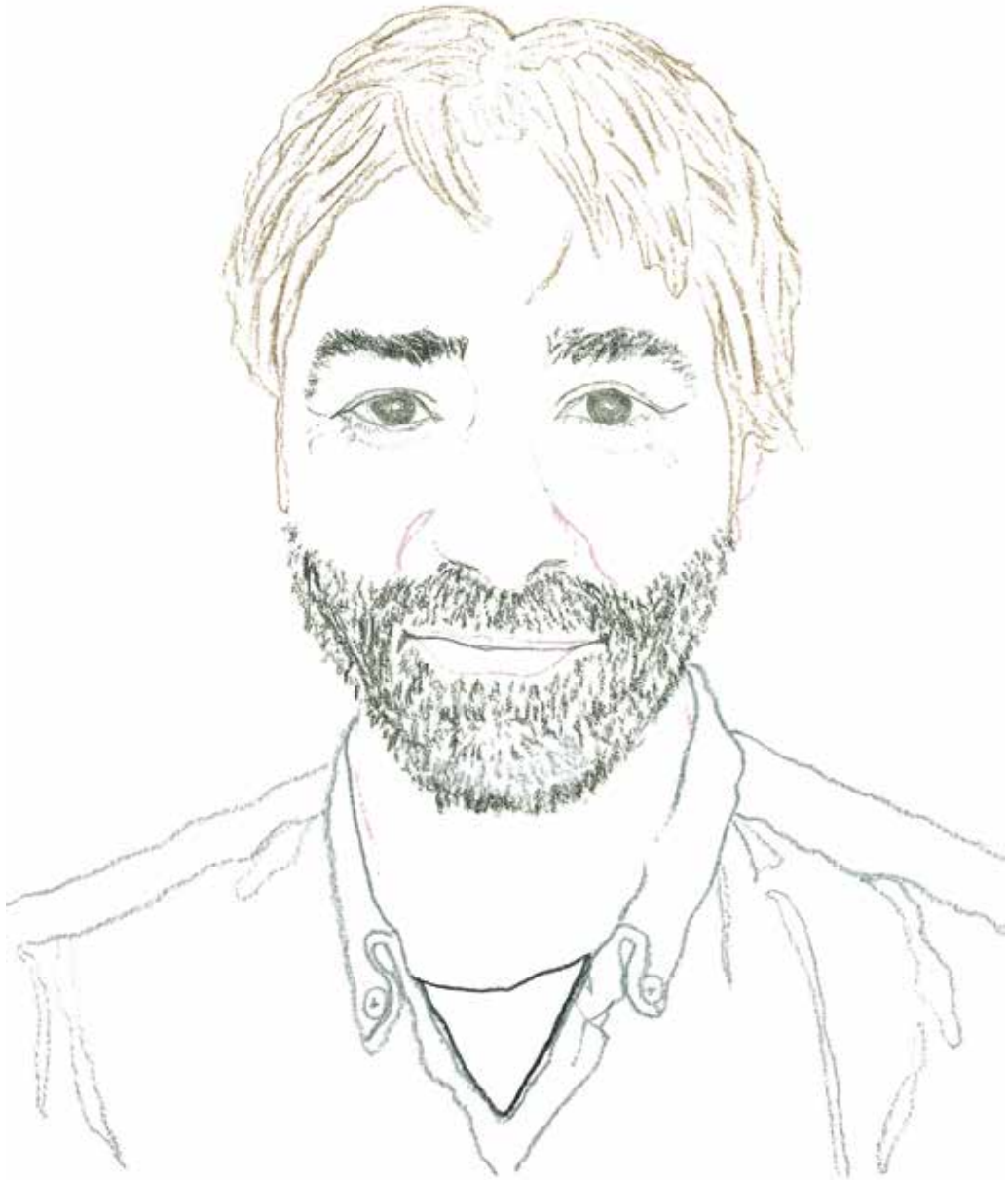
Una de las actuaciones más destacadas del año fue la habilitación de una nueva aula de formación en el edificio de bancos y cajas, denominada Aula del Fresco (página 65). Se inauguró en mayo y es el espacio donde se realizan las clases prácticas de los cursos ocupacionales de pescadería, carnicería y charcutería impartidos por los Servicios de Formación de Mercabarna. Esta aula está dotada de la tecnología necesaria para impartir formación a distancia.

En el edificio del Centro Directivo se renovó la fachada de la planta baja y de la primera planta y se habilitó un gimnasio para los trabajadores de la empresa.

En el Matadero se repararon las estructuras de las cámaras de conservación y prácticamente se terminó el cambio de cubierta y el refuerzo de la estructura de hormigón de la depuradora EDAR.

Por último, se mejoró la señalización informativa en la red vial del recinto con la instalación de 242 carteles de orientación y de nombres de calles.

“El Biomarket facilitará el acceso del comercio a los productos ecológicos, principalmente a los del área metropolitana de Barcelona. Con ello, el consumidor, cuando vaya a comprar a su punto de venta habitual, encontrará mayor variedad de productos.”



**Daniel Valls**

Presidente del Consejo Catalán  
de la Producción Agraria  
Ecológica (CCPAE)

“El sector de los ecológicos ha crecido de forma espectacular en los últimos ocho años”. Son palabras de Daniel Valls, ingeniero agrónomo y presidente del Consejo Catalán de la Producción Agraria Ecológica (CCPAE), autoridad pública de control de la producción agroalimentaria ecológica de Cataluña.

El CCPAE es el encargado de supervisar y certificar que todos los operadores catalanes cumplan el reglamento europeo que regula el sistema productivo de la agricultura ecológica. Su labor se extiende a toda la cadena alimentaria: producción, elaboración, distribución y comercialización. “Este año celebramos 25 años de trayectoria, a lo largo de la cual hemos comprobado que el mercado ha ganado peso ininterrumpidamente. Dentro de los ecológicos, hay sectores que han crecido a ritmo desigual, pero el global siempre ha sido positivo”, explica Valls.

Mercabarna formará parte del ecosistema de ecológicos de Cataluña a principios de 2020, cuando se inaugure el Biomarket. Gracias a ello, se convertirá en la primera Unidad Alimentaria de España con un mercado central especializado en productos ecológicos. La semilla se plantó el 11 de diciembre de 2018, fecha en que se puso la primera piedra del futuro mercado bio.

“Mercabarna es un punto importantísimo de suministro de alimentos, principalmente de producto fresco”, comienza Valls. “El Biomarket facilitará el acceso del comercio a los

productos ecológicos, principalmente a los del área metropolitana de Barcelona. Con ello, el consumidor, cuando vaya a comprar a su punto de venta habitual, encontrará mayor variedad de productos”, prosigue el presidente del CCPAE.

“Por otra parte, la concentración de operadores en un espacio puede incidir en el precio, ya que implica el abaratamiento de costes. Por lo tanto, es posible que acabe traduciéndose en un incremento del consumo de alimentos ecológicos en Cataluña”, explica.

Las reflexiones de Valls coinciden con estudios de mercado que prevén el incremento del gasto en productos bio durante los próximos años. “Esta tendencia no solo afecta a Cataluña, España o Europa, sino a todos los países del mundo”, concluye.



## **La Conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas profundizó en el papel de los mercados en materia de responsabilidad social corporativa.**

Más de 250 personas, principalmente cargos directivos y gestores de mercados mayoristas de todo el mundo, asistieron a este encuentro profesional.

---

Durante la segunda semana de abril, Barcelona se convirtió en la capital de la alimentación gracias a la celebración de dos eventos internacionales. Por un lado, tuvo lugar la conferencia de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM, por sus siglas en inglés) y, por otro, la feria bianual Alimentaria.

En la edición de 2018, Mercabarna fue la encargada de organizar la conferencia anual de la WUWM, una organización sin ánimo de lucro que agrupa más de 800 mercados mayoristas y minoristas de todo el mundo. Uno de los objetivos de estos encuentros profesionales es identificar las tendencias y oportunidades de los mercados en el ecosistema de la alimentación.

En este caso, la conferencia se enmarcó en el salón de Alimentaria, una de las ferias más potentes del sector alimentario. Mercabarna, que participa en Alimentaria a desde 1992, también estuvo presente con un stand institucional.

### **La conferencia, día a día**

La inauguración institucional tuvo lugar el 16 de abril en el Salón de Ciento del Ayuntamiento de Barcelona, donde los asistentes disfrutaron de una actuación *castellera*. Al día siguiente comenzaron las ponencias en Fira de Barcelona, que giraron en torno a la eficiencia y la responsabilidad social de los mercados del futuro. Se dieron a conocer buenas prácticas relacionadas con la sostenibilidad y la movilidad, la lucha contra el

despilfarro, el fomento del empleo y la formación, la digitalización o las alianzas estratégicas.

Los más de 250 participantes, en su mayoría personas directivas y responsables de los mercados mayoristas de Europa, Asia y América, pusieron de relieve la calidad y el prestigio de los ponentes. Entre ellas se encontraban el chef e investigador gastronómico Ferran Adrià y economistas de relevancia como Antonio Argandoña y Jaume Llopis. Los mercados mayoristas también estuvieron presentes a través de los gestores de algunas Unidades Alimentarias (Roma, Hamburgo, Maryland, París, Atenas, Padua, Ciudad de México y mercados indios y chinos). Uno de los puntos fuertes fue la presentación del estudio "Las claves para adaptar los mercados a las demandas del nuevo consumidor de alimentos frescos en Europa, Estados Unidos y Asia", elaborado por Kantar Worldpanel (página 109).

Dentro del programa de la WUWM, 140 personas visitaron Mercabarna y algunas de las instalaciones del recinto, como los mercados mayoristas de alimentos frescos y el Punto Verde. Posteriormente, un grupo de asistentes se trasladó al mercado municipal de Sants para conocer su sistema de gestión de residuos. La cena de clausura del congreso se celebró en el Gran Teatro del Liceo de Barcelona.





1	2
3	4
5	

1. Inauguración en el Salón de Ciento del Ayuntamiento de Barcelona. 2. Conferencia de Ferran Adrià en la WUWM. 3. Visita a Mercabarna. 4. Visita al mercado de Sants. 5. Fotografía de todos los asistentes a la conferencia.

**Presencia en  
ferias del sector  
agroalimentario**

**Alianzas con los  
gremios mayoristas**



## **Mercabarna participó en las ferias alimentaria, Fruit Logistica y Fruit Attraction.**

Por un lado, se organizó el salón bianual de alimentación y bebidas Alimentaria (Barcelona), que se celebra cada dos años. En esta edición, que coincidió con la organización de la conferencia de la WUWM, Mercabarna presentó los proyectos que la posicionan como empresa socialmente responsable. Estas iniciativas se estructuran a través de los objetivos de promoción de los hábitos de alimentación saludable, lucha contra el despilfarro, fomento de la formación y el empleo e implementación de políticas de sostenibilidad medioambiental.

Asimismo, el polígono alimentario también tuvo representación en Alimentaria gracias a la presencia de 14 firmas de los diferentes sectores de actividad presentes en el recinto.

### **Participación en ferias hortofrutícolas**

En cuanto a los eventos del sector hortofrutícola, Mercabarna estuvo presente en las ferias Fruit Logistica y Fruit Attraction, celebradas en Berlín (febrero) y Madrid (octubre), respectivamente. Mercabarna asistió a ambas conjuntamente con el gremio de mayoristas AGEM y, en el caso de la feria de Madrid, también con el Puerto de Barcelona.

En estas ferias se puso de relieve el posicionamiento estratégico de Mercabarna como plataforma líder en distribución de frutas y hortalizas del sur de Europa. Además, 10 y 22 firmas del polígono alimentario barcelonés participaron como expositores en Fruit Logistica y Fruit Attraction, respectivamente.

El fomento de acciones de *networking* fue otro de los puntos importantes de la participación en las ferias, gracias a la organización de encuentros B2B entre empresas de la Unidad Alimentaria e importadores internacionales, principalmente europeos.





La colaboración es uno de los rasgos distintivos del modelo de gestión de Mercabarna y reviste especial importancia entre las asociaciones gremiales, uno de los principales grupos de interés de la empresa.

---

#### **Las comisiones mixtas**

Mercabarna y los gremios mayoristas del recinto desarrollan proyectos a través de comisiones técnicas. Estos grupos específicos de trabajo realizan un seguimiento de las acciones programadas y de las que se encuentran en curso para detectar posibles desviaciones o incidencias y plantear propuestas de mejora.

#### **Balance 2018:**

- **Comisión de movilidad:** se reunió en tres ocasiones para tratar aspectos relacionados con los accesos, los estacionamientos, la reordenación de espacios, el transporte público, la dirección de las calles o la señalética.

- **Comisión de obras:** para realizar un seguimiento de las obras en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas y el Mercado Central del Pescado, las comisiones se reunieron en quince y nueve ocasiones, respectivamente.

- **Comisión de seguridad y salud laboral:** se estableció una comisión para cada uno de los mercados centrales y otra para el Matadero. Cada comisión se reunió dos veces durante 2018 para hablar sobre la prevención de riesgos laborales.

- **Comisión de telecomunicaciones:** se reunió en dos ocasiones para hacer balance y presentar las actuaciones e innovaciones que se llevarán a cabo, como la instalación de la red wifi en el recinto.

#### **Iniciativas conjuntas**

Además de la colaboración con las campañas infantiles (“5 al día”, “Crece con el pescado” y “Flores y plantas, ¡cada día!”) y de la edición de los calendarios del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y de Mercabarna-flor, Mercabarna apoyó otras iniciativas durante 2018.

#### **- Con la Asociación Gremial de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas de Barcelona y Provincia (AGEM)**

Se organizaron acciones de promoción del consumo de productos de temporada y de proximidad. Se trata de la cata popular de calçots en el Mercado del Ninot (3 de marzo) y de la degustación de cremas de otoño en el Mercado del Carmel (10 de noviembre). Además, en el marco de las acciones del Clúster Alimentario Mercabarna-Barcelona y en colaboración con la AGEM, se llevaron a cabo seis misiones comerciales para atraer compradores internacionales al Mercado.

#### **- Con el Gremio de Mayoristas del Mercado Central del Pescado (GMP)**

Se celebró una nueva edición de “Verbenas de verano con mejillones y cava” (22, 23, 27 y 28 de junio) para impulsar el consumo de mejillones de proximidad. La principal acción de la campaña son las degustaciones populares en varios mercados de Barcelona (Sant Antoni, Carmel, Concepció, Ninot, Sants, Llibertat y Abaceria).

#### **- Con la AGEM y el GMP**

Se dieron a conocer las previsiones de venta y tendencias gastronómicas navideñas en una rueda de prensa que se celebra anualmente (19 de diciembre).

#### **- Con la Asociación de Empresarios Mayoristas de Mercabarna-flor (AEM)**

Mercabarna-flor acogió la Fiesta de la Primavera (8 de abril) y las XXXV Mercademostraciones (11 de noviembre). Estos dos eventos son un referente internacional de las tendencias en arte floral.

# Innovadora

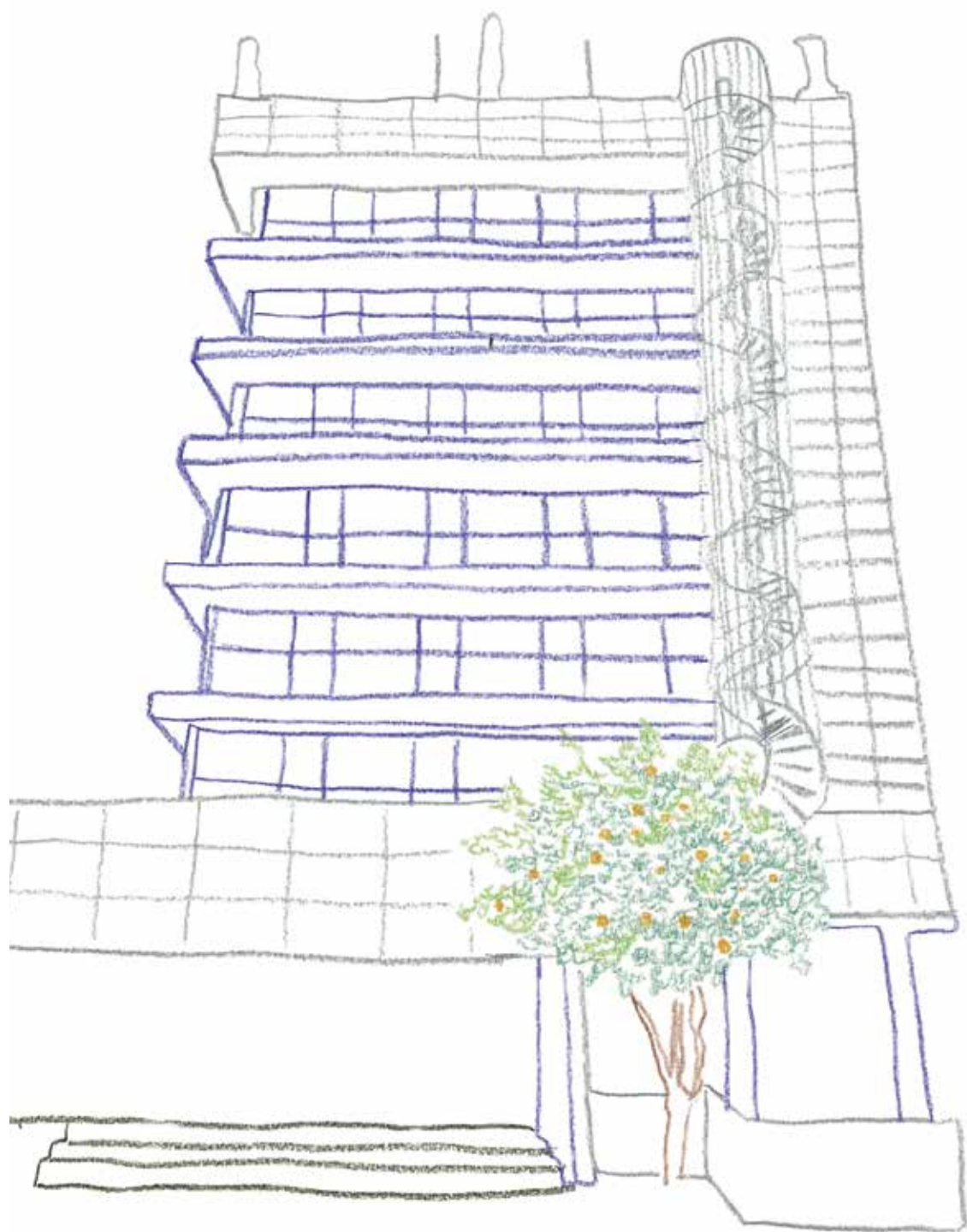
La creatividad y la innovación son elementos esenciales que determinan la gestión de Mercabarna. Por un lado, sirven para buscar soluciones presentes y futuras y, por otro, impulsan nuevas iniciativas que aportan valor añadido a las empresas del recinto. Desde la dirección de Mercabarna se promueve la evolución constante de la Unidad Alimentaria con el fin de anticiparse a las necesidades de los usuarios y contribuir al liderazgo de las compañías del polígono.

El Plan Estratégico de Mercabarna recoge específicamente un eje centrado en la digitalización del recinto. Durante 2018 se ha realizado una auditoría interna para analizar cuáles son las herramientas más adecuadas para agilizar y mejorar procedimientos de la organización. A raíz de los resultados obtenidos en función de las prioridades, se ha desarrollado una hoja de ruta para optimizar los procesos y aumentar la eficiencia y la eficacia.

Asimismo, Mercabarna trabaja para ser un espacio innovador y atractivo para los clientes, pero también un referente entre el resto de mercados centrales. Este objetivo se ha materializado en el inicio de proyectos pioneros en el ámbito del comercio mayorista, como la colaboración con el Bullifoundation y el programa Innofood de impulso a *start-ups* del sector agroalimentario. Además de las iniciativas emprendidas a lo largo del ejercicio, se ha

dado continuidad a los premios Mercabarna Innova, que ya han llegado a su tercera edición, y al Observatorio de Tendencias, que desde 2015 estudia los retos y oportunidades de negocio del sector.

Todas estas acciones hacen posible que Mercabarna interactúe con clientes, profesionales y personas expertas, en un contexto en el que se genera y se comparte conocimiento.





## **Mercabarna y elBullifoundation colaboran en un proyecto pionero que difundirá el conocimiento sobre el producto no elaborado.**

---

“Hemos escogido Mercabarna porque es uno de los mercados más importantes, donde encontramos especialistas en producto y en comprensión global y holística del mundo de los alimentos.” Ferran Adrià <sup>cuiner</sup>

“Esta obra será un long-seller, porque buscamos desarrollar un proyecto que se asiente en el tiempo y constituya una obra de referencia.” Ferran Adrià <sup>cuiner</sup>



Durante 2018 Mercabarna ha comenzado a asesorar a elBullifoundation en el ámbito del conocimiento y la difusión del producto fresco. A raíz de un acuerdo de colaboración con la fundación que preside el chef y estudioso Ferran Adrià, la Unidad Alimentaria presta su apoyo a la Bullipedia, un proyecto divulgativo del mundo de la alimentación dirigido a los profesionales del sector gastronómico.

En el marco de esta iniciativa, se está creando un archivo fotográfico digital de la morfología de los alimentos frescos, que será pionero en el mundo y al que se podrá acceder libremente. El objetivo es que se convierta en una herramienta para la comprensión, creación e innovación en los diferentes ámbitos de la gastronomía.

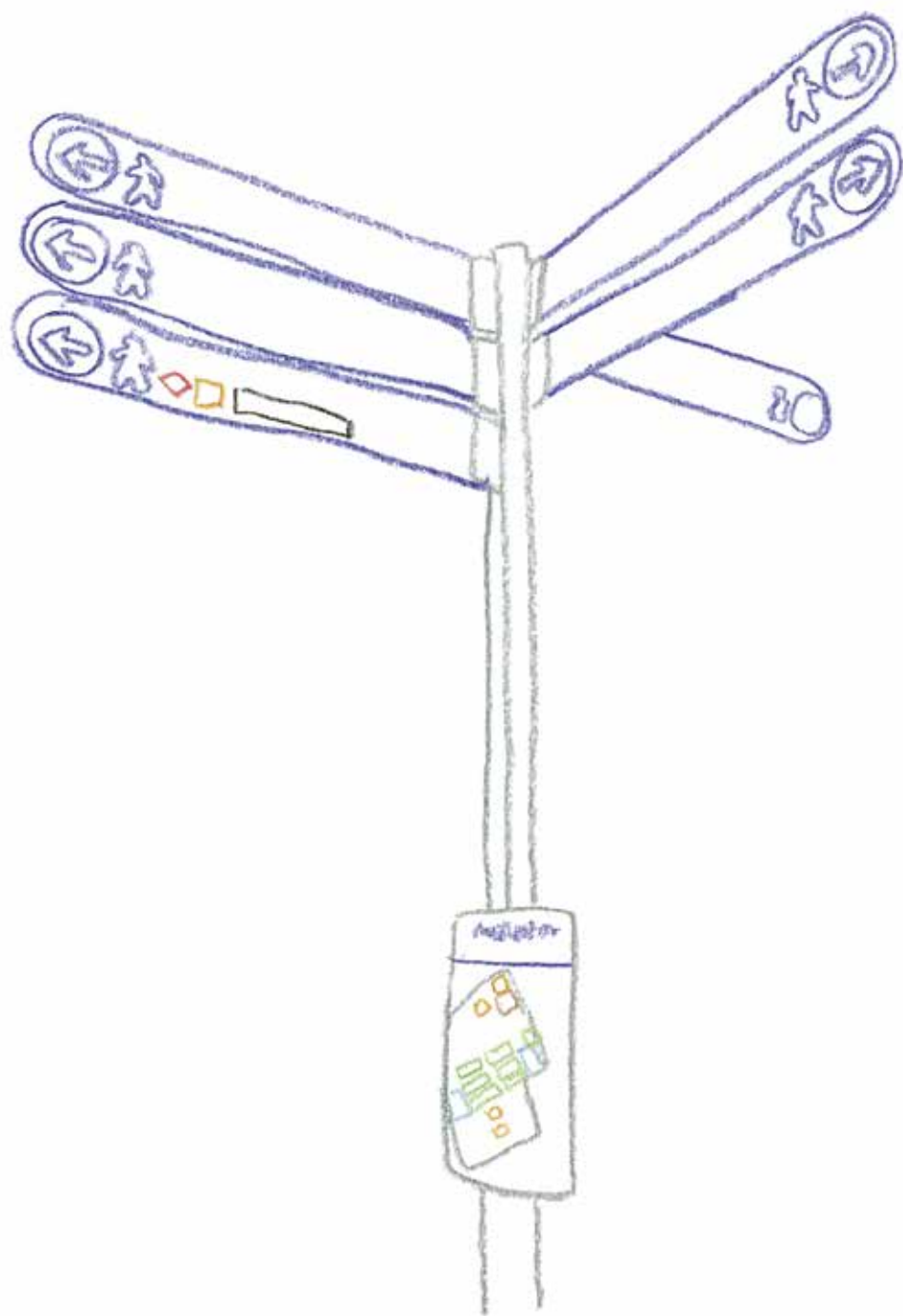
Un equipo integrado por fotógrafos y cocineros de elBullifoundation está trabajando codo con codo con especialistas de la Unidad Alimentaria, que aportan conocimiento sobre el producto y su manipulación. Durante 2018 se realizaron fotografías de un centenar de alimentos no elaborados, los más utilizados en gastronomía, facilitados por Mercabarna.

La colaboración con elBullifoundation es un proyecto a largo plazo. Además del archivo fotográfico, se prevé también la edición de varios libros.

---

## **Se creará el primer archivo fotográfico protagonizado por los productos no elaborados y sus partes morfológicas.**





**Innofood es un programa inmersivo donde las start-ups participan en sesiones de formación, asesoramiento y networking.**

Start-ups

15

Ganadores

Cuits & Beans <sup>1°</sup>  
Foods for Tomorrow <sup>2°</sup>  
Citring <sup>3°</sup>



En 2018 Mercabarna y Barcelona Activa pusieron en común su experiencia para poner en marcha la primera edición de Innofood, un programa de asesoramiento enfocado a *start-ups* del sector alimentario.

Quince empresas emergentes formaron parte de esta iniciativa, vertebrada alrededor de sesiones formativas, de capacitación de habilidades emprendedoras y de acciones de *networking* con empresas de la Unidad Alimentaria y personas expertas. En el marco de la feria Alimentaria, las *start-ups* también tuvieron la oportunidad de presentar sus proyectos a especialistas en comercio, recursos humanos, marketing y finanzas, en unos encuentros que sirvieron para detectar las debilidades y fortalezas de las diferentes ideas de negocio.

### **Premio a las mejores *start-ups***

Tras cuatro meses, el programa Innofood finalizó con la selección de los tres mejores proyectos empresariales, que recibieron una aportación económica y una estancia de seis meses en el espacio de oficinas Food Trade Center de Mercabarna. Las *start-ups* galardonadas se dieron a conocer en el BizBarcelona, evento de referencia en el mundo del emprendimiento organizado por Barcelona Activa.

Como resultado a las sinergias fomentadas por Mercabarna durante el programa, algunas *start-ups* han acabado cerrando acuerdos con empresas de la Unidad Alimentaria.

La *start-up* ganadora fue Cuits & Beans, que comercializa legumbres y cereales ecológicos cocidos sin gluten, sal ni conservantes y que están listos para consumir. Este producto responde a las necesidades de una parte de los consumidores, que quieren seguir una alimentación saludable pero tienen poco tiempo para cocinar. El proyecto, además, entronca con la responsabilidad social corporativa, ya que se encargan de su elaboración entidades que trabajan con personas con disminución psíquica y en riesgo de exclusión social. Al premio Innofood, se suma el reconocimiento del Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España del Instituto Cerdà.

La segunda posición fue para la empresa Foods for Tomorrow, que ha desarrollado Heura®, una proteína vegetal a base de soja cuyo sabor se asemeja a la carne. Esta *start-up* ha encontrado su nicho de negocio en los consumidores que siguen dietas vegetarianas, veganas o bajas en proteínas animales. Además de Innofood, en 2018 Foods for Tomorrow ha sido galardonada con los premios a la *start-up* más innovadora de los Culinary Action! y de la feria Alimentaria.

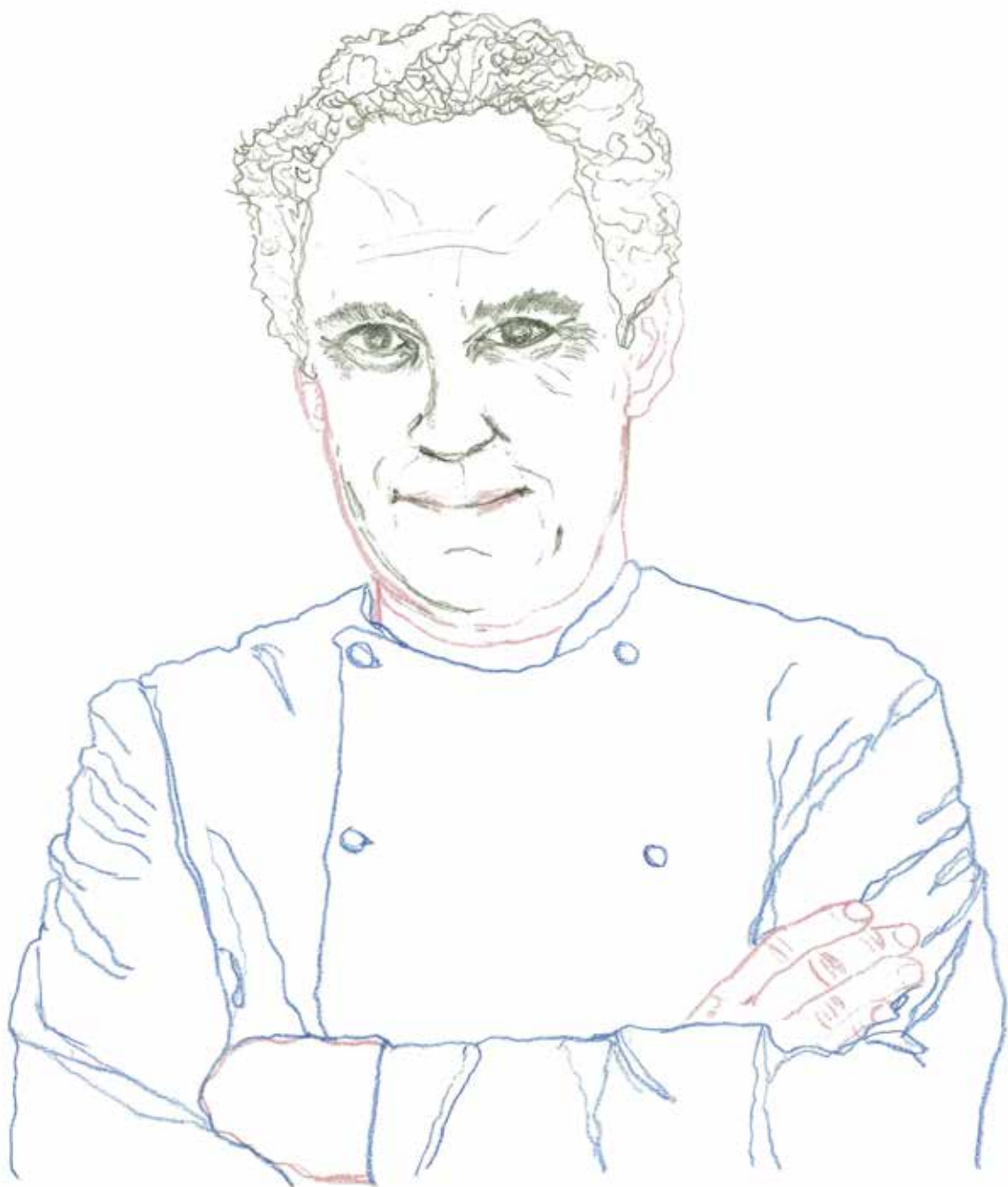
En tercer lugar, figura el proyecto tecnológico de Citring, que ha diseñado un exprimidor inteligente de alta velocidad para los hogares. La principal característica del aparato, aún en fase de prototipo, es que reduce en un 80% el tiempo requerido para preparar un zumo de naranja, pomelo o limón.

“Convivir con otros emprendedores de la industria alimentaria ha sido enriquecedor para nuestras empresas.”

Vytaute Staponkute <sup>CEO de Cuits & Beans</sup>

<  
Los ganadores del programa Innofood, con los representantes de Mercabarna y Barcelona Activa.

“El producto lo es todo,  
porque sin producto no hay cocina.”





## **Ferran Adrià**

Presidente de elBullifoundation  
Fundación Privada

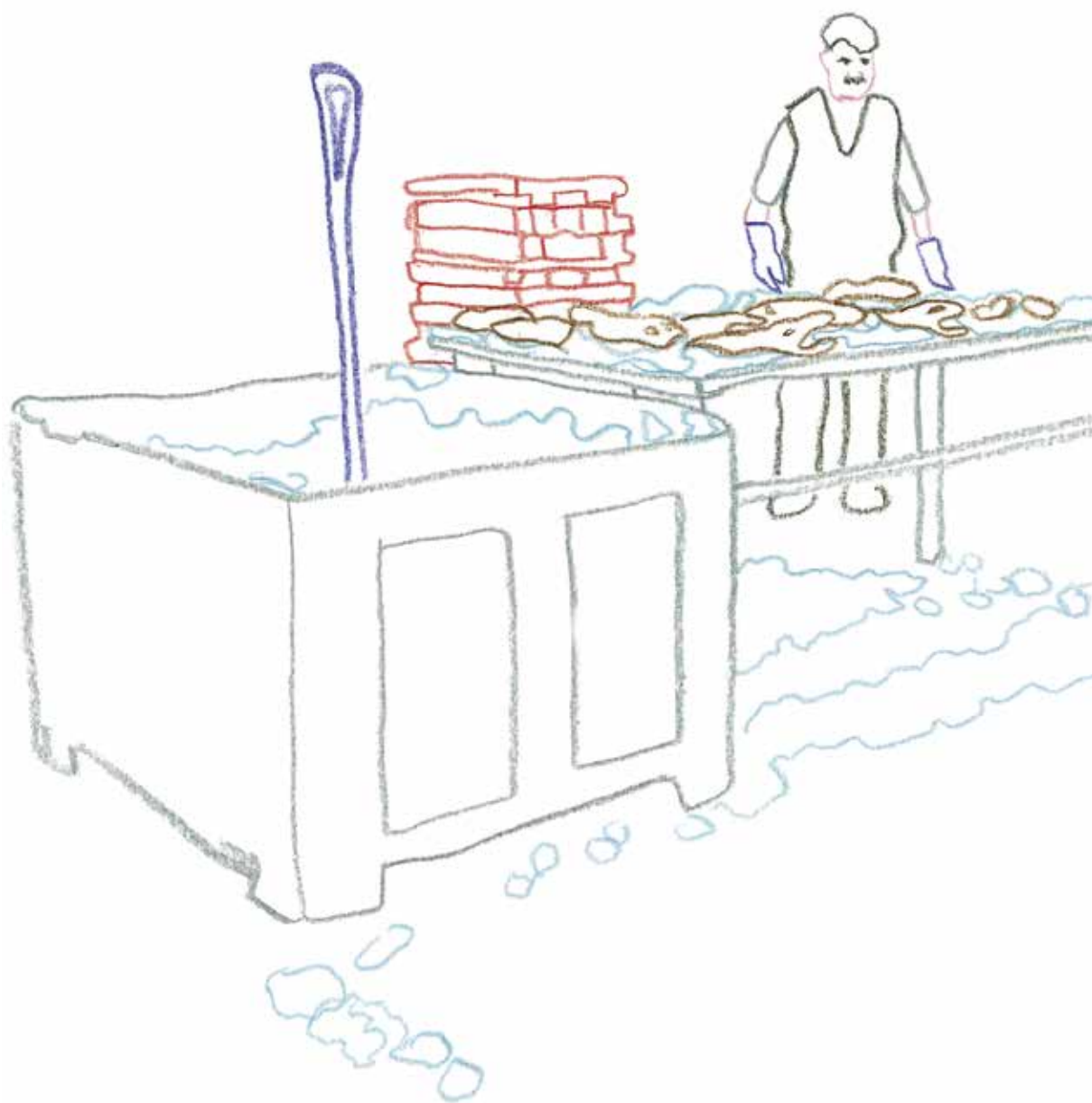
Ferran Adrià es todo un referente en el mundo de la gastronomía. Cocinero transgresor, investigador incansable y creador en el sentido más amplio del término, la figura de Adrià es difícil de acotar. Por ello consideramos conveniente dejar de lado los adjetivos para hablar de su proyecto con Mercabarna.

Actualmente, Adrià preside elBullifoundation, una fundación cuya misión es la de ordenar la gastronomía para comprenderla y, a partir de ahí, obtener conocimiento. De esta concepción surge la metodología Sapiens, creada por el propio Adrià, que permite ordenar y conectar el conocimiento.

Para el cocinero, "el producto lo es todo, porque sin producto no hay cocina". Siguiendo este precepto, Adrià y su equipo han puesto en marcha el proyecto de la Bullipedia, una obra de referencia centrada, entre otros temas, en el estudio de los productos no elaborados.

Es en este punto donde elBullifoundation ha confluído con Mercabarna, con la que ha firmado un acuerdo de colaboración, para que sea uno de los "curadores" de su proyecto con los productos. En palabras de Adrià, la implicación de Mercabarna en este proyecto es incuestionable, puesto que "es uno de los mercados centrales más importantes del mundo, donde no solo hay auténticos expertos en producto, sino también en la comprensión global y holística del mundo de los alimentos".

La Bullipedia tendrá un largo recorrido porque "no pretende ser un impacto, un *best-seller*, sino un *long-seller* que acabe asentándose en el tiempo". En este sentido, su desarrollo sigue el sistema de trabajo de Sapiens y derivará en una obra exhaustiva, donde el conocimiento estará conectado y permitirá una comprensión global y útil del mundo de los productos no elaborados. Ferran Adrià tiene claro el potencial de esta colaboración y su impacto a largo plazo. "Estamos convencidos de que la Bullipedia se convertirá en una herramienta que ayudará a los profesionales de la restauración, pero también de que será de interés para el público general", concluye.



## **En los premios Mercabarna Innova se presentaron 14 firmas del polígono alimentario.**

Los proyectos ganadores han implantado innovaciones en materia de sostenibilidad, creación de nuevos productos y mejora de procesos.

En 2018 se convocó la tercera edición de los premios Mercabarna Innova, que reconocen los esfuerzos innovadores invertidos por las empresas para mantenerse en un mercado muy competitivo. Este ha sido el año más participativo y heterogéneo, ya que se presentaron 14 firmas del recinto en representación de casi todos los sectores de actividad del polígono alimentario.

Los proyectos a concurso giraban en torno al desarrollo de nuevos productos, la mejora de procesos, el impulso de nuevos modelos de negocio y la introducción de innovaciones en materia de movilidad, sostenibilidad y atención al cliente.

El jurado encargado de evaluar el grado de innovación estaba compuesto por profesionales de prestigio del sector agroalimentario, empresarial y del mundo de la investigación.

En este caso, los integrantes del jurado fueron:

- Anna Gras, directora de la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona (ESAB-UPC)
- Jaume Llopis, profesor del IESE Business School
- Miquel Martí, CEO de Barcelona Tech City
- Josep Maria Monfort, director general del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA)
- Josep Miquel Piqué, presidente de La Salle Technova y de la Asociación de Parques Científicos y Áreas de Innovación (IASP)
- Toni Valls, director general de Alimentaria Exhibitions.

1

2

3

1. El presidente de Mercabarna, Agustí Colom.
2. Los ganadores de los premios Mercabarna Innova con los representantes de Mercabarna.
3. Maqueta del sistema Cleanleach, proyecto ganador



## Los proyectos ganadores

Los resultados del jurado se dieron a conocer el 14 de noviembre, en una entrega de premios presidida por Agustí Colom, presidente de Mercabarna. Las empresas ganadoras fueron galardonadas por haber implantado medidas que promovían la sostenibilidad, la creación de nuevos productos y la mejora de procesos internos.

El primer premio fue para la empresa Buresinnova, ubicada en Mercabarna-flor. Esta firma ha desarrollado el sistema Cleanleach, que depura de forma sostenible las aguas procedentes de la jardinería y los huertos urbanos. Consiste en un filtro de arena que retiene las partículas gruesas del agua y una laguna con plantas acuáticas que eliminan los nitratos y fosfatos, que son los elementos químicos más contaminantes.

La firma Guzmán Gastronomía recibió el segundo premio por los biberones de tomate rallado natural. Este nuevo producto permite mojar

pan con tomate o preparar bases de cocina rápidamente, por lo que ahorra tiempo a los profesionales de la restauración. Para mantener sus atributos sensoriales (aroma y sabor) y garantizar su seguridad alimentaria, los biberones son tratados con altas presiones.

En tercer lugar, se galardonó el proyecto de reducción del plástico de Kopgavà Service Trade. En una primera fase, se ha mecanizado el proceso de envasado de las hortalizas para el caldo y paulatinamente se irán eliminando las bandejas de plástico de un número considerable de referencias de venta. En última instancia, el envoltorio de plástico será sustituido por un material 100% biodegradable y compostable.

Participantes

14

Ganadores

Buresinnova

1°

Guzmán

Gastronomía

2°

Kopgavà

Service Trade

3°

“Cuando participas en estos premios, te das cuenta de que hay muchas empresas que innovan y aportan mejoras considerables.”

Silvia Burés<sup>CEO de Buresinnova</sup>

---

“Las empresas estamos obligadas a innovar para sobrevivir en un mercado cada vez más difícil y más competitivo.”

Laura Masdeu<sup>Product Offering Director de Guzmán Gastronomía</sup>

---

“La innovación es divertida y estimulante y además genera competitividad sana entre las empresas.”

Ramon Llonch<sup>Gerente de Kogavà Service Trade</sup>



“Existe la creencia de que los viveros, los cultivos a pequeña escala o los huertos urbanos no tienen impacto sobre el entorno natural, pero no es cierto”



La empresa Buresinnova, ubicada en Mercabarna-flor, ha sido la ganadora de los premios Mercabarna Innova. Esta iniciativa reconoce los esfuerzos innovadores de las empresas del recinto y fomenta su competitividad.

Al frente de esta firma está Silvia Burés, ingeniera agrónoma, doctora en Horticultura por la Universidad de Georgia en Estados Unidos y decana del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Cataluña. Es una auténtica apasionada de su trabajo y desde hace años lidera proyectos que combinan la jardinería con la sostenibilidad medioambiental y la ecología.

“Existe la creencia de que los viveros, los cultivos a pequeña escala o los huertos urbanos no tienen impacto sobre el entorno natural, pero no es cierto”, afirma Silvia. Para paliar los efectos negativos de dichas actividades, Buresinnova se ha aliado con otros partners como el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) y las empresas Naturalea y Salix para desarrollar el proyecto Cleanleach. Esta iniciativa, cofinanciada por la Unión Europea, ha dado con el modo de depurar las aguas de forma sostenible, eliminando los elementos químicos más agresivos y reduciendo la contaminación del entorno.

“Cleanleach es un sistema de recuperación y tratamiento de los lixiviados basado en la combinación de un filtro de arena colocado bajo la zona de cultivo y humedales”, explica. “El agua pasa primero por la arena, que es

la encargada de retener las partículas gruesas, y después por la laguna, donde están las plantas acuáticas”, continúa. “Este último filtro, junto con las bacterias que viven en este medio, acaba de eliminar los nitratos y fosfatos del agua procedente de la jardinería”, concluye.

Los criterios de innovación, sostenibilidad y respeto por el medio ambiente han convertido Buresinnova en el ganador del primer premio Mercabarna Innova de la edición de 2018. Silvia se muestra muy satisfecha de este reconocimiento “porque nos ha permitido participar junto a empresas que innovan a diario, desarrollan nuevos productos, implementan nuevos procesos... hemos competido con firmas que han aportado mejoras considerables y por ello estamos muy contentos con el resultado”.



## **Mercabarna es la primera Unidad Alimentaria europea que realiza un Street View por sus instalaciones.**

Se realizaron 4.700 fotografías en formato 360° para retratar los principales equipamientos e instalaciones de Mercabarna.

Durante 2018 se pusieron en funcionamiento once tours virtuales en Google Maps, en el marco de las acciones que acercan la realidad de Mercabarna a la ciudadanía. El Street View permite visitar el polígono alimentario en plena actividad y pasear por los mercados centrales, la zona comercial y algunas calles del recinto. Todo ello, sin salir de casa. Gracias a esta iniciativa, Mercabarna es el primer mercado mayorista de Europa que se puede visitar virtualmente.

Esta experiencia inmersiva es el resultado de fotografiar Mercabarna exhaustivamente. Durante un mes, se tomaron más de 4.700 instantáneas en formato 360°, es decir, más de 20 km de imágenes que la convierten en una de las visitas más largas de Cataluña.

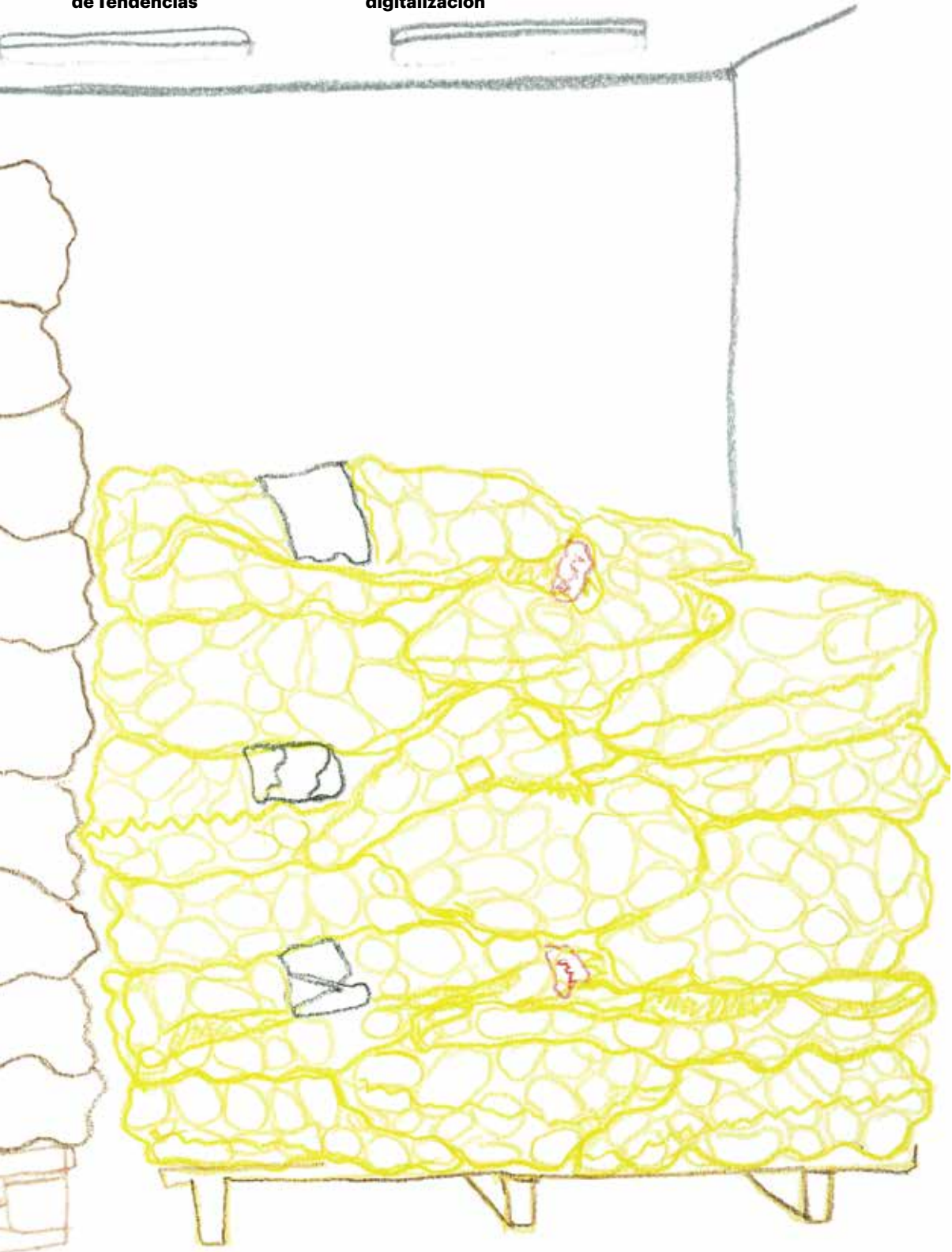
Las imágenes se complementan con las fichas de Google, que ofrecen información práctica sobre el funcionamiento de los diversos equipamientos, como horarios, teléfonos y días de apertura.

Los tours virtuales, que también se pueden seguir en la web de Mercabarna, abren las puertas a todo el mundo, más allá de los profesionales del sector agroalimentario que están acostumbrados a pisar el polígono. En este sentido, es un ejercicio que da visibilidad al principal centro distribuidor de productos frescos del área del Mediterráneo. Según las analíticas web, durante 2018 los tours virtuales recibieron casi 200.000 visitas



Imágenes en formato 360° de Mercabarna-flor, el Mercado Central de Frutas y Hortaliza y el Mercado Central del Pescado.







# El Observatorio de Tendencias de Mercabarna, que en 2018 cumplió cuatro años, analiza los temas emergentes y de futuro del sector agroalimentario que pueden incidir en el modelo de negocio de las firmas del recinto.

---

Se ha presentado un estudio sobre las características de los consumidores de producto fresco de 2030.

Este año el Observatorio de Tendencias encargó a la consultora Kantar Worldpanel un análisis sobre las tendencias de consumo de productos frescos desde la actualidad hasta 2030. El resultado fue el estudio “Las claves para adaptar los mercados a las demandas del nuevo consumidor de alimentos frescos en Europa, Estados Unidos y Asia”, que se presentó a los participantes del Congreso de la Unión Mundial de Mercados (16 de abril) y a las empresas de la Unidad Alimentaria (21 de noviembre).

A continuación, presentamos las principales conclusiones del estudio:

**Más gente en el mundo.** El crecimiento global de la población será elevado en todos los continentes salvo en Europa, donde incluso decrecerá. Esta realidad obligará a las empresas alimentarias a internacionalizarse y a adaptar su oferta al consumidor extranjero.

**Más viejos.** El envejecimiento de la población es una tendencia global y, en diez años, el 30% de los europeos y el 25% de los estadounidenses tendrán más de 60 años. Este consumidor se mostrará preocupado por seguir una dieta saludable, por lo que se incrementará el consumo de productos frescos.

**Más solos.** Los núcleos familiares serán, en general, más reducidos y muchos serán unipersonales.

**Más ricos.** El incremento general de la renta familiar incrementará el gasto en el sector HORECA (hostelería, restauración y colectividades) y en los productos de conveniencia.

**Con menos tiempo.** Los consumidores demandarán producto fresco empaquetado y fácil de consumir, ya que dedicarán menos tiempo a comprar y cocinar.

**Más tecnológicos.** Los consumidores estarán más conectados e informados que nunca. Si bien el comercio electrónico es el único canal que ha crecido en ventas en los últimos años, en 2025 tendrá una cuota de mercado del 10%. Su crecimiento continuado vendrá dado por la falta de tiempo de los consumidores y por la comodidad de la entrega a domicilio.

**Más saludable.** Los consumidores, más concienciados sobre el cuidado de su salud, consumirán más frutas y hortalizas y pescado y marisco, en detrimento de la carne. También aumentará el interés por los productos ecológicos.

**Más local.** Continuará la tendencia alcista de comprar productos de proximidad

## **La digitalización de Mercabarna es un proyecto a largo plazo que optimizará la operativa del recinto y el servicio a los usuarios.**

---

A lo largo de 2018 se han analizado los procesos actuales y se han detectado los retos y oportunidades de una futura transformación digital.

Mercabarna está inmersa en un proceso de transformación digital con el que se prevé convertir el polígono alimentario en una ciudad digital. Se trata de un proyecto transversal, que supondrá la implantación de una cultura digital y requerirá el compromiso de todas las personas que integran la compañía.

Dado que se trata de una iniciativa innovadora y de carácter transformador, se ha planteado a largo plazo y se llevará a cabo en los próximos años. En 2018 se inició una primera fase global de análisis y diagnóstico, donde se identificaron los retos y oportunidades ante este nuevo paradigma. Esta etapa es de vital importancia, ya que determina cómo se va a desarrollar el proyecto de digitalización y de qué forma se podrá optimizar la operativa interna y externa.

A raíz del resultado del análisis, durante los próximos meses se procederá a la contratación e implementación de tecnologías que posibiliten el rediseño de los procesos, la gestión de la información de un modo más eficiente y, en definitiva, la mejora del servicio a los clientes.

# Comprometida

Mercabarna tiene un firme compromiso con la difusión de hábitos saludables, especialmente con la promoción de una dieta mediterránea, equilibrada y variada. Este objetivo se traslada a las campañas infantiles, en las que se divulgan los beneficios de llevar una vida saludable entre los escolares y, de paso, a sus familias y entorno. Estas experiencias lúdicas y pedagógicas también llegan a colectivos vulnerables, como los niños procedentes de entidades sociales que participan en el campus de verano de Mercabarna.

Con la convicción de que la alimentación debe ser suficiente, equilibrada y responsable, Mercabarna se ha adherido al Acuerdo por una Barcelona Inclusiva, desplegado por la Red por el Derecho a una Alimentación Adecuada.

Además, durante 2018 ha participado de forma activa en encuentros, jornadas y sesiones de debate para buscar soluciones contra el despilfarro y maximizar la recuperación de alimentos. En esta lucha también están implicadas las firmas de la Unidad Alimentaria, que aportan producto fresco al Banco de Alimentos del recinto.

En último lugar, Mercabarna ha colaborado en eventos solidarios que entroncan con sus pilares de responsabilidad social corporativa, que son una oportunidad para que los grupos de interés conozcan Mercabarna y los valores que defiende.



# Más de 12.000 niños y niñas participaron en las campañas infantiles de Mercabarna y los gremios mayoristas del recinto.



El compromiso de Mercabarna con la dieta mediterránea y el fomento de hábitos saludables entre los niños se materializan en los programas educativos “5 al día”, “Crece con el pescado” y “Flores y plantas, ¡cada día!”. En 2018, 12.292 escolares de toda Cataluña participaron en estas campañas, impulsadas conjuntamente con las asociaciones empresariales del recinto.

### **Campaña “5 al día”**

Durante 2018 un total de 5.715 personas, entre escolares de 8 a 10 años y sus profesores, visitaron Mercabarna y el Mercado Central de Frutas y Hortalizas. En esta campaña, organizada con la AGEM, los niños y niñas aprenden la importancia de consumir un mínimo de cinco raciones diarias entre frutas y hortalizas a través de varias actividades. Entre otras, realizan una clase interactiva, un taller de cata en el Mercado, una visita al almacén de manipulación y envasado de patatas y una comida equilibrada a base de frutas y hortalizas.

Los docentes que participaron en la actividad durante 2018 le dieron una media de 3,87 puntos sobre 4, teniendo en cuenta aspectos como la coordinación de la campaña, la dinamización de los niños y niñas o la información previa a la visita.

Este proyecto educativo, iniciado en 1998, sirve para desarrollar el aprendizaje de conceptos del programa escolar, tales como hábitos alimentarios adecuados, vida saludable o consumo responsable. Uno de los objetivos para 2019 es realizar un seguimiento del impacto de la campaña en los hábitos alimentarios de los participantes y sus familias.

### **Campaña “Crece con el pescado”**

Desde 2010 el GMP, con el apoyo de Mercabarna, fomenta el consumo de pescado y marisco entre los escolares a través de la campaña “Crece con el pescado”. La parte central de esta actividad es la visita al Centro Interactivo del Pescado, un espacio museográfico donde se muestra la cadena comercial de los productos de la pesca, en la que el Mercado Central del Pescado de Mercabarna tiene un rol importante. Los escolares, también de entre 8 y 10 años, mayoritariamente, descubren variedades de pescado y marisco a menudo desconocidas y prueban algunas en una comida al final de la excursión.

En 2018 participaron en esta actividad 6.022 escolares y profesores. Según las encuestas realizadas a las familias de los niños, el 29% de los niños y niñas que participaron en “Crece con el pescado” en el curso 2017-2018 mostraron un cambio positivo en los hábitos de consumo de pescado y marisco. Por otra parte, el grado de satisfacción de los grupos participantes obtuvo una puntuación media de 4,8 sobre 5, tras valorarse el equipo de educadores, el material didáctico o los espacios donde se lleva a cabo la actividad.

### **Campaña “Flores y plantas, ¡cada día!”**

En esta campaña, organizada desde 2010 por Mercabarna y la AEM, los niños descubren el bienestar emocional que aporta el contacto con flores y plantas. Y lo hacen mediante una visita a Mercabarna-flor en la que aprenden a distinguir las plantas aromáticas de nuestro entorno y a preparar un ramo de flores. A lo largo del ejercicio anterior, 555 niños y niñas disfrutaron de esta experiencia.

---

# Mercabarna elaboró un folleto dirigido a los niños y a sus familias con consejos para el consumo responsable de alimentos.



1. Campaña “Crece con el pescado”. 2. Campaña “5 al día”. 3. Campaña “Flores y plantas, ¡cada día!”







## **El campus de verano de Mercabarna amplió su duración para dar más cobertura a los casals y las entidades de acción social.**

El campus “Refréscate con 5 al día” es gratuito y está dirigido a niños y niñas en situación de vulnerabilidad.

En 2018 se celebró la tercera edición de “Refréscate con 5 al día”, el campus de verano para niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad. Mercabarna organizó y subvencionó esta iniciativa, que contó con la visita de 467 niños y niñas y 96 monitores procedentes de centros de Barcelona y provincia entre el 26 de junio y el 10 de agosto.

Como novedad, el campus se amplió una semana más para dar servicio a los casals y entidades de acción social que durante el mes de agosto no disponen de actividades gratuitas. Esta decisión supuso un incremento de participantes respecto al año anterior.

La actividad, inspirada en la campaña “5 al día”, consiste en la visita al Mercado Central de Frutas y Hortalizas y a un almacén de patatas y en la realización de diversos talleres. Mercabarna corrió con los gastos derivados del campus de verano, que incluyó el transporte, el desayuno y el almuerzo de los participantes. Contó, además, con el apoyo de la AGEM y de algunas empresas de la Unidad Alimentaria.

Este campus se sustenta en los valores de la responsabilidad social corporativa de Mercabarna. En primer lugar, fomenta los hábitos de alimentación saludable a través de talleres que promueven el consumo de frutas y hortalizas. En segundo lugar, se dirige a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social, un colectivo vulnerable que requiere una atención especial. En tercer lugar, lucha por la igualdad de oportunidades y hace posible que estos menores puedan disfrutar de actividades lúdicas gratuitas durante el verano. Y, para terminar, conciencia a los participantes en el consumo responsable y la reducción del despilfarro alimentario.

“Cuando llegó a casa nos explicó lo bien que había ido la excursión, pero nos sorprendió que nos hablara de comida saludable con tanta naturalidad.”.



**Marta Lluís**

Madre de Jana Guasch,  
participante en la campaña  
"5 al día"

Jana tiene casi diez años, es la mayor de tres hermanos y le gusta mucho comer. El año pasado fue a Mercabarna para participar en las actividades de "5 al día", que promueven el consumo de cinco raciones de frutas y hortalizas diarias. Esta era su segunda visita a Mercabarna; la primera vez fue con su abuela, pero con la escuela descubrió más a fondo esta ciudad alimentaria.

"Cuando llegó a casa nos explicó lo bien que había ido la excursión, pero nos sorprendió que nos hablara de comida saludable con tanta naturalidad. Es cierto que a veces lo comentamos en casa, pero se nota que interiorizó el mensaje de la campaña". Son palabras de Marta Lluís, su madre, que considera que actividades como esta son muy necesarias. Como anécdota, Marta cuenta que le hizo gracia ver a los niños y niñas cargados con los sacos de patatas, uno de los obsequios que reciben en la visita.

En el taller de cata a ciegas, Jana descubrió algunos sabores nuevos y se medio reconcilió con otros que no le convencían del todo, como la naranja. "Se sentía orgullosa de haber comido ensalada y reconoció que le había gustado mucho. Tanto es así que al día siguiente me pidió ensalada para cenar y su hermano, que tiene siete años y le cuesta mucho comer, también se apuntó", explica Marta, con una mezcla de sorpresa y alegría.

Uno de los objetivos de la campaña "5 al día" es que el mensaje llegue a los hogares. "Nosotros solemos ir al mercado y los dos niños están acostumbrados a ver productos frescos. Es una salida que les gusta mucho y más aún con la referencia de Masterchef", explica. ¿Habrà una futura cocinera en la familia? "¡Ojalá! Aunque me parece que Jana prefiere comer a cocinar... ¡quién sabe!", concluye Marta.







## **La lucha contra el despilfarro alimentario es un pilar fundamental de las políticas de responsabilidad social de Mercabarna.**

---

Las firmas mayoristas del recinto aportaron 1.275.514 kilos de frutas y hortalizas al Banco de Alimentos de Mercabarna.

La lucha contra el despilfarro alimentario es un pilar fundamental de las políticas de responsabilidad social de Mercabarna. En este sentido, lleva a cabo acciones de diversa índole agrupadas en los siguientes ejes:

### **Sensibilización y colaboración con el Banco de Alimentos**

Durante 2018 Mercabarna intensificó sus acciones para sensibilizar sobre esta problemática y sus efectos en todos los ámbitos. Entre los escolares que participan en las campañas infantiles se editó y repartió un nuevo folleto informativo, en el que se explica qué es el despilfarro de alimentos y se dan consejos para un consumo responsable. Este material pedagógico, que también va dirigido a las familias, pretende concienciar a los consumidores finales sobre el impacto económico, social y ambiental de tirar comida. Más aún si se tiene en cuenta que el 35% del despilfarro de alimentos se produce en los hogares.

En cuanto a las acciones dirigidas a las empresas, se continuó incidiendo en la importancia de optimizar sus existencias. Además, Mercabarna siguió haciendo hincapié en la necesidad de colaborar con el Banco de Alimentos del recinto, aportando el producto que, a pesar de ser apto para el consumo humano, queda fuera del canal de comercialización.

En relación con este último punto, durante 2018 el Banco de Alimentos de Mercabarna recibió 1.275.514 kilos de frutas y hortalizas por parte de las firmas mayoristas. Aunque estos datos son ligeramente inferiores a los del anterior ejercicio –en 2017 se llegó a 1.444.690 kilos–, las entidades sociales dispusieron de los alimentos necesarios para responder a las demandas de sus usuarios. Mercabarna hizo una aportación económica de 4.300 euros al Banco de Alimentos, que sirvió para comprar el producto fresco necesario para completar las donaciones de las empresas del recinto.

Como el año pasado, 67 entidades acudieron regularmente al Banco de Alimentos de Mercabarna para proveerse de producto fresco.



### **Evolución de las donaciones de frutas y hortalizas al Banco de los Alimentos (2014-2018)**

2014	588.161kg
2015	977.902kg
2016	1.300.900kg
2017	1.444.690kg
2018	1.275.514kg

### **Análisis de la situación, estrategia y actuaciones**

Con el fin de minimizar los alimentos que se desperdician en el recinto, Mercabarna analiza el volumen de materia orgánica tratada en el Punto Verde, que procede mayoritariamente de la actividad de las empresas mayoristas. En relación con los datos registrados en 2018, se apreció un aumento respecto al ejercicio anterior, un ligero retroceso en los objetivos que llevó Mercabarna a explorar nuevas fórmulas para seguir luchando contra el despilfarro.

A las obras para mejorar el aislamiento térmico de los pabellones del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, se suman otros proyectos a largo plazo, entre ellos la instalación de nuevos compactadores inteligentes y la construcción del Centro de Aprovechamiento de Alimentos (CAA).

Esta última instalación aglutinará la materia orgánica vegetal que quede fuera del circuito comercial de la Unidad Alimentaria para que se pueda reaprovechar para el consumo. A lo largo de 2018 se avanzó en la definición del centro y se estudió cuál es el mejor modelo de gestión para contribuir a crear empleo entre los colectivos con más dificultades para acceder al mercado laboral. Por otra parte, se analizaron los diferentes escenarios para garantizar la viabilidad del proyecto a largo plazo.

Según el estudio encargado en 2016 a la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), la empresa Spora Sinergies, *spin-off* de la UAB, y la Plataforma Aprovechemos los Alimentos (PAA), el CAA permitirá recuperar el 40% de las frutas y hortalizas.

### **Trabajo en red**

También fue destacable el contacto con otras empresas, instituciones y entidades con el fin de conocer cómo combaten el despilfarro alimentario y compartir conocimientos y experiencias. En esta línea, Mercabarna intensificó su presencia en jornadas y reuniones de trabajo organizadas por Ecowaste 4 Food, Refresh, la Agencia Catalana de Residuos, la Agencia de Salud Pública de Cataluña o la Red por el Derecho a una Alimentación Adecuada del Ayuntamiento de Barcelona, por citar algunos ejemplos. De estos encuentros surgieron nuevas propuestas –sugerencias para la futura Ley de Despilfarro de Cataluña, modelos de negocio innovadores basados en el reaprovechamiento de alimentos y sinergias en la distribución alimentaria, entre otros– que contribuirán a la minimización del despilfarro de alimentos.

Asimismo, Mercabarna colaboró activamente en iniciativas de sensibilización ciudadana, principalmente con la Plataforma Aprovechemos los Alimentos. También animó al reaprovechamiento de los alimentos, a través de talleres infantiles en el marco de la Carrera Mercabarna o a través de alianzas con entidades como Nutrición Sin Fronteras y el programa “Remenja’mmm”.



## **Mercabarna colaboró en iniciativas solidarias con cerca de 24.000 euros.**

De forma complementaria a las acciones de responsabilidad social corporativa desarrolladas directamente por Mercabarna, SA, la empresa también se implica en acciones de entidades cercanas con las que comparte objetivos solidarios. Durante 2018 se intensificó la colaboración con entidades sociales y fundaciones.

Estas colaboraciones se entienden como una forma de apoyar iniciativas externas que persiguen el bien común, están vinculadas al área de influencia territorial de Mercabarna y se alinean con los objetivos estratégicos en materia de responsabilidad social corporativa: atención especial a colectivos vulnerables, fomento de hábitos saludables, inclusión e igualdad de oportunidades, respeto por el medio ambiente y fomento de la salud y la investigación médica.

### **Colectivos vulnerables**

En cuanto a la atención a colectivos vulnerables, se firmaron nuevos convenios con Cruz Roja Española que han facilitado la organización de visitas y talleres para personas mayores en Mercabarna-flor, entre otras acciones; con la Asociación Casal dels Infants del Raval para el acto Gran Noche Solidaria del Liceo; con la Fundación Oxfam Intermón para una nueva edición de "Oxfam Intermón Trailwalker", y con la Fundación Deporte Solidario Internacional, que con el dinero recaudado como causa solidaria por la 4.ª Carrera Mercabarna organizó talleres deportivos en Navidad en el barrio de la Mina (Sant Adrià de Besòs) para niños y niñas en situación de vulnerabilidad.

Por Navidad también se desarrollaron acciones de colaboración para familias sin recursos con Aldeas Infantiles SOS Cataluña, el Casal dels Infants del Raval y la Fundación Banco de Recursos. En el mismo sentido, se mantuvo la cooperación con la Country Solidari Associació.

Además, continúa vigente desde 2002 el convenio de colaboración con la Fundación Banco de Alimentos para la cesión de un almacén en Mercabarna donde se lleva a cabo la selección del excedente alimentario que donan las empresas del recinto y reciben entidades sociales para su distribución a personas sin recursos. Esta iniciativa se enmarca también en el compromiso de Mercabarna, SA, de minimizar el despilfarro de alimentos.

### **Fomento de hábitos saludables**

En relación con el fomento de hábitos saludables, los principales acuerdos de colaboración de 2018 se firmaron con el Consejo del Deporte Escolar de Barcelona, para la organización del Circuito Barcelona Orientación en la Unidad Alimentaria de Mercabarna, y con Kaptiva, para la celebración de la Family Run, la carrera familiar que fomenta hábitos de vida saludables. También se colaboró con el centro penitenciario Can Brians 2 para llevar a cabo un taller de brochetas de fruta con motivo de la Mercè.

Por otra parte, a lo largo del año Mercabarna aportó fruta a varias carreras populares y otros eventos, con el fin de fomentar su consumo y promover hábitos de alimentación saludables.





### **Inclusión e igualdad de oportunidades**

Las colaboraciones de Mercabarna, SA, en materia de inclusión e igualdad de oportunidades se vehicularon a través de convenios con la Fundación ASPASIM para el evento inclusivo “Corremos juntos por la discapacidad intelectual”; con la Fundació Comtal, para la financiación de proyectos sociales mediante “Una rosa, una oportunidad”, y con la Fundación Privada Catalana de Fútbol, en el marco del evento “Enfutura’t. Futbol per a tothom”. En el mismo sentido, se establecieron acuerdos de colaboración con la Fundació Salut Alta, Fundació Secretariado Gitano, la Fundació Idea, Cruz Roja, la Fundació Comtal, la Fundació Saó-Prat, la Fundació Marianao y las escuelas Cintra y Poeta Maragall. El objetivo era facilitar la formación en el ámbito alimentario en Mercabarna a personas en situación de desempleo.

También se dio continuidad al convenio firmado con la Fundación Formación y Trabajo por el que esta entidad gestiona los contenedores de recogida de ropa usada ubicados en Mercabarna.

### **Respeto por el medio ambiente**

Más allá de las acciones que desarrolla Mercabarna en materia medioambiental en el mismo recinto, en 2018 se firmó un convenio de colaboración con la Red de Custodia del Territorio en relación con la Ultra Clean Marathon, un evento que pretende concienciar a la ciudadanía en el respeto por el medio ambiente.

También se estableció una colaboración con la Plataforma Aprovechemos los Alimentos en relación con la iniciativa Zero Food Waste sobre sostenibilidad alimentaria, y con Nutrición Sin Fronteras para reducir el despilfarro de alimentos en el marco de la 4.ª Carrera Mercabarna.

### **Fomento de la salud y la investigación médica**

En cuanto al fomento de la salud y la investigación médica, se repitió la colaboración con la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios para el evento Barcelona Magic Line, cuyo objetivo es la captación de fondos a favor de proyectos sociales y de investigación. También con la Junta Provincial de Barcelona de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), en el marco del evento “Corremos juntos”. Con La Marató de TV3, que en 2018 tuvo como meta recaudar dinero para la lucha contra el cáncer. Y con la Fundación Banco de Sangre y Tejidos de Barcelona, para propiciar las donaciones de sangre en Mercabarna.

# Próxima

Más allá de ser el principal proveedor de alimentos frescos, Mercabarna trabaja para ser conocida y reconocida como un agente que se implica en la realidad social y promueve acciones en beneficio de la ciudad.

Esta voluntad está recogida en el Plan Estratégico de la empresa (2017-2019) y en el de responsabilidad social corporativa y se materializa en iniciativas que acercan Mercabarna a la ciudadanía. En el marco del reposicionamiento de la marca, durante 2018 se han realizado encuestas y reuniones de grupo para averiguar qué saben los ciudadanos sobre Mercabarna y determinar una estrategia para los próximos años.

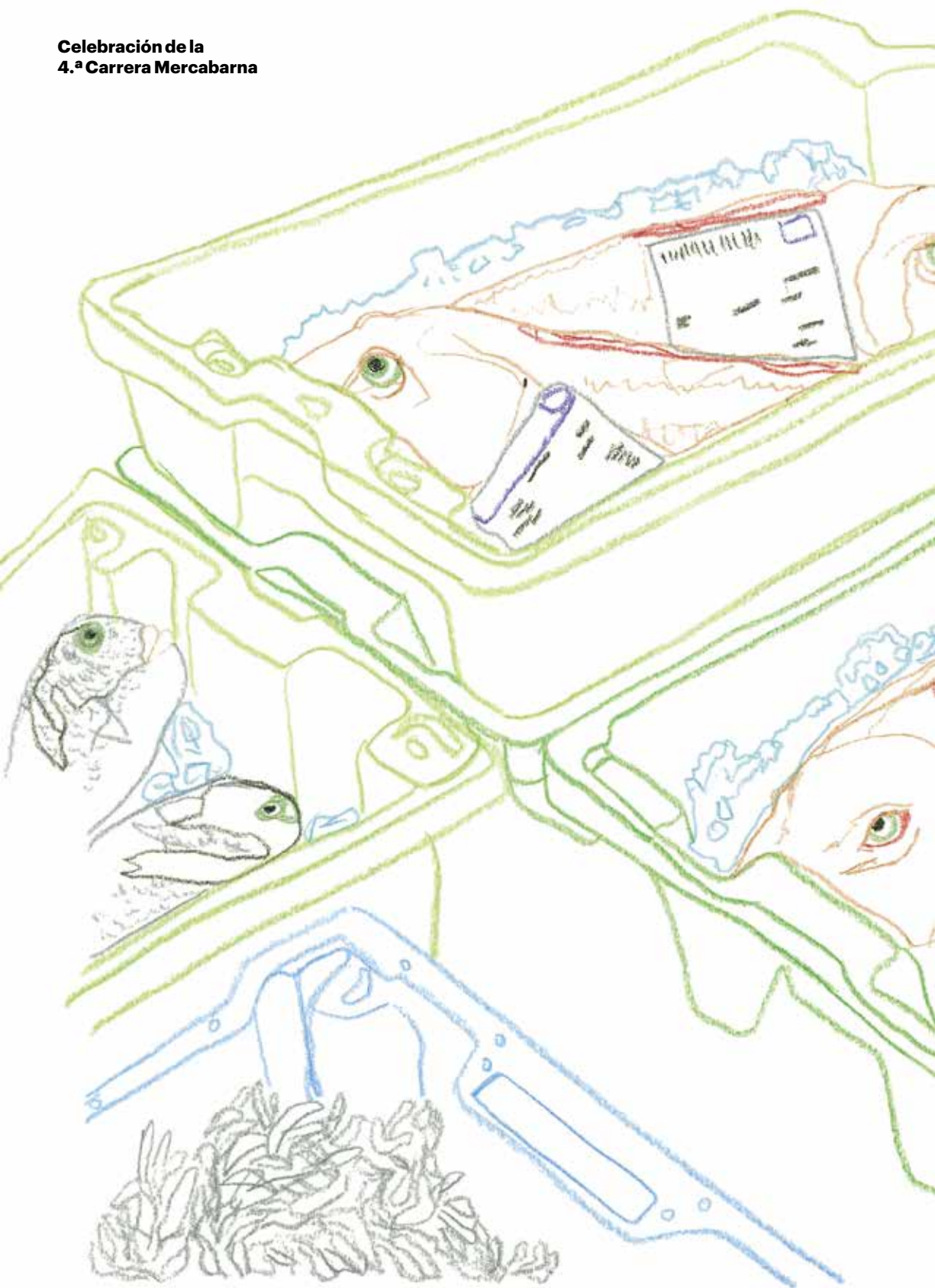
Con el fin de darse a conocer, durante 2018 se han llevado a cabo acciones de diversa índole para llegar a un público heterogéneo.

En cuanto a la divulgación, se ha fomentado la presencia en los medios de comunicación y se ha incrementado el peso de las redes sociales como canales comunicativos de la organización.

Mercabarna también realiza una escucha activa de sus grupos de interés para estar atenta a sus necesidades y deseos. La estrecha relación que mantiene con las entidades de acción social es un ejemplo de este esfuerzo, que deriva, entre otros efectos, en la causa solidaria de la Carrera Mercabarna. En definitiva, iniciativas varias que ayudan a construir una ciudad que alimenta, pero que también tiene valores.



Celebración de la  
4.ª Carrera Mercabarna



**CELEBRACIÓN DE LA  
4.ª CARRERA MERCABARNA**

**La Carrera Mercabarna se plantea como una jornada familiar con actividades infantiles para fomentar la actividad física, la alimentación saludable y la concienciación sobre el despilfarro de alimentos.**



# Con los 10.000 euros recaudados se financió un campus deportivo-comedor para 50 niños del barrio adrianense de la Mina.

El domingo 7 de octubre se celebró la Carrera Mercabarna, un evento deportivo y solidario que en su cuarta edición convocó a 4.000 asistentes. El objetivo de la jornada es acercar Mercabarna y su actividad a la ciudadanía mediante una carrera de 5 km y otra de 10 km que recorren el Mercado Central del Pescado, tres pabellones del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y algunas calles del recinto. Además, con el paso del tiempo también se ha convertido en un encuentro para los trabajadores de empresas ubicadas en el polígono alimentario y sus familias y amigos.

Los cuatro años de la Carrera Mercabarna y el incremento de participación convierten este evento en un éxito compartido también con los patrocinadores y voluntarios. De hecho, la implicación de las empresas colaboradoras y de los gremios mayoristas y minoristas se consolida mediante la donación de 22.500 kg de producto fresco que se destinaron al almuerzo solidario, las bolsas de los corredores, los puntos de avituallamiento, las actividades infantiles y los obsequios de los ganadores. Además, se realizaron contribuciones económicas y se prestaron servicios logísticos.

## **Participación elevada e inclusiva**

En la edición de 2018 se inscribieron 2.045 corredores que participaron en diferentes categorías. Además de la clasificación masculina y femenina para los recorridos de 5 y 10 km, la Carrera Mercabarna incluyó categorías para personas con diversidad funcional de tipo físico, intelectual, sensorial, visual y para las que compiten en silla de ruedas y handbikes. Además, algunas empresas de la Unidad Alimentaria participaron en la prueba atlética con equipos formados por trabajadores de las firmas.

Participantes

4.000

Recaudación

10.000 €





### **Una carrera comprometida**

Uno de los elementos centrales de la Carrera Mercabarna es la causa solidaria. En la edición de 2018 la entidad escogida fue la Fundación Deporte Solidario Internacional, que ayuda a niños y niñas en riesgo de exclusión social a través del deporte. En total, se recaudaron casi 10.000 euros por medio de la comida, las donaciones voluntarias de los corredores y la aportación de la Obra Social "la Caixa", con los que se financió por Navidad un campus deportivo-comedor para 50 niños del barrio de la Mina de Sant Adrià de Besòs.

En el marco del fomento de la igualdad de oportunidades, se contrataron dos empresas de inserción laboral, la Fundación Cares y Catering Futur, que prepararon las bolsas del corredor y la comida, respectivamente. Por otra parte, también se intentó reducir el despilfarro de alimentos con la entrega de las bolsas de "Remenja'mmm", con las que los comensales pudieron llevarse la comida sobrante. Como en otras ocasiones, el Banco de Alimentos también recogió los alimentos que no se consumieron de la comida solidaria, los avituallamientos, las actividades infantiles y las bolsas del corredor.

Asimismo, la Carrera Mercabarna volvió a ser un canal de difusión de algunos de los ejes que definen la estrategia en materia de responsabilidad social corporativa. Por este motivo, las actividades infantiles, en las que participaron 500 niños y niñas, estuvieron orientadas a promover la actividad física, la alimentación saludable, el conocimiento de los productos del mar, el gusto por las flores y plantas y su cuidado y la sensibilización en la lucha contra el despilfarro alimentario. Además, se organizaron talleres didácticos de cocina de aprovechamiento y de reconocimiento de plantas aromáticas.



1. Corredores en el Mercado Central del Pescado.
2. Taller infantil de cocina de aprovechamiento.
3. Almuerzo solidario.

“Para los estudiantes de cocina,  
conocer Mercabarna marca un antes  
y un después en su percepción  
de la profesión.”





## **Laia Freixinet**

Coordinadora de estudios  
de la Escuela de Hostelería  
Hofmann

Mercabarna abre cada año sus puertas a futuros profesionales del sector de la restauración, entre los que se cuentan los estudiantes de cocina de la Escuela de Hostelería Hofmann. Este grupo llega acompañado por Laia Freixinet, coordinadora de estudios de la escuela, donde también ha impartido asignaturas de cultura gastronómica y alimentos, dietética, técnica culinaria e higiene, entre otros.

Cocinera y dietista, Freixinet considera que la visita a Mercabarna es indispensable para aquel que quiera dedicarse a esta profesión, pero también para la ciudadanía en general. "A los chicos, aunque están muy motivados por la cocina, les cuesta imaginarse el mundo que hay detrás de los alimentos que les llegan cada mañana a través de los proveedores", afirma. "Por mi experiencia, conocer Mercabarna marca un antes y un después en su percepción de la profesión", continúa Freixinet.

Según Laia, estas visitas son interesantes porque la explicación sobre el funcionamiento de la Unidad Alimentaria se complementa con el contacto con empresas especializadas en el sector de la restauración. "Nos atienden profesionales muy dedicados que tienen ganas de compartir todos sus conocimientos con los futuros cocineros que, dentro de un tiempo, se convertirán en sus clientes. Es un win-win para todos", reflexiona.

Además de la vertiente profesional, a Laia le vienen a la mente recuerdos de infancia al hablar de Mercabarna. "De pequeña había venido con mis padres y unos amigos que tenían una carnicería en el Mercado de la Vall d'Hebron. Recuerdo sobre todo los desayunos que tomábamos aquí... mi padre era una apasionado de la buena cocina", rememora. Quizá por este motivo, cuando le preguntamos si tiene alguna sugerencia sobre las visitas, dice que le gustaría organizar desayunos de tenedor con productos frescos y de proximidad después de visitar con los estudiantes el Mercado Central del Pescado y las empresas del sector HORECA. "¡Eso sí sería un remate final para recordar!", concluye Laia Freixinet, animada por la idea.



## **Durante 2018 Mercabarna dio a conocer los principales equipamientos y el funcionamiento del polígono en visitas educativas, institucionales y comerciales.**

Mercabarna atrae colectivos interesados en conocer de primera mano este centro de distribución de productos frescos durante todo el año. En 2018 visitaron el polígono alimentario 951 personas vinculadas directamente con el sector agroalimentario.

Para atenderlas se organizan visitas guiadas para grupos, que descubren el modelo de gestión de Mercabarna, SA, y visitan empresas de la Unidad Alimentaria y equipamientos como el Mercado Central de Frutas y Hortalizas, el Mercado Central del Pescado o el Punto Verde.

La mayor parte de los visitantes que acuden a Mercabarna son estudiantes que persiguen objetivos pedagógicos, como los alumnos de

las escuelas de restauración. Durante 2018 visitaron Mercabarna 430 alumnos de hostelería, que conocieron in situ el funcionamiento de los mercados mayoristas, el valor añadido y la innovación aplicada por las empresas del recinto en los productos frescos y las amplias posibilidades de aprovisionamiento que les ofrece Mercabarna.

Es el caso también de los 121 alumnos universitarios que en 2018 visitaron Mercabarna. Y de los 61 alumnos de grados de especialización vinculados a la industria alimentaria, que además detectan las posibilidades laborales que les ofrece Mercabarna.



# Los estudiantes de hostelería y restauración son los principales participantes de las visitas a Mercabarna.

Las instituciones también están interesadas en visitar Mercabarna con la intención de conocer el modelo de gestión de esta Unidad Alimentaria. El sistema de gestión de residuos, la colaboración público-privada, la logística de los mercados mayoristas y el funcionamiento general del polígono alimentario son aspectos que despiertan interés entre instituciones de todo el mundo. De hecho, durante 2018 Mercabarna recibió 15 visitas de carácter institucional, entre ellas las delegaciones de Francia, Portugal y China.

Un número importante de visitas son de tipo comercial. Dado que Mercabarna se ha erigido en un centro internacional de distribución de alimentos frescos, delegaciones de todo el mundo visitan el polígono en busca de oportunidades y para iniciar relaciones comerciales con las empresas de la Unidad Alimentaria. Además de las misiones comerciales organizadas por Mercabarna, algunas de las cuales de la mano de los gremios mayoristas, y de los vínculos establecidos por empresas de todo

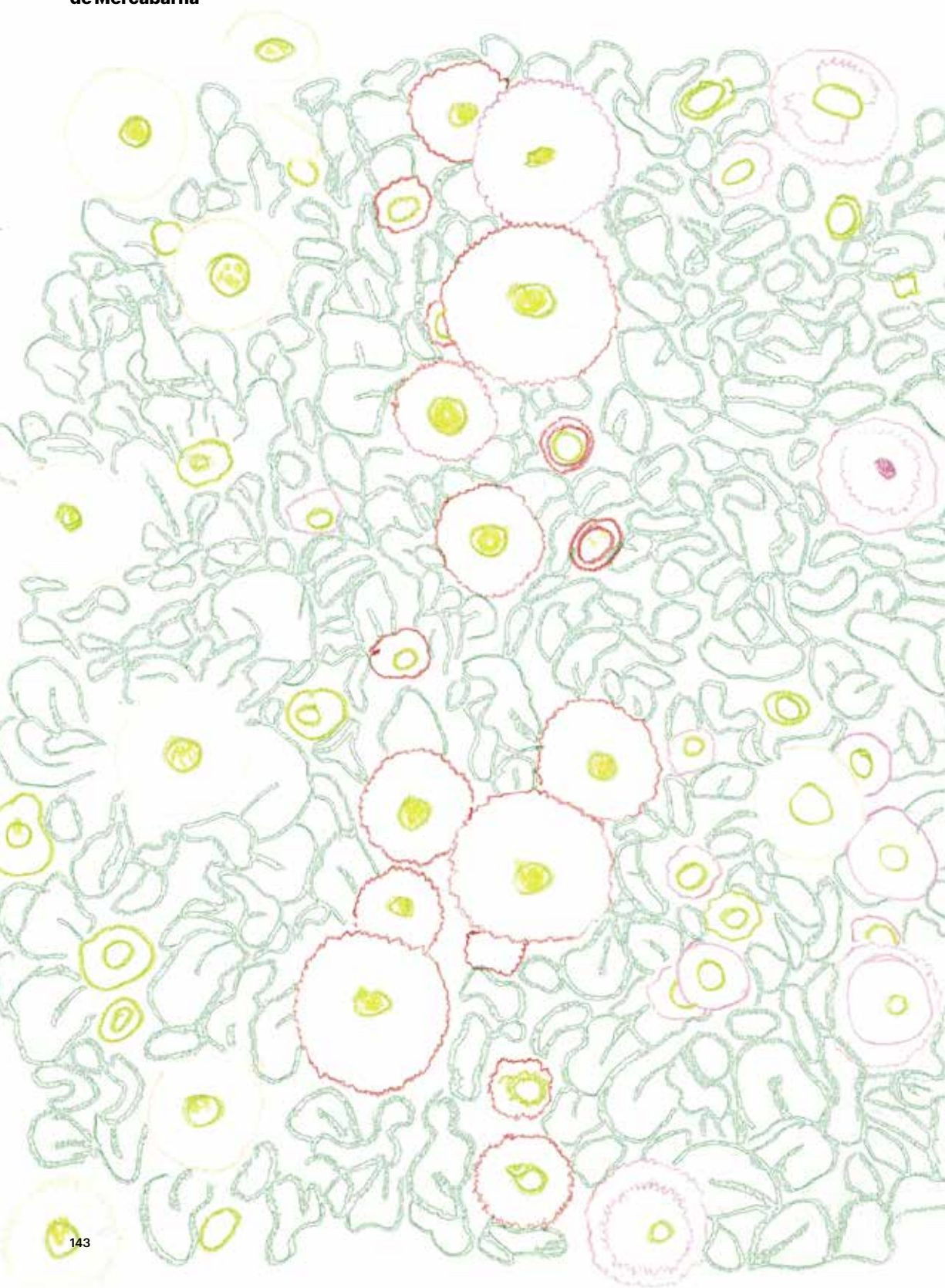
el mundo de forma directa con empresas del recinto, desde Mercabarna, SA, se atendieron 119 profesionales llegados de Bélgica, Polonia, Rusia, Guatemala, Perú, Gambia y China, además de otras delegaciones procedentes de varios puntos de la geografía española.

Destaca especialmente la visita realizada a las instalaciones de Mercabarna por 140 directivos y responsables de mercados mayoristas de Europa, Asia y América el 18 de abril, en el marco del Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas organizado por Mercabarna, SA.

En la línea del contenido del Congreso (más información en la página 83), Mercabarna, SA, presentó los principales proyectos que lidera en materia de responsabilidad social corporativa. La visita se centró en conocer el funcionamiento del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, el Mercado Central del Pescado, la nueva Aula del Fresco de formación y el sistema de gestión de residuos.









## PRESENCIA MEDIÁTICA DE MERCABARNA

La cobertura mediática de Mercabarna durante 2018 indica un comportamiento desigual en cuanto al volumen de informaciones generadas y a su impacto. Aunque Mercabarna generó un 5,5% menos de noticias que en el ejercicio anterior, la audiencia fue un 45,6% superior. Tal disparidad se debe a la mayor presencia de la Unidad Alimentaria en espacios televisivos, especialmente en reportajes, con una audiencia media superior a los otros canales

### Presencia por tipo de medio

En cuanto a los temas que tuvieron mayor repercusión mediática, destacan las ruedas de prensa sobre la comercialización de productos en Mercabarna. En este grupo figura la presentación del balance comercial y económico de 2017 de la empresa, la previsión de ventas de rosas y las tendencias de consumo para la campaña de Navidad. Por otra parte, los medios también se hicieron eco de dos de los eventos centrales de la actualidad de Mercabarna, como la celebración de la conferencia de la Unión Mundial de Mercados en el marco de la feria Alimentaria y la colocación de la primera piedra del futuro mercado bio.

Medios en línea	Televisión
2018 75,3%	2018 7,3%
Prensa escrita	Radio
2018 12,3%	2018 5,1%

### Redes sociales

La dinamización de los perfiles sociales fue una de las estrategias de Mercabarna para acercar su trabajo a la ciudadanía. En este sentido, durante 2018 se impulsó la presencia en las redes sociales, donde destaca la activación de una cuenta en Twitter y la intensificación de las publicaciones en los diversos canales. Como resultado, se logró un incremento generalizado de los seguidores y de la visibilidad en línea de Mercabarna.

### Seguidores de las redes sociales de Mercabarna y diferencia porcentual respecto a 2017

Uno de los efectos de la publicación de los tours virtuales (véase la página 107) fue el incremento exponencial de visualizaciones del perfil de Mercabarna en Google My Business. Además, ha supuesto un aumento importante de las reseñas, que han dado una valoración media de 4 estrellas sobre 5.

#### Facebook

@mercabarnabarcelona (genérica): 3.557

↑ 26,5%

@cursamercabarna (evento): 1.902

↑ 18,4%

@mercademostraciones (eventos en Mercabarna-flor): 1.879

↑ 39,1%

#### Linkedin

@Mercabarna: 3.014

↑ 16,1%

#### Youtube

@Mercabarna21: 249

↑ 44,8%

#### Twitter

@mercabarna\_mb: 1.030

1. Rueda de prensa de Sant Jordi. 2. Rueda de prensa sobre el Aula del Fresco. 3. Rueda de prensa sobre las tendencias de consumo de Navidad.

# Verde

Mercabarna es consciente del impacto sobre el medio ambiente que ejercen las actividades comerciales desarrolladas en el recinto. Al objeto de minimizar dicho impacto, Mercabarna pone al alcance de las empresas servicios como la gestión de residuos y embalajes y promueve la eficiencia energética. En este sentido, se realiza un seguimiento de los indicadores para evaluar los resultados y, en su caso, establecer acciones correctivas para ajustar posibles desviaciones.



## POLÍTICA AMBIENTAL

La política corporativa de Mercabarna contempla una serie de compromisos en materia ambiental:

- Combatir el desperdicio alimentario mediante la recuperación del valor de los alimentos y de la concepción de los restos alimentarios como un recurso.
- Promover la ampliación de la vida útil de envases y embalajes mediante su reutilización y fomentar su reciclaje.
- Promover la sostenibilidad a través de una gestión eficiente de los recursos naturales, las materias primas y la energía.

Mercabarna desempeña una labor de difusión y concienciación vinculada a esta política con el fin de que las empresas del recinto cumplan con la normativa medioambiental aplicable en el ejercicio de su actividad.

Además, en este 2018 se ha publicado un protocolo de emergencias ambientales, incluido dentro de la Normativa técnica y de funcionamiento de las empresas ubicadas en la ZAC de Mercabarna, que está disponible en el Portal de la Transparencia. En este documento se contempla el establecimiento de medidas y acciones orientadas a prevenir y minimizar los efectos perjudiciales en el medio ambiente e informar a terceros que ocupen o exploten un espacio en Mercabarna sobre sus deberes en materia medioambiental.

Asimismo, Mercabarna también garantiza la prevención, en el desarrollo de su actividad empresarial, de las conductas que el Código Penal tipifica como delictivas, que en el ámbito medioambiental son:

- Emisiones, vertidos, radiaciones a la atmósfera, el suelo, el subsuelo o las aguas, siempre que se hayan producido a consecuencia de conductas contrarias a la normativa medioambiental aplicable.
- Adulteración con sustancias gravemente nocivas de las aguas potables o alimentos destinados al consumo público.
- Empleo o producción de sustancias que destruyen el ozono.

## GESTIÓN DE RESIDUOS Y EMBALAJES

El compromiso de Mercabarna con la gestión responsable de residuos y embalajes se concreta desde el punto de vista de los residuos comerciales e industriales. Todas las instalaciones del recinto disponen del equipamiento necesario para facilitar a empresas, trabajadores y usuarios la correcta separación de la basura generada.

Acuerdos para la gestión de los residuos comerciales:

- Acuerdo Cívico por una Mercabarna más Limpia y Sostenible (2002), firmado entre Mercabarna y todas las entidades que operan en la Unidad Alimentaria.
- Acuerdo de cooperación entre Mercabarna y el Ayuntamiento de Barcelona para la mejora en la gestión de los residuos comerciales generados por los usuarios de la Unidad Alimentaria (2005).
- Convenio para llevar a cabo la creación de la red de frío (2014), firmado por el Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna y la empresa Ecoenergías Barcelona.
- Compromiso de Mercabarna para la reducción del desperdicio alimentario (2016), firmado entre Mercabarna y todas las entidades que operan en la Unidad Alimentaria.

Mercabarna también dispone de la Guía de buenas prácticas ambientales y reciclaje en la oficina y de la Guía de compra verde para sensibilizar a los trabajadores sobre la minimización y gestión de residuos.

### Residus i reciclatge

Durante 2018 Mercabarna siguió optimizando el sistema propio de recogida y separación de residuos, eje central de su política medioambiental. Prueba de ello es el aumento del reciclaje, que en este ejercicio alcanzó el 76,44%, récord histórico desde la puesta en marcha del Punto Verde en 2002.

Los residuos generados por la actividad comercial de las empresas ubicadas en el recinto consisten básicamente en embalajes y residuos orgánicos. Por este motivo, se fomenta el reciclaje dentro de la planta de transferencia (Punto Verde) y se propicia la reutilización de los palés de madera destinando un espacio dentro de la Unidad Alimentaria a su gestión por una empresa externa.

En total, en 2018 se generaron 34.177 toneladas de residuos comerciales e industriales en la Unidad Alimentaria, cifra que supone un incremento del 7,05% en relación con el ejercicio anterior.

### Residuos comerciales en la Unidad Alimentaria

Durante el ejercicio 2018 se recogieron 26.972,72 toneladas, de las cuales el 89,2% correspondía a la actividad de los mayoristas del recinto y el resto, a los minoristas que utilizaron el Punto Verde para depositar su basura.

Las empresas mayoristas ubicadas en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas tienen a su disposición varios contenedores para depositar, de forma selectiva, los residuos comerciales. Para cantidades superiores a medio palé o 400 kg, deben llevar los residuos al Punto Verde de Mercabarna. Los residuos generados por los operadores del Mercado Central del Pescado y de Mercabarna-flor son gestionados en los contenedores específicos que hay en sus recintos.

Las empresas de la Zona de Actividades Complementarias pueden gestionar sus residuos comerciales a través de un gestor privado o bien utilizar las instalaciones del Punto Verde de Mercabarna. Por su parte, las empresas de servicios complementarios (bares, restaurantes, bancos...) pueden utilizar los contenedores de recogida urbana de la calle. Los minoristas o las empresas que se abastecen en el recinto pueden utilizar el Punto Verde de Mercabarna para depositar los residuos comerciales generados con su actividad.

El servicio de gestión de residuos sólidos urbanos (SGA) de los usuarios de las instalaciones incluidas en el recinto de Mercabarna dispone de certificado ISO 14001 desde 2003. Este servicio se audita anualmente de modo interno y externo y se realiza un seguimiento exhaustivo de los residuos comerciales, tanto por fracción como por centro de origen, integrado en un sistema de mejora continua. Esto ha permitido que el porcentaje de valorización, históricamente, siempre haya superado el 70% anual. Cada año se presenta la Declaración de residuos para gestores (DARIG) para dar cuenta de los residuos que hayan llevado directamente al Punto Verde sus usuarios.

#### Residuos comerciales recogidos en la Unidad Alimentaria\* (2018)

Materia orgánica vegetal	43,24%
Indiscriminado	23,56%
Madera	12,38%
Cartón	10,38%
Materia orgánica pescado	4,82%
Materia orgánica vegetal recuperada	4,15%
Plástico	1,32%
Vidrio	0,06%

\* Porcentajes respecto al total de residuos comerciales.

### Residuos industriales en la Unidad Alimentaria

Se generaron 7.204,55 toneladas de residuos industriales, en su mayoría procedentes del Matadero, lo que supone una disminución de 559,15 toneladas en relación con el ejercicio anterior. Estos residuos se transportaron íntegramente a los diferentes gestores autorizados para su tratamiento idóneo.

Por otra parte, la depuración de las aguas de esta actividad también origina como residuo los lodos de la depuradora. Anualmente se presenta a la Agencia de Residuos de Cataluña (ARC) la Declaración de residuos industriales, donde se identifican los volúmenes generados y las diferentes fracciones.

#### Residuos industriales recogidos en la Unidad Alimentaria\* (2018)

Lodos EDAR	36,38%
Sangre	22,58%
Materiales específicos de riesgo	18,82%
Estiércol	18,64%
Tejidos animales	3,58%

\* Porcentajes respecto al total de residuos industriales.

### Residuos comerciales en Mercabarna, SA

Como empresa de servicios, Mercabarna, SA, genera residuos asimilables a urbanos que se separan en las fracciones de materia orgánica, papel y cartón, envases ligeros y fracción resto. A partir de 2018 se ha empezado a contabilizar el volumen de residuos de este tipo generados en los centros de trabajo que forman parte de la empresa.

Aparte de estos residuos, se generan otros que no son asimilables a urbanos y que están formados por fluorescentes, equipos electrónicos (RAEE) y tóneres.



**Valorización de los residuos generados en Mercabarna, SA, (en toneladas)**

<b>Residuo</b>	<b>Código CER</b>	<b>Tipo de valorización</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Fracción resto</b>	200301	Selección y reciclado o disposición	5.960,65	6.354,17
<b>Materia orgánica pescado (SANDACH)</b>	-	Harinas	1.053,87	1.301,15
<b>Madera</b>	150103	Aglomerado + recuperación palés	2.956,04	3.338,00
<b>Cartón</b>	200101	Pasta de papel	2.594,41	2.800,02
<b>Vidrio</b>	200102	Triturado y reciclado	25,38	16,25
<b>Plástico</b>	200139	Reutilización y/o reciclado	347,01	357,38
<b>Envases ligeros</b>	150106	Selección y reciclado	1,21	1,71
<b>Materia orgánica vegetal</b>	200108	Compostaje y/o biogás	9.915,12	11.662,10
<b>Materia orgánica vegetal recuperada</b>	-	Consumo humano	1.295,56	1.118,93
<b>Poda</b>	200201	Compostaje	10,84	20,70
<b>Textil</b>	200110	Reutilización y/o reciclado	1,32	2,31
<b>TOTAL</b>			<b>24.161,41</b>	<b>26.972,72</b>
<b>% reciclaje</b>			<b>75,33%</b>	<b>76,44%</b>

**Valorización de los residuos industriales generados en la Unidad Alimentaria (en toneladas)**

<b>Residuo</b>	<b>Código CER</b>	<b>Tipo de valorización</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Estiércol</b>	020106	Compostaje	1.191,74	1.343,17
<b>Lodos EDAR</b>	020204	Compostaje	2.650,49	2.620,73
<b>Aceite hidráulico usado</b>	130205	Regeneración	2,02	1,22
<b>Sangre (SANDACH)</b>	020102	Compostaje	1.660,32	1.626,77
<b>Tejidos animales (SANDACH)</b>	020202	Harinas	293,17	257,93
<b>Líquidos pastosos de limpieza</b>	161001	Tratamiento físico-químico	1,13	0,30
<b>MER</b>	180202	Valorización energética	1.948,00	1.355,95
<b>TOTAL</b>			<b>7.746,87</b>	<b>7.204,85</b>



#### Valorización de los residuos generados en Mercabarna, SA, (en toneladas)

Residuo	Código CER	Tipo de valorización	2017	2018
<b>Fracción resto</b>	200301	Selección y depósito controlado	-	3,33
<b>Papel y cartón</b>	200101	Reciclado	-	6,07
<b>Envases ligeros</b>	150106	Reciclado	-	0,53
<b>Palés madera</b>	150103	Reciclado	-	0,43
<b>Materia orgánica</b>	200108	Compostaje	-	0,04
<b>Fluorescentes</b>	200121	Reciclado	0,18	0,15
<b>RAEE (equipos electrónicos)</b>	200136	Recuperación componentes	1,25	0,22
<b>Tóneres</b>	80318	Reutilización y/o reciclado	0,09	0,09
<b>TOTAL</b>			<b>1,52</b>	<b>10,63</b>
<b>% reciclado</b>			-	<b>68,71%</b>

**OPTIMIZACIÓN  
DEL CONSUMO DE AGUA**

El agua es un recurso natural que se caracteriza por ser un bien público, económico y común. Desde Mercabarna se adoptan las medidas necesarias para utilizarla de forma sostenible en las instalaciones y para concienciar sobre ello a empresas y usuarios.

En este punto, se diferencia el origen del consumo de agua:

1. Consumo de agua de red para usos domésticos en sus instalaciones (oficinas, vestuarios, etc.). Se lleva un control del consumo de agua por cada centro de trabajo.

En relación con el consumo de agua de red, se observa una subida del 6,7% respecto al ejercicio anterior.

Agua	Real acumulado total	
	2017 (m <sup>3</sup> )	2018 (m <sup>3</sup> )
Matadero	162.473	176.798
Mercado Central de Frutas y Hortalizas	7.760	7.772
Depuradora	5.200	5.335
Mercado Central del Pescado	4.617	4.426
Punto Verde	4.386	4.842
Otros (Centro Directivo y riegos de zonas verdes)	3.926	2.760
Mercabarna-flor	3.920	3.267
Pabellones	1.609	1.671
Locales	101	84
Aula de Formación	48	150
<b>TOTAL AGUA</b>	<b>194.040</b>	<b>207.105</b>

2. El uso del agua en el Matadero es muy importante, tanto por el propio proceso industrial, donde se utiliza agua de red, como por la limpieza de los corrales y la estabulación, donde se utiliza agua de subsuelo tratada.

Para optimizar el consumo de agua, se utiliza un sistema de desinfección de los cuchillos con agua hiperclorada a 250ppm y la instalación de frío implementado, que reduce mucho el consumo energético y de agua de las torres de refrigeración durante los fines de semana y por la tarde.

Para el vertido final de aguas, se cuenta con una depuradora de aguas residuales (EDAR) para disminuir la carga contaminante del agua vertida al colector público. El control del vertido final se determina mediante analíticas periódicas realizadas por un laboratorio, la elaboración cada cuatro años de la DUCA (Declaración de usos contaminantes del agua) y la renovación periódica (cada cinco años) de la autorización de vertido. Además, anualmente se presenta la declaración de emisiones PRTR, que incluye las emisiones al agua.

A continuación, además de detallar las cantidades de agua consumidas de la tabla anterior, relativas al agua de red, también se indica el agua tratada en la depuradora.

3. Por último, destaca el uso del agua por los operadores dentro de la Unidad Alimentaria como un aspecto privado de la gestión de cada empresa. En este sentido, la función de Mercabarna se centra en implantar medidas para que el consumo sea más responsable.

En cuanto a los vertidos, la Administración competente regula las distintas actividades, exige los controles y medidas a adoptar y vela por el cumplimiento de la normativa vigente. Sin embargo, Mercabarna, como gestora de la Unidad Alimentaria, se ocupa de diversas actividades que repercuten en el consumo de agua. Por ejemplo, la limpieza de los usos comunes de los pabellones de los mercados centrales y la vía pública, y el mantenimiento de la red general de alcantarillado y de los espacios verdes. En estos casos, el agua utilizada proviene de la red y del subsuelo. Además, cada centro de trabajo dispone de la autorización de vertido para estos usos.

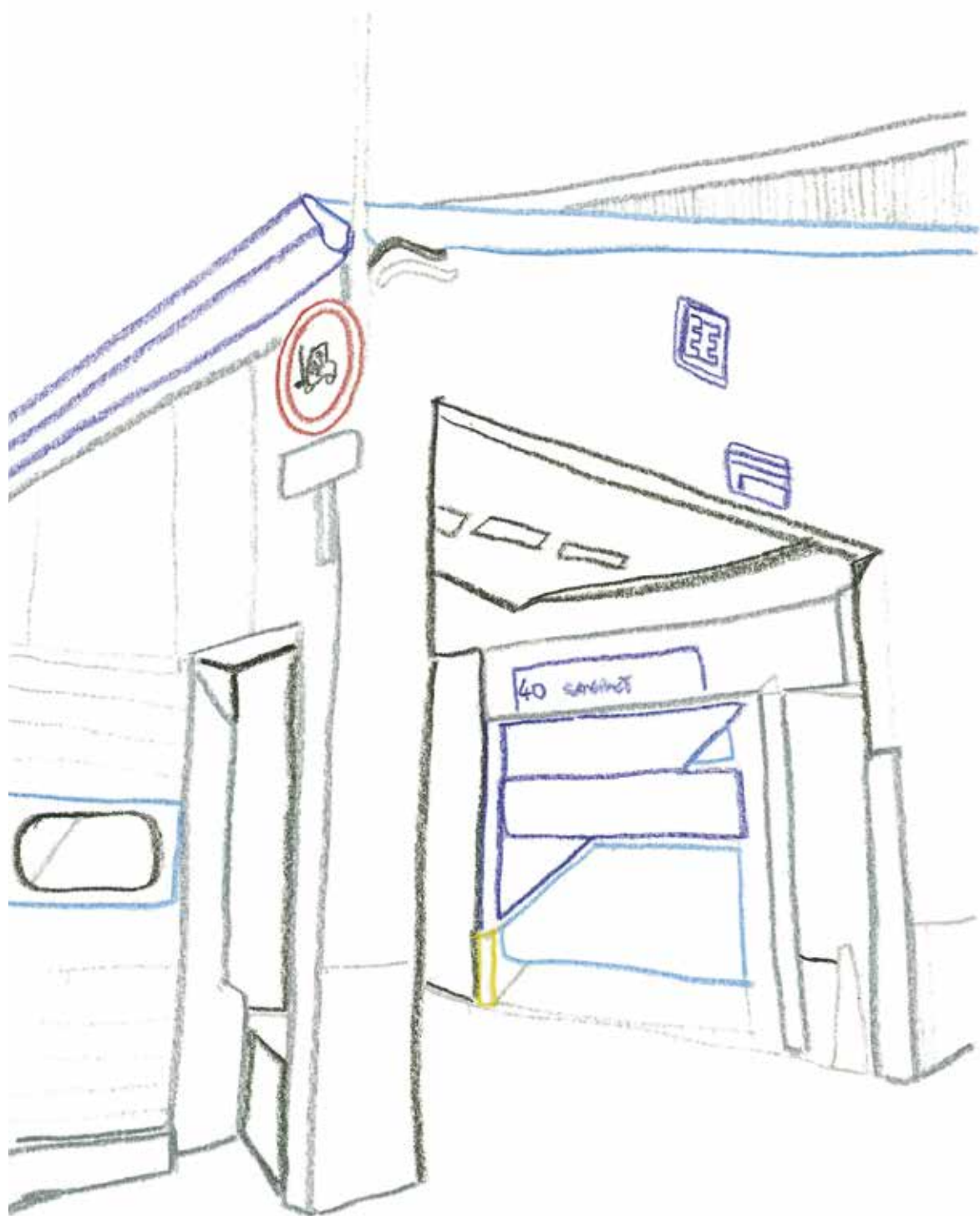
Con el fin de disminuir el consumo de agua de red para limpieza, en 2017 se solicitó abrir un nuevo pozo. En septiembre de 2018 se obtuvo la autorización de la Agencia Catalana del Agua para efectuar la perforación y está previsto que las obras se realicen durante 2019.

#### Consumo de agua en el Matadero (en m<sup>3</sup>/año)

	2017	2018
Agua de subsuelo	27.162	17.932
Agua tratada EDAR de salida que se depura	102.488	106.775

#### Lodos en el Matadero (en kg/m<sup>3</sup>)

	2017	2018
Fangs/aigua tractada	32,92	24,77



## EFICIENCIA ENERGÉTICA

Mercabarna se esfuerza en reducir los consumos de recursos y promueve constantemente el estudio y la aplicación de medidas que comporten ahorro energético.

Periódicamente se analizan los consumos para comprobar si se han producido desviaciones y determinar su origen y causas. En cuanto a las nuevas obras o reformas, Mercabarna promueve la eficiencia energética, por ejemplo, la instalación de máquinas con un coeficiente de eficiencia energética en modo calefacción (COP) alto y gas ecológico o la instalación de alumbrado de tipo led. El fin último es afrontar el cambio climático y conseguir un suministro de energía seguro, sostenible y competitivo.

Las principales fuentes de energía utilizadas son la electricidad, el gas natural y el gas licuado del petróleo (solo en Mercabarna-flor). Además, Mercabarna-flor cuenta con paneles fotovoltaicos para generar energía solar.

En cuanto a la electricidad, durante 2018 se ha producido un descenso del consumo en los Mercados Centrales de Frutas y del Pescado, mientras que, en el Matadero, los pabellones, el Aula de Formación y la depuradora el consumo ha aumentado debido a los trabajos de mejora y mantenimiento de las diversas instalaciones.

<b>Electricidad</b>	<b>2017, kW</b>	<b>2018, kW</b>
<b>Mercado Central del Pescado</b>	298.459	288.272
<b>Mercado Central de Frutas y Hortalizas</b>	894.515	610.206
<b>Matadero</b>	6.820.526	6.888.611
<b>Pabellones</b>	242.100	280.080
<b>Parcelas</b>	772.747	752.161
<b>Locales</b>	157.249	178.391
<b>Otros</b>	377.579	339.075
<b>Punto Verde</b>	201.887	210.073
<b>Aula de Formación</b>	40.240	53.640
<b>Depuradora</b>	599.473	675.043
<b>Mercabarna-flor</b>	1.083.040	1.091.014
<b>Total electricidad</b>	<b>11.487.815</b>	<b>11.366.566</b>

El consumo de gas en la Unidad Alimentaria se ha incrementado un 3,7% en comparación con los datos de 2017.

<b>Gas</b>	<b>2017, kWh/kg</b>	<b>2018, kWh/kg</b>
<b>Matadero</b> (kWh de gas natural)	5.900.838	6.115.790
<b>Mercado Central del Pescado</b> (kWh de gas natural)	73.589	81.813
<b>Mercabarna-flor</b> (kg de gas licuado del petróleo)	12.200	12.813
<b>Total gas</b>	<b>5.991.578</b>	<b>6.210.416</b>

La variación entre 2017 y 2018 tiene un descenso del 1%. El rendimiento de los paneles fotovoltaicos viene dado por la cantidad de horas de sol que hay durante el año.

<b>Paneles fotovoltaicos</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>kWh</b>	<b>kWh</b>
	<b>128.570</b>	<b>127.318</b>



## MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Los compromisos adoptados por Mercabarna respecto a su política ambiental se inspiran en dos principios básicos: por un lado, mejorar continuamente las actividades propias con el fin de proteger el medio ambiente y, por otro, facilitar al conjunto de empresas de la Unidad Alimentaria la aplicación de políticas empresariales cada vez más sostenibles. Uno de estos compromisos se basa en la adopción de todas las medidas necesarias para prevenir la contaminación y reducir al mínimo las emisiones de gas de efecto invernadero.

En este sentido, se canalizan esfuerzos hacia la reducción gradual de la intensidad de las emisiones mediante tecnologías cada vez más eficientes. A modo de ejemplo, las acciones en materia de eficiencia energética de las instalaciones, el aumento de la flota de vehículos eléctricos, la instalación de puntos de carga para dichos vehículos y la producción de energía solar a través de los paneles fotovoltaicos establecidos en Mercabarna-flor, entre otros.

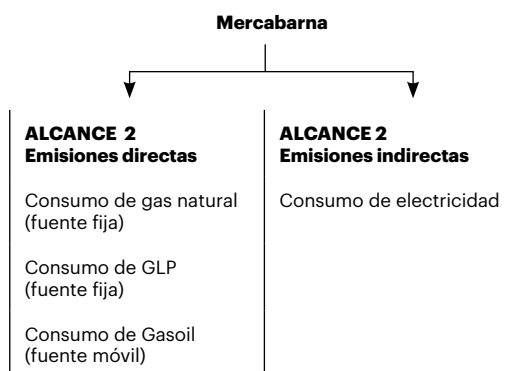
La memoria 2018 de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Mercabarna se ha realizado en el marco de referencia de la ISO 14064:1-2012, basada en *The Greenhouse Gas Protocol. A Corporate Accounting and Reporting Standard*, desarrollado por el World Business Council for Sustainable Development.

Para el cálculo de la huella de carbono de Mercabarna se ha seguido el criterio del control operacional. Las instalaciones incluidas en el presente inventario y relacionadas a continuación se encuentran en la Zona Franca de Barcelona, excepto Mercabarna-flor, que está situada en Sant Boi de Llobregat.

Nombre	Actividad
<b>Mercado Central del Pescado</b>	Alquiler de espacios para la comercialización de mayoristas del Mercado Central del Pescado
<b>Mercado Central de Frutas y Hortalizas</b>	Alquiler de espacios para la comercialización de mayoristas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas
<b>Matadero</b>	Matanza de ganado y manipulación y comercialización del producto cárnico
<b>Pabellones</b>	Alquiler de espacios para la comercialización de productos alimentarios
<b>Parcelas</b>	Alquiler de espacios para la comercialización de productos alimentarios
<b>Locales</b>	Alquiler de espacios de diferente ámbito
<b>Otros</b>	Otros mercados
<b>Punto Verde</b>	Recogida y gestión de residuos de la Unidad Alimentaria
<b>Aula de Formación</b>	Espacio de formación a personal propio y a terceros
<b>Depuradora</b>	Depuración de aguas residuales
<b>Mercabarna-flor</b>	Alquiler de espacios para la comercialización de mayoristas de Mercabarna-flor

A continuación, se exponen las emisiones generadas durante el año 2018, incluidas en los siguientes alcances:

- *Alcance 1*: emisiones directas de GEI asociadas al consumo de carburantes de Mercabarna.
- *Alcance 2*: emisiones indirectas de GEI asociadas al consumo de electricidad de las mismas instalaciones/oficinas o servicios.



## CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN LA CADENA DE PROVEEDORES

La huella de carbono de Mercabarna en 2018 es de 5.170 t CO<sub>2</sub>e, resultado que representa un incremento del 9% respecto a la huella de carbono corporativa del año 2015 y una disminución del 0,5% respecto a la de 2017. Este incremento respecto a los últimos tres años se debe al aumento de la propia actividad, aunque los esfuerzos para mejorar la eficiencia energética de los centros comienzan a dar sus frutos.

De las once instalaciones incluidas en los límites organizacionales, el Matadero representa más de dos terceras partes del total de emisiones de GEI, en concreto el 68%. Ello se debe a la propia actividad desarrollada en dicha instalación, que es especialmente intensiva en emisiones. Además, esta instalación consume tanto electricidad como gas natural.

En cuanto a las cuatro fuentes energéticas incluidas en los límites operacionales, el 77% de las emisiones de GEI provienen del consumo de electricidad y el 22% del gas natural. Las emisiones derivadas del consumo de GLP y de gasóleo de la flota de vehículos de renting representan menos del 1% en cada caso.

Por último, destaca la importancia de las emisiones de GEI del Matadero, que, aparte de tratarse de la instalación que representa las dos terceras partes de las emisiones totales de Mercabarna, es la que presenta un incremento más relevante en valores absolutos entre los años 2015 y 2018. Por estos motivos, es en esta instalación donde deberán invertirse más esfuerzos en medidas de eficiencia energética dentro del proceso productivo.

El compromiso con la sostenibilidad de Mercabarna también se refleja en la contratación de proveedores que cumplan con criterios ambientales, asuman como propios los valores de Mercabarna y garanticen el cumplimiento de la normativa y los requisitos internos.

En virtud de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, desde el 8 de marzo de 2018 Mercabarna prevé la aplicación de medidas de contratación pública sostenible, que pueden consistir en criterios de adjudicación para la valoración de las ofertas o condiciones especiales de ejecución del contrato. Estas medidas se implementarían en los procedimientos de licitación a partir de 15.000 euros en servicios y suministros y de 40.000 euros en obras, y tendrían un límite temporal de un año.

Durante 2018 los departamentos de Medio Ambiente y Limpieza y de Desarrollo de Infraestructuras han puntuado favorablemente a los proveedores que cumplen con los criterios ambientales exigidos.

<b>EMISIONES de GEH (T CO<sub>2</sub>)</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Evolución 2017-2018</b>
<b>Alcance 1</b>	1.176	1.076	1%
<b>Alcance 2</b>	4.021	1.076	-1%
<b>Total</b>	<b>5.197</b>	<b>5.170</b>	<b>-0,5</b>

<b>Licitación</b>	<b>Criterios de valoración ambientales</b>
Campaña sobre educación ambiental	Sostenibilidad. Se puntuaron propuestas que contuvieran aspectos como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material divulgativo reutilizable.</li> <li>• Certificaciones ambientales de los candidatos.</li> <li>• Minimización de los residuos en el desarrollo de la campaña.</li> <li>• Cálculo de la huella de carbono de las empresas candidatas.</li> <li>• Políticas de responsabilidad social corporativa.</li> <li>• Movilidad sostenible.</li> </ul>
Mantenimiento del alcantarillado	Introducción de métodos más sostenibles en la maquinaria.
Transporte y gestión de lodos y estiércol	Introducción de métodos más sostenibles en la maquinaria. Proximidad con la planta de gestión de residuos.
Transporte y gestión de madera	Introducción de métodos más sostenibles en la maquinaria. Proximidad con la planta de gestión de residuos.
Mantenimiento normativo, preventivo y correctivo de las instalaciones de Mercabarna y Mercabarna-flor	Memoria de gestión ambiental que también contenga propuestas de mejora en relación con el ahorro energético.
Suministro, sustitución y motorización de 33 puertas con control de acceso del Mercado Central de Frutas y Hortalizas	Control de los residuos y aplicación de criterios sostenibles en la gestión del servicio.
Obras en el pavimento interior del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, arreglo de la estructura de hormigón del Matadero y realización de obras menores en los edificios de Mercabarna	Tratamiento detallado de los residuos generados en la prestación del servicio (procedimientos de retirada, transporte, identificación de las plantas gestoras, entre otros).
Rehabilitación estructural y sustitución de la cubierta de la depuradora EDAR	Propuesta de sensibilidad medioambiental específica.
Modificación de la instalación del alumbrado vial del recinto	Propuesta de sensibilidad medioambiental específica.
Proyecto ejecutivo de mejoras funcionales, modernización y transformación del actual Punto Verde en el nuevo Centro de Aprovechamiento Alimentario	Sistema de gestión medioambiental aplicable a la obra concreta, con propuestas específicas. Propuesta para implementar mejoras en los procedimientos constructivos y gestión de residuos con fines medioambientales, para cumplir el objetivo establecido en el artículo 88 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
Obras relativas al pavimento del Mercado Central del Pescado	Aportación de la huella de CO2 de los productos utilizados y certificado justificativo de que el porcentaje mínimo del material reciclado es de un 25%.
Reforma de la instalación eléctrica de la zona de cooperativas y campesinos del pabellón G del Mercado Central de Frutas y Hortalizas	Presentación del sistema de gestión medioambiental aplicable a la obra concreta, con propuestas específicas y que represente una mejora técnica ambiental significativa.

<b>Licitación</b>	<b>Criterios de valoración ambientales</b>
Construcción del Biomarket	Presentación del sistema de gestión medioambiental aplicable a la obra concreta, con propuestas específicas y que represente una mejora técnica ambiental significativa. Propuesta para implementar mejoras en los procedimientos constructivos y gestión de residuos con fines medioambientales, para cumplir el objetivo establecido en el artículo 88 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
Reurbanización de las calles Longitudinal 5 y Longitudinal 7	Presentación del sistema de gestión medioambiental aplicable a la obra concreta. Propuesta para implementar mejoras en los procedimientos constructivos y gestión de residuos con fines medioambientales, para cumplir el objetivo establecido en el artículo 88 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.
Servicios de renovación y mejoras puntuales de las instalaciones mecánicas específicas de las líneas de matanza del Matadero	Tratamiento detallado de los residuos generados en la prestación del servicio (procedimientos de retirada, transporte, identificación de las plantas gestoras, entre otros).
Servicio de mejoras puntuales de las instalaciones generales de los edificios de Mercabarna	Tratamiento detallado de los residuos generados en la prestación del servicio (procedimientos de retirada, transporte, identificación de las plantas gestoras, entre otros).

# Gestión económica responsable

Mercabarna genera valor compartido con sus grupos de interés con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y establecer soluciones a los problemas sociales y medioambientales. En este sentido, cumple los compromisos a través de su actividad y, al mismo tiempo, desarrolla económicamente su entorno.

Para garantizar que se alcanzan estos objetivos, Mercabarna realiza una gestión responsable de los recursos económicos, lo que tiene un impacto positivo en la sociedad. En definitiva, se trata de garantizar un escenario económico favorable para la propia actividad, al tiempo que se incorporan las premisas de sostenibilidad para consolidar un modelo de negocio exitoso y ético.

## ESTADOS FINANCIEROS

Mercabarna ha conseguido en 2018 una cifra récord de beneficios antes de impuestos de 10.419.628 euros, que representa un incremento del 49,39% respecto a 2017.

El resultado neto final de la sociedad en 2018 ha sido de 8.835.916 euros; la cifra total de ingresos se ha situado en los 40.790.788 euros, un 17,7% superior al pasado ejercicio, y los gastos totales han sido de 31.954.872 euros, un 14% más que el año pasado. En este último punto, las amortizaciones de las obras de modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y del Mercado Central del Pescado son la principal causa del aumento de gasto en 2018.

Por otra parte, la venta de la antigua nave del autoservicio mayorista Makro, por valor de 4,7 millones de euros, ha incrementado los beneficios del ejercicio.

### Inversiones para 2019

Para el ejercicio 2019 se prevén inversiones valoradas en 17 millones de euros, en las que se incluyen los principales proyectos estratégicos de Mercabarna. Destacan la urbanización de la parcela que rodeará el futuro Biomarket, la construcción del propio mercado bio y la renovación del alumbrado público de todo el recinto. Además de las actuaciones mencionadas, continuarán las obras de modernización de los mercados centrales y del Matadero.

En paralelo, se realizarán acciones previstas en el Plan Estratégico contra el despilfarro alimentario, en el proyecto de digitalización de Mercabarna y en el desarrollo de la tecnología 5G. Asimismo, se pondrá en marcha una campaña de posicionamiento de marca orientada a la ciudadanía.

Beneficios antes de impuestos

10.419.628 €

Comparativa 2017

↑49,39%

Estados financieros auditados, con resultado favorable, por la firma Faura-Casas Auditores Consultors, SL.



**Cuenta de pérdidas y ganancias**

<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>28.482.294,81</b>	<b>28.180.489,30</b>
Prestación de servicios	28.482.294,81	28.180.489,30
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>-2.664.457,24</b>	<b>-2.585.802,01</b>
Consumo mat. Primas y otros cons.	-256.693,04	-261.873,80
Trabajos realizados por otras empresas	-2.407.764,20	-2.323.928,21
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>7.506.605,56</b>	<b>6.100.069,40</b>
Ingresos accesorios y otros de g. Corriente	7.246.188,76	5.905.415,31
Subvenciones de explotación incorporadas a resultado del ejercicio	260.416,80	194.654,09
<b>Gastos de personal</b>	<b>-7.983.680,01</b>	<b>-7.104.183,43</b>
Sueldos, salarios y similares	-5.578.376,24	-5.067.081,24
Cargas sociales	-2.405.303,77	-2.037.102,19
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>-13.483.333,17</b>	<b>-13.280.564,95</b>
Servicios exteriores	-11.218.130,40	-10.983.400,41
Tributos	-2.105.600,19	-2.617.039,98
Pérdidas por deterioro op. Comerciales	-159.602,58	319.875,44
<b>Dotación amortizaciones</b>	<b>-5.888.230,86</b>	<b>-4.442.653,96</b>
Exceso de provisiones	0,00	90.839,99
<b>Imputación de subvenciones de inm. No financiero y otras</b>	<b>1.651.671,70</b>	<b>84.982,13</b>
<b>Deterioro y resultado de enajenaciones del inmovilizado</b>	<b>3.038.117,37</b>	<b>-188.629,83</b>
<b>Resultado de explotación</b>	<b>10.658.988,16</b>	<b>6.854.546,64</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>112.098,53</b>	<b>287.222,13</b>
De terceros	112.098,53	287.222,13
<b>Gastos financieros</b>	<b>-350.006,22</b>	<b>-158.629,40</b>
Por deudas con terceros	-350.006,22	-158.629,40
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>-1.451,99</b>	<b>-8.415,68</b>
<b>Total resultado financiero</b>	<b>-239.359,68</b>	<b>120.177,05</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>10.419.628,48</b>	<b>6.974.723,69</b>
Impuesto sobre beneficios	-1.583.712,48	-330.255,98
<b>Resultado del ejercicio procedente de op. Continuas</b>	<b>8.835.916,00</b>	<b>6.644.467,71</b>

**Activo**

<b>Activo no corriente</b>	<b>98.363.190,96</b>	<b>97.958.000,48</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>255.094,91</b>	<b>254.728,90</b>
Aplicaciones informáticas	200.241,25	198.294,60
Otro inmovilizado intangible	54.853,66	56.434,30
<b>Inmovilizado material</b>	<b>88.904.157,17</b>	<b>85.888.116,11</b>
Terrenos y construcciones	73.826.411,52	73.259.091,78
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado	8.970.984,02	7.608.136,22
Inmovilizado en curso y anticipos	6.106.761,63	5.020.888,11
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>		
Instrumentos de patrimonio	90.151,82	90.151,82
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>8.573.944,97</b>	<b>11.065.900,83</b>
Créditos a terceros	2.059.399,03	2.482.498,76
Otros activos financieros	6.514.545,94	8.583.402,07
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>539.842,09</b>	<b>659.102,82</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>41.951.620,44</b>	<b>32.192.357,23</b>
<b>Deudores comerciales y otras cuentas pendientes de cobro</b>	<b>4.742.892,90</b>	<b>4.096.819,05</b>
Clientes por ventas y prestación de servicios	4.024.714,85	3.353.955,20
Clientes empresas del grupo y asociadas	1.100,02	19.752,50
Deudores varios	10.768,92	88.198,21
Personal	38.381,52	33.495,60
Activos por impuesto corriente	667.927,59	601.417,54
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>34.192.926,37</b>	<b>24.327.812,81</b>
Créditos a empresas	202.479,84	295.991,94
Otros activos financieros	33.990.446,53	24.031.820,87
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>56.048,97</b>	<b>55.732,02</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos</b>	<b>2.959.752,20</b>	<b>3.711.993,35</b>
<b>Total activo</b>	<b>140.314.811,40</b>	<b>130.150.357,71</b>

**Patrimonio neto y pasivo**

<b>Patrimonio neto</b>	<b>104.600.220,30</b>	<b>98.408.826,12</b>
<b>Fondos propios</b>	<b>104.075.300,67</b>	<b>96.453.848,81</b>
Capital escriturado	14.287.813,40	14.287.813,40
<b>Reservas</b>	<b>81.052.868,98</b>	<b>75.622.865,41</b>
Legal y estatutarias	2.857.620,23	2.857.620,23
Otras reservas	78.195.248,75	72.765.245,18
<b>Acciones y participaciones en patrimonio propias</b>	<b>-101.297,71</b>	<b>-101.297,71</b>
<b>Resultado ejercicio</b>	<b>8.835.916,00</b>	<b>6.644.467,71</b>
<b>Subvenciones, donaciones y legados</b>	<b>524.919,63</b>	<b>1.954.977,31</b>

<b>Pasivo no corriente</b>	<b>21.810.882,28</b>	<b>20.179.873,41</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>1.142.690,09</b>	<b>563.204,14</b>
Otras provisiones	1.142.690,09	563.204,14
<b>Pasivos por impuestos diferidos</b>	<b>93.409,86</b>	<b>315.023,88</b>
<b>Periodificaciones a largo plazo</b>	<b>20.574.782,33</b>	<b>19.301.645,39</b>

<b>Pasivo corriente</b>	<b>13.903.708,82</b>	<b>11.561.658,18</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>3.353.734,68</b>	<b>3.451.899,80</b>
Otros pasivos financieros	3.353.734,68	3.451.899,80
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas pendientes de pago</b>	<b>3.966.020,79</b>	<b>4.628.452,85</b>
Proveedores empresas grupo y asociadas	32.075,90	30.032,20
Acreedores varios	2.520.407,07	2.532.252,92
Personal, remuneraciones pendientes de pago	661.265,00	555.763,31
Otras deudas con adm. Públicas	790.637,53	1.391.948,07
Anticipos de clientes	-38.364,71	118.456,35
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>6.583.953,35</b>	<b>3.481.305,53</b>

<b>Total pasivo</b>	<b>140.314.811,40</b>	<b>130.150.357,71</b>
---------------------	-----------------------	-----------------------

## RESULTADO DEL EJERCICIO 2018

Resultado neto del ejercicio

# 8.835.916,00 €

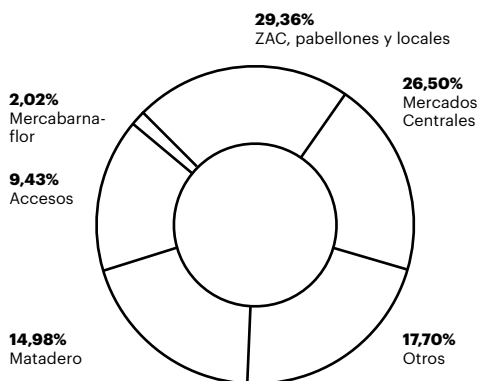
Dividendos

## 1.214.464,14 €

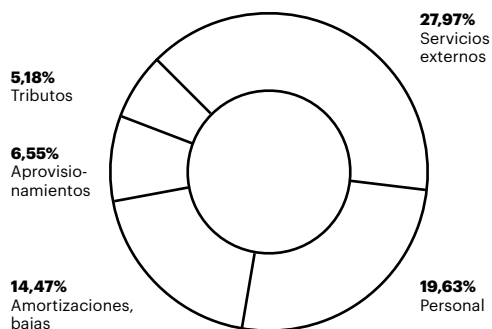
Reserva voluntaria

7.621.451,86 €

### Ingresos de explotación

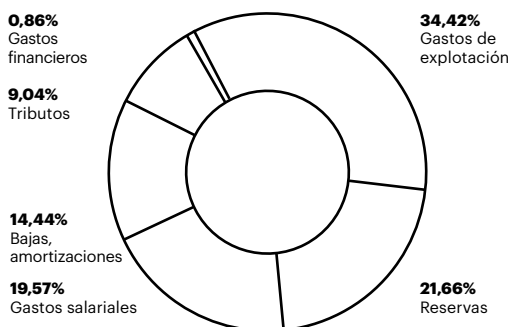


### Gastos de explotación



### Generación de valor

Con su actividad, Mercabarna contribuye al desarrollo social del área metropolitana de Barcelona y genera riqueza en la zona donde desarrolla su actividad.



Valor económico directo generado:

# 40.790.788 €

## DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ENTORNO

El compromiso de Mercabarna con el entorno se materializa en inversiones, en el fomento de programas y acciones para el entorno social y en la relación con los proveedores locales. En este último punto, el 79,18% de los proveedores han sido de la provincia de Barcelona, que supone un 71,03% sobre el volumen total de compras realizadas.

Además de los impactos económicos directos derivados de su actividad, también genera otros impactos indirectos que contribuyen al desarrollo económico y social. En cuanto a las inversiones en infraestructuras, Mercabarna apuesta por la renovación y mantenimiento de instalaciones que supongan una mejora en la sostenibilidad, como el Punto Verde o la depuradora (EDAR)

Si nos centramos en las actuaciones específicas llevadas a cabo en 2018, se han realizado inversiones, con diferentes repercusiones:

<b>Instalación</b>	<b>Inversión</b>	<b>Impacto</b>
Trabajos derivados del acuerdo de modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas	6.242.151€	<i>Ambiental</i> <i>Social: seguridad de los usuarios</i>
Sustitución de las cubiertas de amianto en los mercados centrales del Pescado y de Frutas y Hortalizas	5.886.967€	<i>Ambiental</i>
Trabajos derivados del acuerdo de modernización del Mercado Central del Pescado	606.439€	<i>Ambiental</i> <i>Social: seguridad de los usuarios</i>
Biomarket	441.169€	<i>Económico: competitividad de la Unidad Alimentaria</i> <i>Social: hábitos saludables</i>
Urbanización de viales	357.858€	<i>Ambiental</i>
Depuradora	262.511€	<i>Ambiental</i>
Punto Verde y Centro de Aprovechamiento de Alimentos	56.075€	<i>Ambiental</i>
Cooperativas	2.295€	<i>Ambiental</i>

Proveedores de la provincia de Barcelona

# 79,18%

Desarrollo sostenible  
del entorno

Además, Mercabarna ha desplegado durante 2018 un conjunto de programas con impacto social:

<b>Programa</b>	<b>Inversión</b>	<b>Impacto</b>
Aula del Fresco	226.187€	<i>Social: formación e inserción laboral. Económico: competitividad de las empresas</i>
Campañas educativas infantiles	141.913€	<i>Social: hábitos saludables</i>
Universidad de verano	50.529€	<i>Social: formación</i>
Becas Mercabarna	48.905€	<i>Social: inserción laboral. Económico: competitividad de las empresas</i>
Colaboraciones solidarias y ciudadanas	23.785€	<i>Social: hábitos saludables, educación. Ambiental</i>
Ayudas a la formación de entidades sociales	6.050€	<i>Social: formación e inserción laboral</i>
Sensibilización entre los niños en la lucha contra el despilfarro	4.119€	<i>Social: educación Ambiental</i>



# Alcance y cobertura

La Memoria de sostenibilidad 2018 de Mercabarna corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018. Se ha elaborado siguiendo los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI).

La memoria cubre el 100% de la actividad de Mercabarna y contiene información transparente, fiable y equilibrada sobre el desempeño social, económico y ambiental de la organización. En ella se reflejan tanto los aspectos positivos como los negativos, de modo que los grupos de interés puedan obtener una valoración razonable del desempeño de la organización.

Para cualquier cuestión relacionada con la memoria, contacte con el Departamento de Responsabilidad Social de Mercabarna ([rsc@mercabarna.cat](mailto:rsc@mercabarna.cat)).

Aspecto material	Dónde se produce el impacto*	Implicación de Mercabarna**	Motivo de su materialidad
GRI 201: Desempeño económico	Dentro y fuera de la organización	Directa	La gestión económica de la organización, que depende también de la situación económica general del sector y del país, tiene un gran impacto en nuestros grupos de interés, especialmente en los empleados, proveedores y asociaciones gremiales. Afecta al número de puestos de trabajo generados, a las compras de productos y servicios, a la red comercial, a la estrategia empresarial, a la gestión de la deuda y al reparto de beneficios, entre otros aspectos.
GRI 203: Impactos económicos indirectos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Nuestra actividad comercial y nuestro compromiso con la comunidad local donde operamos tienen un importante impacto económico en los diferentes grupos de interés de la cadena de valor. Acciones sin propósito comercial como la mejora de las infraestructuras suponen una contribución y un impacto positivos en nuestro entorno.
GRI 204: Prácticas de adquisición	Fuera de la organización	Directa e indirecta	La gestión de la selección de proveedores y productos es clave para ayudar a garantizar el suministro, fomentar la economía local y mantener relaciones estrechas con la comunidad. Además, el origen de los productos es cada vez más importante en las decisiones de compra de los consumidores y es un atributo de nuestra filosofía.
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	Fuera de la organización	Directa e indirecta	Como parte fundamental de nuestro compromiso con la sostenibilidad, es esencial la promoción del desarrollo sostenible de nuestra cadena de suministro. Por este motivo consideramos primordial poner énfasis en el establecimiento de una gestión responsable de los proveedores que tenga en cuenta cuestiones medioambientales.
GRI 303: Agua	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	La gestión sostenible del agua es una cuestión crítica para el futuro del planeta. Existen numerosos factores a tener en cuenta para lograr una gestión sostenible e integrada de los recursos hídricos: eficiencia, ordenación del territorio, normativa, tecnología, etc. Por este motivo, en Mercabarna emprendemos acciones para implantar medidas que impliquen un uso responsable de este bien, tanto por parte de nuestros trabajadores como de los operadores dentro de la Unidad Alimentaria.
GRI 302: Energía	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	La sostenibilidad tiene como objetivo lograr el equilibrio correcto entre las consideraciones financieras de una empresa y su impacto en las personas y el planeta. Una correcta gestión de la energía tendrá un impacto importante en el aumento de la rentabilidad, al tiempo que disminuirá el impacto medioambiental de nuestra organización.
GRI 305: Emisiones	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	El impacto en la salud humana y en el clima producido por las emisiones de gases de efecto invernadero es uno de los grandes problemas ambientales de hoy y de mayor relevancia para los diferentes grupos de interés.

GRI 306: Efluentes y residuos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Una gestión incorrecta de los residuos es uno de los factores que condicionan la degradación ambiental. La alteración de los ecosistemas, el cambio climático, estilos de vida poco saludables, así como los patrones de consumo y la producción insostenible, son algunos de los impactos asociados a la gestión de residuos.
Embalajes	Dentro y fuera de la organización	Indirecta	Los residuos que se generan principalmente en la Unidad Alimentaria son los embalajes y los residuos orgánicos. Su uso y eliminación tienen un gran impacto en el medio ambiente, por lo que Mercabarna fomenta el reciclaje en las instalaciones.
GRI 401: Empleo	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	La creación, estabilidad y calidad del empleo son clave para el éxito de Mercabarna, así como para nuestros empleados u otros trabajadores y la comunidad local donde operamos.
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	Dentro de la organización	Directa e indirecta	Nuestros empleados son uno de nuestros grupos de interés prioritarios y se ven afectados directamente por las políticas de seguridad y salud impulsadas por la organización.
GRI 404: Formación	Dentro de la organización	Directa e indirecta	Un aspecto clave para la retención del talento es la oferta de formación continua. Es imprescindible proporcionar programas de formación que añadan valor al empleado y tengan un impacto en sus cualidades. Esto refuerza el vínculo con la empresa y, al mismo tiempo, hace que el empleado se sienta valorado.
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	Dentro de la organización	Directa	Las desigualdades existentes en la sociedad y el mundo laboral actual entre las mujeres y los hombres hacen que sea clave, para potenciar el empoderamiento de la mujer, garantizar la igualdad de salarios y derechos y fomentar la conciliación laboral desde nuestra organización.
GRI 406: No discriminación	Dentro y fuera de la organización	Directa	Cualquier tipo de discriminación produce efectos desiguales que ponen a las personas en desventaja. Esto se traduce en una pérdida de motivación para trabajar, menor rendimiento y, en consecuencia, menor productividad laboral, tensiones en el lugar de trabajo, reducción de los niveles de autoestima de la persona, etc.
GRI 413: Comunidades locales	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Las actividades de Mercabarna generan impactos directos e indirectos, en especial en la localidad donde operamos, por la ocupación del espacio, la construcción de infraestructuras, el movimiento de productos y residuos, la generación de puestos de trabajo, la generación de riqueza a través de las compras y las contrataciones locales, etc. Nuestro compromiso es trabajar para maximizar los aspectos positivos y las oportunidades de generar valor compartido, y prevenir y minimizar los impactos negativos a través del diálogo y la participación de la comunidad.

(\*) Indica dónde se produce el impacto; dentro de la organización, fuera de la organización o dentro y fuera de la organización. (\*\*) Indica la implicación de la organización respecto al impacto: directa (la organización ha causado el impacto directamente) o indirecta (la organización está vinculada al impacto a través de sus relaciones de negocio).

Aspecto material	Dónde se produce el impacto*	Implicación de Mercabarna**	Motivo de su materialidad
Alimentación sana y asequible	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	La promoción de una alimentación sana y asequible está íntegramente relacionada con la promoción del derecho a la alimentación y la lucha contra el despilfarro alimentario. El despilfarro tiene, por un lado, un impacto ambiental importante derivado de la reducción de recursos naturales debido a una producción ineficiente o innecesaria de alimentos. Por el otro, la gestión correcta de los alimentos genera un impacto positivo en la sociedad al distribuir alimentos entre personas en riesgo de exclusión.
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Garantizar la seguridad de nuestros servicios e infraestructuras es un elemento esencial para el funcionamiento de Mercabarna y de la Unidad Alimentaria.
Seguridad alimentaria	Dentro y fuera de la organización	Directa	La seguridad alimentaria es un elemento indispensable para el buen funcionamiento de Mercabarna y la Unidad Alimentaria que permite garantizar el derecho a la alimentación.
Producto de proximidad	Dentro y fuera de la organización	Directa	Los beneficios de adquirir alimentos procedentes de proveedores de zonas próximas repercuten directamente en aspectos económicos, sociales y medioambientales (mejora el índice de empleo y el tejido socioeconómico local, y supone un menor coste logístico y ambiental).

## Índice de contenido GRI

Esta memoria de responsabilidad social corporativa se ha elaborado conforme a los Estándares GRI: opción Esencial.

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 102: Contenidos básicos generales 2016</b>			
<b>Perfil de la organización</b>			
102-1 Nombre de la organización	Mercabarna, SA		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Sobrecubierta		

102-3 Localización de la sede central de la organización	C/ Major de Mercabarna, 76. 08040 Barcelona					
102-4 Localización de las operaciones	Mercabarna opera en España, principalmente en Cataluña y concretamente en Barcelona					
102-5 Propiedad y forma jurídica	Sociedad anónima de capital público: Barcelona de Serveis Municipals, SA (50,69%), Empresa Nacional Mercasa (36,79%), Consejo Comarcal del Barcelonés (12,16%) y Autocartera (0,36%)					
102-6 Mercados servidos	Sobrecubierta					
102-7 Dimensión de la organización	Sobrecubierta, 163-166					
	Número de operaciones: 43.312					
	Productos o servicios:					
	Servicios inmobiliarios: 66,68%					
	Servicios de matadero: 15,67%					
	Servicios de formación: 1,20%					
	Servicios de medio ambiente y gestión de residuos: 1,99%					
	Accesos/peajes: 10,66%					
	Otros: 3,79%					
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	35	2017		2018		
		Fijo	Eventual	Fijo	Eventual	
		TC	TP	TC	TP	
Mujeres		37	1	39	1	
Hombres		80	6	77	8	
			11		12	
102-9 Cadena de suministro	157-158, 167					
102-10 Cambios significativos en la organización y la cadena de suministro	No se han producido cambios significativos					
102-11 Principio o enfoque de precaución	23-24, 147					

<b>Estándares GRI</b>	<b>Página/respuesta directa</b>	<b>Omisiones</b>	<b>Verificación externa</b>
102-12 Iniciativas externas	31		
102-13 Participación en asociaciones	27-29		
<b>Estrategia</b>			
102-14 Declaración del máximo responsable de la organización	7-9		
<b>Ética e integridad</b>			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Sobrecubierta, 23-24		
<b>Gobierno</b>			
102-18 Estructura de gobierno	18-21		
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
102-40 Listado de grupos de interés	51		
102-41 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	El 86,52% de los empleados están cubiertos por convenios colectivos.		
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Mercabarna ha identificado sus grupos de interés en función de los siguientes criterios: dependencia (quienes dependen de las actividades, productos o servicios o de los que depende para continuar sus actividades), responsabilidad (ya sea de tipo comercial, legal, operativa, social, etc.), proximidad (los que se encuentran en el entorno más local) e influencia (pueden generar un impacto en la estrategia o en el negocio).		



Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	<p>Grupos de interés</p> <p>Principales canales de comunicación y diálogo</p>	<p>Principales cuestiones identificadas</p>	
	<p>Asociaciones gremiales</p> <p>Web de Mercabarna, redes sociales, Informativo de Mercabarna, Newsletter Mercabarna actualidad, reuniones y cartelería y e-mail</p>	<p>Priorización de proveedores locales, reducción de las emisiones generadas en la atmósfera, creación de puestos de trabajo y fomento del empleo, gestión del despilfarró alimentario, supervisión de la salud y seguridad de los clientes</p>	
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	<p>Trabajadores</p> <p>Web de Mercabarna, Informativo de Mercabarna, Intranet, reuniones, cartelería y e-mail</p>	<p>Priorización de proveedores locales, evaluación ambiental de los proveedores, oferta de formación a los trabajadores, participación en el desarrollo de políticas públicas en defensa de los intereses de personas u organizaciones del sector alimentario y transparencia respecto al apoyo de partidos políticos, garantía de una información correcta y completa sobre los servicios que ofrece Mercabarna</p>	
* A lo largo del informe se ofrece información sobre cómo la organización ha respondido a estos temas y preocupaciones clave.	<p>Proveedores</p> <p>Web de Mercabarna, reuniones, e-mail y redes sociales</p>	<p>Priorización de proveedores locales, optimización del consumo de agua, creación de puestos de trabajo y fomento del empleo, gestión del despilfarró alimentario, supervisión de la salud y seguridad de los clientes</p>	
	<p>Escuelas</p> <p>Web de "5 al día", redes sociales, reuniones y e-mail</p>	<p>Supervisión de la salud y seguridad de los trabajadores, gestión económica adecuada, reducción de los embalajes, evaluación social de los proveedores, reducción de la generación de residuos</p>	
	<p>Fundaciones y ONG</p> <p>Web de Mercabarna, redes sociales, reuniones y e-mail</p>	<p>Creación de puestos de trabajo y fomento del empleo, reducción de las emisiones generadas en la atmósfera, supervisión de la salud y seguridad de los clientes, no discriminación, promoción de productos saludables y biológicos</p>	
	<p>Entidades profesionales vinculadas al sector alimentario</p> <p>Web de Mercabarna, redes sociales, Informativo de Mercabarna, reuniones y e-mail</p>	<p>Fomento de la diversidad e igualdad de oportunidades, reducción de embalajes, priorización de proveedores locales, disminución del impacto de Mercabarna sobre la biodiversidad, participación de Mercabarna en iniciativas sociales que contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad</p>	

<b>Estándares GRI</b>	<b>Página/respuesta directa</b>	<b>Omisiones</b>	<b>Verificación externa</b>
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	169		
102-46 Definición de los contenidos del informe y la cobertura de los temas	51		
102-47 Lista de temas materiales	52		
102-48 Reexpresiones de la información	No se ha producido reexpresión de información significativa contenida en memorias anteriores. En caso de que se haya reformulado algún dato, se especifica con una nota y se explica la causa de dicha reformulación.		
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No se han producido cambios significativos en el alcance y la cobertura respecto a informes anteriores.		
102-50 Período objeto del informe	2018		
102-51 Fecha del último informe	2017		
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual		
102-53 Punto de contacto para cuestiones relacionadas con el informe	rsc@mercabarna.cat		
102-54 Declaraciones de la elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	La memoria de sostenibilidad se ha elaborado según la opción "De conformidad - Esencial" de los Estándares GRI		
102-55 Índice de contenidos GRI	172-182		
102-56 Verificación externa	La memoria de sostenibilidad no se ha sometido a verificación externa.		

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 200: Temas económicos</b>			
<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	161		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	166		
<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	89, 162, 167		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	89-110, 162, 167, 168,		
<b>GRI 204: Prácticas de adquisición 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	157, 158, 167		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	167		

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 300: Temas ambientales</b>			
<b>GRI 302: Energía 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	155		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
302-1 Consumo de energía dentro de la organización	155		
<b>GRI 303: Agua 2018</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	153		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
303-1 Extracción de agua por fuente	153		
<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	156-157		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	157		
305-2 Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	157		
<b>GRI 306: Efluentes y residuos 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	147-148		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	149-150		

<b>Estándares GRI</b>	<b>Página/respuesta directa</b>	<b>Omisiones</b>	<b>Verificación externa</b>
<b>NO GRI: Embalajes</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	147-148		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	170		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	157-158		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 145		
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Información no disponible		

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 400: Temas sociales</b>			
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	33-36		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 33-36		
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	37		
401-3 Permiso parental	36		
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	35		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 35		
403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	35		
403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	35		
403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	35		



Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 404: Formación y educación 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	38		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 38		
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Media horas/persona Mujeres 64,33 Hombres 33,14		
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	38		
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	36-37		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 36-37		
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	36-37		
<b>Estándares GRI</b>			
<b>Página/respuesta directa</b>			
<b>Omisiones</b>			
<b>Verificación externa</b>			
<b>GRI 406: No discriminación 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	36		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54, 36		
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se ha producido ningún caso de discriminación.		
<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	171		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	57, 59-62, 67-70, 129		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	57-68, 125, 129-140, 168		

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones	Verificación externa
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	172		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	41, 45-46		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de productos y servicios	No se ha dado ningún caso de incumplimiento relativo a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios		
<b>NO GRI: Alimentación sana y asequible</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	172		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	73, 75-76, 113-117, 123-125		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
<b>Estándares GRI</b>			
<b>Página/respuesta directa</b>			
<b>Omisiones</b>			
<b>Verificación externa</b>			
<b>NO GRI: Seguridad alimentaria</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	172		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	23, 49, 54, 70, 83, 85, 113, 118, 123-125, 131, 134, 147, 162		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		
<b>NO GRI: Productos de proximidad</b>			
103-1 Explicación del tema material y sus fronteras	172		
103-2 Enfoque de gestión y componentes	75-76, 86, 157, 167		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 49, 54		

## Tabla del Pacto Mundial

Vínculos con los diez principios del Pacto Mundial (2000):

	<b>Páginas o respuesta directa</b>	<b>Estándares GRI</b>
<i>Principio 1:</i> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	23-24, 31, 36, 43-44, 54	Categoría social
<i>Principio 2:</i> Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	23-24	Categoría social
<i>Principio 3:</i> Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	174	Categoría social
<i>Principio 4:</i> Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	No hay actividades que puedan ocasionar un riesgo de originar situaciones de trabajo forzado o no consentido.	Categoría social
<i>Principio 5:</i> Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	No hay actividades que puedan ocasionar un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	Categoría social
<i>Principio 6:</i> Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	23-24, 29, 31, 125-126, 132	Categoría social
<i>Principio 7:</i> Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	147	Categoría medioambiental
<i>Principio 8:</i> Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	27, 29, 31	Categoría medioambiental
<i>Principio 9:</i> Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	145, 147-148, 153, 155-157	Categoría medioambiental
<i>Principio 10:</i> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	23-24	Categoría de contenido general

