

# Memoria 2020



**Mercabarna**  
**Memoria de sostenibilidad 2020**

# **Mercabarna**

## **Memoria de sostenibilidad 2020**

**1**  
**Presentaciones**  
**4-9**

**2**  
**Introducción**  
**a Mercabarna**  
**10-15**

**3**  
**Mercabarna,**  
**en cifras**  
**16-19**

**4**  
**Comprometidos con**  
**el suministro alimentario**  
**20-33**

**3** SALUD Y BIENESTAR    **8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO    **12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

**5**  
**Comprometidos**  
**con la sociedad**  
**34-45**

**2** HAMBRE CERO    **3** SALUD Y BIENESTAR    **12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

**6**  
**Comprometidos**  
**con el medio ambiente**  
**46-55**

**7** ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE    **9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA    **11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES    **13** ACCIÓN POR EL CLIMA

**7**  
**Comprometidos**  
**con nuestro equipo**  
**56-65**

**5** IGUALDAD DE GÉNERO    **8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO    **10** REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

**8**  
**Comprometidos**  
**con la innovación**  
**66-75**

**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA    **11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES    **13** ACCIÓN POR EL CLIMA

**9**  
**Comprometidos**  
**con el sector agroalimentario**  
**76-85**

**4** EDUCACIÓN DE CALIDAD    **8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO    **12** PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES    **17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

**10**  
**Comprometidos con**  
**la gestión responsable**  
**86-95**

**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

**11**  
**Índice de contenidos**  
**GRI**  
**96-109**

# 1 Presentaciones





## Por un modelo alimentario más sostenible

El 2020 ha sido un año extremadamente complejo que no olvidaremos. La emergencia sanitaria provocada por el COVID-19 nos ha hecho vivir momentos muy difíciles. La pandemia ha amplificado problemas que ya existían y ha puesto de relieve la urgencia de tomar medidas y aprovechar las nuevas oportunidades para construir una Barcelona más justa, inclusiva y sostenible.

La pandemia ha evidenciado más aún que la alimentación es una cuestión esencial en una sociedad que deseamos más resiliente y más autosuficiente ante las incertidumbres. El relevo de Barcelona como Capital Mundial de la Alimentación Sostenible a lo largo de 2021 es una oportunidad para impulsar un cambio de modelo alimentario que sea socialmente justo, que promueva una dieta saludable y que se convierta en una pieza clave contra la emergencia climática.

Es en este marco donde situamos uno de los proyectos más alentadores que se han hecho realidad en 2020: la inauguración del Biomarket, el primer mercado mayorista dedicado exclusivamente a productos ecológicos de todo el Estado y el primero de Europa en concentración de oferta hortofrutícola. Damos respuesta así a las demandas de la ciudadanía, que reclama un mejor acceso a los alimentos saludables, ecológicos y de proximidad.

El Biomarket es uno de los proyectos centrales de la capitalidad, una apuesta clara y decidida de Mercabarna que nos acerca al modelo alimentario que nuestra ciudad necesita. Además, también apoya a los campesinos de proximidad, puesto que pone en valor la calidad de sus productos y ayuda a preservar la riqueza económica y ambiental del sector primario del área metropolitana de Barcelona y de Cataluña.

Quiero destacar la colaboración de los agentes públicos y privados para sacar adelante el nuevo mercado, una fórmula de éxito que ha permitido impulsar y desarrollar un proyecto pionero. Gracias a Mercabarna por su compromiso con el desarrollo sostenible y consciente. Y, por último, gracias a todas las empresas y profesionales del recinto por su trabajo incansable para garantizar el aprovisionamiento de alimentos frescos durante la pandemia, y muy especialmente en los meses de confinamiento. Vuestro esfuerzo ha sido esencial.

Ada Colau Ballano  
Alcaldesa de Barcelona



## Una Mercabarna esencial y resiliente

Después de un año, es evidente que la pandemia ha puesto a prueba nuestra capacidad de resiliencia individual y colectiva. El sector alimentario nos ha demostrado que la profesionalidad y el esfuerzo son clave para superar los obstáculos.

En este contexto, Mercabarna, la gran ciudad alimentaria de Barcelona, es una pieza central dentro del engranaje alimentario catalán. Hasta en los periodos más restrictivos ha ofrecido servicio ininterrumpido para garantizar en todo momento el suministro de alimentos a la ciudadanía. Ha sido uno de los servicios esenciales que, junto con los mercados municipales, las tiendas de barrio y las cadenas de supermercados, han demostrado su responsabilidad con la sociedad y han cumplido su compromiso con el deber de servicio público.

La presente memoria, además de radiografiar los hechos más destacados de 2020, también debe servir como reconocimiento público a todos y todas las profesionales que han hecho posible que Mercabarna no se detuviera. Estoy convencida de que, como todos nosotros, en los momentos más inciertos experimentaron miedo y les invadieron dudas, pero aun así continuaron trabajando por el bien de la sociedad.

Estamos ante una Unidad Alimentaria fuerte, resiliente e innovadora, que se adapta a las necesidades cambiantes de clientes y consumidores y que implementa nuevas prácticas para ganar en eficiencia, seguridad y sostenibilidad. A modo de ejemplo, la puesta en marcha del Biomarket, la celebración de los premios Mercabarna Innova o el diseño de proyectos que avanzan hacia un recinto más comprometido con la igualdad de oportunidades, la lucha contra el despilfarro alimentario y la preservación del medio ambiente.

No obstante, también somos conscientes de que la excepcionalidad del contexto ha afectado a las empresas de la Unidad Alimentaria. En este sentido, con la colaboración de diferentes administraciones y de los gremios

del recinto, hemos impulsado medidas para contribuir a la recuperación progresiva de la actividad habitual. Será un proceso largo y no exento de dificultades, pero contamos con la tenacidad y profesionalidad de la gran familia Mercabarna.

Montserrat Ballarín  
Concejala de Comercio, Mercados, Consumo, Régimen Interior y Hacienda, y presidenta de Mercabarna



## Mercabarna, la empresa más importante para Barcelona

Mercabarna probablemente no sea la empresa más importante de Barcelona, pero queremos ser la empresa más importante para Barcelona.

Presentamos la Memoria de sostenibilidad de Mercabarna de 2020, en la que se recogen los principales proyectos y eventos que han tenido lugar durante el ejercicio económico. El COVID-19 tiene una constante presencia a lo largo de estas páginas, habida cuenta del impacto transversal que ha tenido a todos los niveles: en la organización interna, en el funcionamiento del recinto, en la actividad de las empresas o en la respuesta a la crisis social.

En este contexto, se ha puesto en valor la importancia de Mercabarna como garante de la provisión de alimentos a la ciudadanía. Ha sido clave la responsabilidad de empresas y de todos los trabajadores de Mercabarna para garantizar este suministro, y quiero expresar mi agradecimiento y respeto por el trabajo realizado en condiciones tan duras.

Cabe destacar que la actividad económica de las empresas del recinto, especialmente del sector floral y HORECA, ha sufrido los efectos de la crisis del COVID. El Consejo de Administración acordó medidas de apoyo a las compañías al objeto de reforzar su resiliencia, siguiendo la cultura de Mercabarna de acuerdos público-privados, y las propias compañías han mostrado una capacidad de adaptación e innovación que será muy importante de cara al futuro.

Durante este año se han producido sin duda cambios importantes. Se acordó el cierre del Matadero, tuvo lugar el cambio de la Dirección General y se han realizado inversiones en obras de mejora en los Mercados Centrales de Frutas y Hortalizas y del Pescado, al tiempo que ha nacido un nuevo mercado en la Unidad Alimentaria, el Biomarket, que se ha convertido en el primer mercado mayorista ecológico de España y el primero de Europa en concentración de empresas de frutas y hortalizas.

También hemos seguido trabajando en proyectos estratégicos englobados en la sostenibilidad medioambiental, la lucha contra el despilfarro alimentario, el impulso de la competitividad empresarial o la inserción laboral. Y todo ello lo hemos sacado adelante sin olvidar nuestra misión principal: garantizar el aprovisionamiento de alimentos a la ciudadanía.

Asimismo, la excepcionalidad vivida durante 2020 ha acelerado el proceso de transformación de Mercabarna en un hub de innovación logística para la industria alimentaria. Estamos trabajando en el proyecto de futuro de Mercabarna, que persigue fortalecer, modernizar e incrementar la relevancia de la Unidad Alimentaria, y a su vez dar respuesta a las necesidades derivadas del contexto económico, social y ambiental. Esta estrategia, que recibe el nombre de Mercabarna Gates, marcará la hoja de ruta de los próximos años y se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial de la ONU, del que Mercabarna es firmante.

En este sentido, Mercabarna Gates se vertebrará en torno a cuatro ejes compartidos con la agenda global (resiliencia, digitalización, sostenibilidad y salud, y seguridad alimentaria) y se desarrolla de la mano de colaboraciones público-privadas. Esta apuesta por tejer alianzas, que ha sido clave en el modelo de gestión del polígono alimentario, permitirá incrementar nuestro impacto y seguir avanzando hacia una Unidad Alimentaria adaptada a los nuevos tiempos.

Mercabarna probablemente no sea la empresa más importante de Barcelona, pero queremos ser la empresa más importante para Barcelona.

Jordi Valls  
Director general de Mercabarna



## La red de Mercas, al servicio de la cadena alimentaria

El balance de la actividad y la gestión de Mercabarna durante 2020, que se recoge en este informe anual, debe comenzar destacando el trabajo extraordinario que nos exigió a todos la situación provocada por el COVID-19.

Durante los momentos iniciales y más duros del confinamiento, en Mercasa y el conjunto de la red de Mercas fuimos sometidos al mayor test de estrés nunca conocido. Pero pudimos afrontar este reto con el compromiso de todos y superarlo con éxito.

En todo momento el abastecimiento de productos frescos estuvo garantizado, gracias al esfuerzo de productores, mayoristas, detallistas, transportistas y todos los servicios auxiliares que, de manera ejemplar, asumieron su responsabilidad, adaptándose con agilidad a las difíciles circunstancias que provocó la crisis sanitaria. Un esfuerzo que ha sido reconocido por las instituciones y el conjunto de la sociedad.

Todo ello nos llena de orgullo. Porque en 2020 hemos demostrado con creces el valor que aporta la red de Mercas a la sociedad española, prestando un servicio público eficiente y de calidad a todos los eslabones de la cadena alimentaria, desde la producción al consumo.

Asimismo, hay que resaltar el esfuerzo colectivo para canalizar la solidaridad hacia los colectivos más vulnerables de la sociedad, especialmente afectados por la situación vivida en 2020, aumentando los espacios habilitados en las Mercas para estos fines y las donaciones al Banco de Alimentos y otras organizaciones sociales.

La experiencia extraordinaria que estamos viviendo debe, en todo caso, actuar de palanca hacia el futuro, con estrategias vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Nuestra actividad encaja en todos ellos. Desde el compromiso con el objetivo "Hambre cero" hasta los vinculados con la seguridad alimentaria, la mejora de la nutrición, la agricultura sostenible, la reducción de la huella de carbono y la lucha contra el cambio climático.

Unos retos que se sustentan en el modelo de colaboración y gestión pública que representan las Mercas, con la participación de cada ayuntamiento y Mercasa, cuyos buenos resultados en el presente son el mejor aval de excelencia para afrontar con éxito el futuro.

Para lo cual es imprescindible el compromiso permanente de todas y todos los responsables y trabajadores de cada Merca. La labor individual y colectiva de todos ellos debe ser reconocida en todo momento y cualquier circunstancia, pero mucho más y de manera excepcional cuando se repasan los duros momentos vividos en 2020.

José Ramón Sempere  
Presidente de Mercasa



## Mercabarna, un gran activo para Cataluña

Mercabarna es un referente internacional del comercio mayorista de alimentación y un equipamiento de primera magnitud para el sector de la distribución comercial y la restauración. Situado en un punto estratégico de la cadena de valor, a medio camino entre productores y consumidores finales, garantiza a la ciudadanía de nuestro país contar con un sistema de aprovisionamiento de primer orden.

Precisamente esta posición de privilegio convierte Mercabarna en el canal idóneo para comprender los cambios en los patrones de consumo y hacer de correa de transmisión de dichos cambios. De este modo consigue, por un lado, que el sistema productivo de todo el mundo adapte rápidamente sus productos a las nuevas necesidades y, por otro, que nuestra ciudadanía disponga de una oferta cada día más variada y de calidad. Experiencias como el Biomarket o el Observatorio de Tendencias son solo dos de los exponentes de esta función innovadora ejercida por el centro.

Este año, por supuesto, no podemos pasar por alto las enormes tensiones que el conjunto del sector alimentario ha tenido que soportar a raíz del COVID-19. La resiliencia, la aportación de valor intangible o la vocación de servicio son variables que difícilmente pueden cuantificarse con cifras en una memoria como esta; sin embargo, son rasgos que definen el trabajo que los y las profesionales de Mercabarna y todos sus operadores han venido realizando en los últimos meses. Un mérito compartido con tantas otras personas que, día tras día, levantan las persianas de los mercados municipales y del conjunto del comercio alimentario de Cataluña. A todas ellas, desde la Generalitat de Cataluña, el más sincero agradecimiento.

Mercabarna, sin embargo, mira hacia delante. Nueva dirección y nuevos proyectos para reforzar la competitividad del centro en todos los ejes estratégicos de futuro, hacia un modelo de negocio más digital, más sostenible, más social y más internacional. Una visión que seguro mantendrá a Mercabarna durante muchos años como el mercado central de referencia del sur de Europa y como un gran activo para Cataluña.

Muntsa Vilalta i Cambra  
Directora General de Comercio



# 2 Introducción a Mercabarna

**Mercabarna es una ciudad alimentaria que funciona ininterrumpidamente para garantizar el aprovisionamiento de alimentos frescos a la ciudadanía. Su gestión se basa en criterios de responsabilidad social, sostenibilidad ambiental y transparencia, y a partir de ellos impulsa iniciativas para fomentar la competitividad, la innovación, la inserción laboral, la lucha contra el despilfarro alimentario y la promoción de hábitos saludables, entre otros valores.**





# Presentación

Mercabarna es un polígono empresarial especializado en alimentación, con 600 empresas que comercializan 2,3 millones de toneladas de alimentos frescos y congelados al año.

Estos datos convierten Mercabarna en uno de los motores del sector alimentario de Cataluña y en el principal proveedor de alimentos frescos para los 10 millones de personas que viven en su área de influencia.

La misión de Mercabarna es precisamente garantizar el aprovisionamiento de alimentos para la población asegurando el buen funcionamiento de la cadena de distribución desde el eslabón mayorista, que vincula el sector productivo y el comercio minorista.

Por este motivo se sitúa en la Zona Franca de Barcelona, un emplazamiento estratégico que dispone de las mejores conexiones con la red viaria, la red ferroviaria, el puerto y el aeropuerto.

Esta situación favorece la logística a diferentes escalas: por un lado, facilita la llegada de productos alimentarios desde toda la geografía catalana y española, pero también el comercio internacional; por el otro, facilita la distribución radicular a nivel local, imprescindible para el buen funcionamiento del comercio de proximidad.

Por este motivo Mercabarna provee a mercados municipales, tiendas de barrio, pequeños y medianos supermercados y al sector de la hostelería y la restauración organizada para colectividades. Pero también propicia la importación y exportación, la especialización de empresas que aportan valor al producto, las sinergias y las economías de escala.

Además, Mercabarna reafirma su compromiso con el progreso del sector alimentario y apuesta por la innovación, la sostenibilidad ambiental y la lucha contra el despilfarro.

Mercabarna es firmante del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que establece diez principios básicos que engloban el respeto de los derechos humanos, el fomento de la igualdad de oportunidades, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Estos principios se materializan en los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que se enmarcan en la Agenda 2030.

La adhesión de Mercabarna al Pacto Mundial demuestra su compromiso en la adopción de medidas en pro de un crecimiento sostenible basado en el cumplimiento de los ODS. Estos objetivos, además, están unidos de forma bidireccional con los derechos humanos. Es decir, el respeto por los derechos humanos potencia el cumplimiento de los ODS, y la implementación de una estrategia basada en los ODS que favorecen la protección de los derechos humanos.

## Servicios de Mercabarna, SA

La principal labor de Mercabarna, SA, la sociedad gestora del recinto, es organizar de forma eficiente esta 'ciudad alimentaria' formada por los mercados mayoristas de frutas y hortalizas, pescado y marisco, flores y plantas, el Matadero (hasta septiembre) y la Zona de Actividades Complementarias.

En primer lugar, gestiona los espacios que ocupan las empresas alimentarias en el recinto de la Zona Franca (Barcelona) y las del sector de la flor y la planta en Sant Boi de Llobregat. Además, también ofrece servicios que convierten Mercabarna en un ecosistema idóneo para su progreso, como reglamentación, vigilancia, limpieza, gestión de residuos, mantenimiento de las instalaciones y obras de mejora de las infraestructuras, entre otros.

Mercabarna, SA, va más allá e impulsa acciones que favorecen la evolución de las empresas instaladas en el recinto y del sector alimentario en general, como la formación, la competitividad, la innovación y la promoción de hábitos saludables, entre otras.

La seguridad alimentaria es un aspecto fundamental en el funcionamiento del recinto. En este sentido, la Agencia de Salud Pública de Barcelona dispone de un equipo fijo formado por veterinarios y personal de apoyo que vela por el cumplimiento de las normas sanitarias y controla la salubridad de los alimentos frescos.

# Misión, visión y valores

## Misión

Mercabarna es una empresa pública que tiene por objetivo garantizar el funcionamiento eficiente y responsable de la cadena de abastecimiento de alimentos frescos al sector mayorista con criterios de responsabilidad social, sostenibilidad ambiental y transparencia. En este sentido promueve:

- La comercialización y el consumo de productos frescos, con especial atención a los de proximidad.
- Los hábitos alimentarios saludables entre los consumidores finales.
- La lucha contra el despilfarro alimentario.
- La profesionalización y la inserción laboral en el sector alimentario.
- La competitividad y la innovación empresarial.

## Visión

Mercabarna, como referente en comercialización de alimentos frescos del Mediterráneo, pretende convertirse en el ecosistema sostenible y digital que combina las sinergias de ser:

- Polo empresarial y logístico.
- Punto de conexión entre el mundo rural y el urbano.
- Dinamizador del comercio y la restauración locales.
- Canal de comercialización de la agricultura, pesca y ganadería de proximidad.
- Centro de innovación.
- Espacio de difusión gastronómica.
- Campus de formación alimentaria.

En este nuevo ecosistema, los clientes que desarrollan su actividad, los usuarios que hacen uso de sus servicios y los ciudadanos de Cataluña mantienen vínculos de proximidad, colaboración, confianza y transparencia.

## Valores

- Orientación al cliente.
- Compromiso social y medioambiental.
- Profesionalidad y eficiencia.
- Implicación.
- Transversalidad.
- Motor de cambio.

# Organización

## Accionistas

Mercabarna es una sociedad anónima mercantil, creada en 1967, y sus accionistas son:

- Barcelona de Serveis Municipals, SA: 50,69%
- Empresa Nacional Mercasa: 36,79%
- Generalitat de Cataluña: 12,16%
- Autocartera: 0,36%

# Órganos de gobierno

## Consejo de Administración

Presidenta  
Montserrat Ballarín Espuña

Vicepresidente 1.º  
Agustín García-Cabo

Vicepresidente 2.º  
Álvaro Porro González

## Consejeros

**BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, SA**  
Màxim López Manresa  
Jordi Castellana Gamisans  
Elsa Artadi Vila  
Francisco Sierra López  
Albert Guivernau Molina  
Josep Bou Vila  
Albert Dalmau Miranda

**EMPRESA NACIONAL MERCASA**  
Maite Castillo Pasalodos (1)  
Laura Torre Álvarez  
Sara González Fernández (1)  
Vanessa Moreno Vincent  
Alfredo Suaz González  
Jorge Suárez de la Cámara (2)  
José Antonio Crespo Albelda (3)

**GENERALITAT DE CATALUÑA**  
Montserrat Vilalta Cambra (4)  
Raquel Sánchez Jiménez (4)

Secretaria  
Lidia Redón Palaín

Director general  
Jordi Valls Riera (5)  
Josep Tejedó Fernández (6)

## Comisión ejecutiva

Presidenta  
Montserrat Ballarín Espuña

Vicepresidente 1.º  
Agustín García-Cabo

Vicepresidente 2.º  
Álvaro Porro González

Consejeros  
Màxim López Manresa  
Laura Torre Álvarez (7)  
Vanessa Moreno Vincent (8)

(1) Desde el 15 de abril.  
(2) Hasta el 2 de marzo.  
(3) Hasta el 26 de marzo.  
(4) Desde el 17 de febrero.  
(5) Desde el 29 de septiembre.  
(6) Hasta el 29 de septiembre.  
(7) Desde el 13 de julio.  
(8) Hasta el 13 de julio.

## Equipo directivo

Director general  
Jordi Valls Riera (5)  
Josep Tejedó Fernández (9)

Subdirección General y Dirección del Área de Gestión  
Lidia Redón Palaín

Dirección Económica y Financiera  
Arantxa González Pelegrín

Dirección de Organización y Recursos Humanos  
Marta Rodríguez Martín

Relaciones Laborales  
Rosa Arró Mañé

Servicios de Formación  
Maite Palat Gubert

Tecnologías de la Información  
Teresa Febré Muniente

Servicios Jurídicos

Dirección del Área de Estrategia  
Pablo Vilanova Montagut

Innovación + Investigación + Desarrollo (I+I+D)

Infraestructuras e Instalaciones  
Marc Vilà Renaud (12)  
Obras y Oficina Técnica  
Teresa Ricol Carreras

Medio Ambiente y Limpieza  
Georgina Cepas Ordax

Consultoría Internacional

Dirección del Área de Negocio  
Ingrid Buera Nadal

Dirección de Explotación y Comercial  
Antonio García Meca

Mercado Central de Frutas y Hortalizas

Matadero  
Diana Sumelzo Pradas (10)

Mercado Central del Pescado  
Jordi Defez Torelló

Mercabarna-flor  
Diana Sumelzo Pradas (11)

Área Comercial

Seguridad y Vigilancia  
Juan Carlos Oviedo

Comunicación  
Alba Puig Gili

Medios de Comunicación  
Roser Lapuente Camins

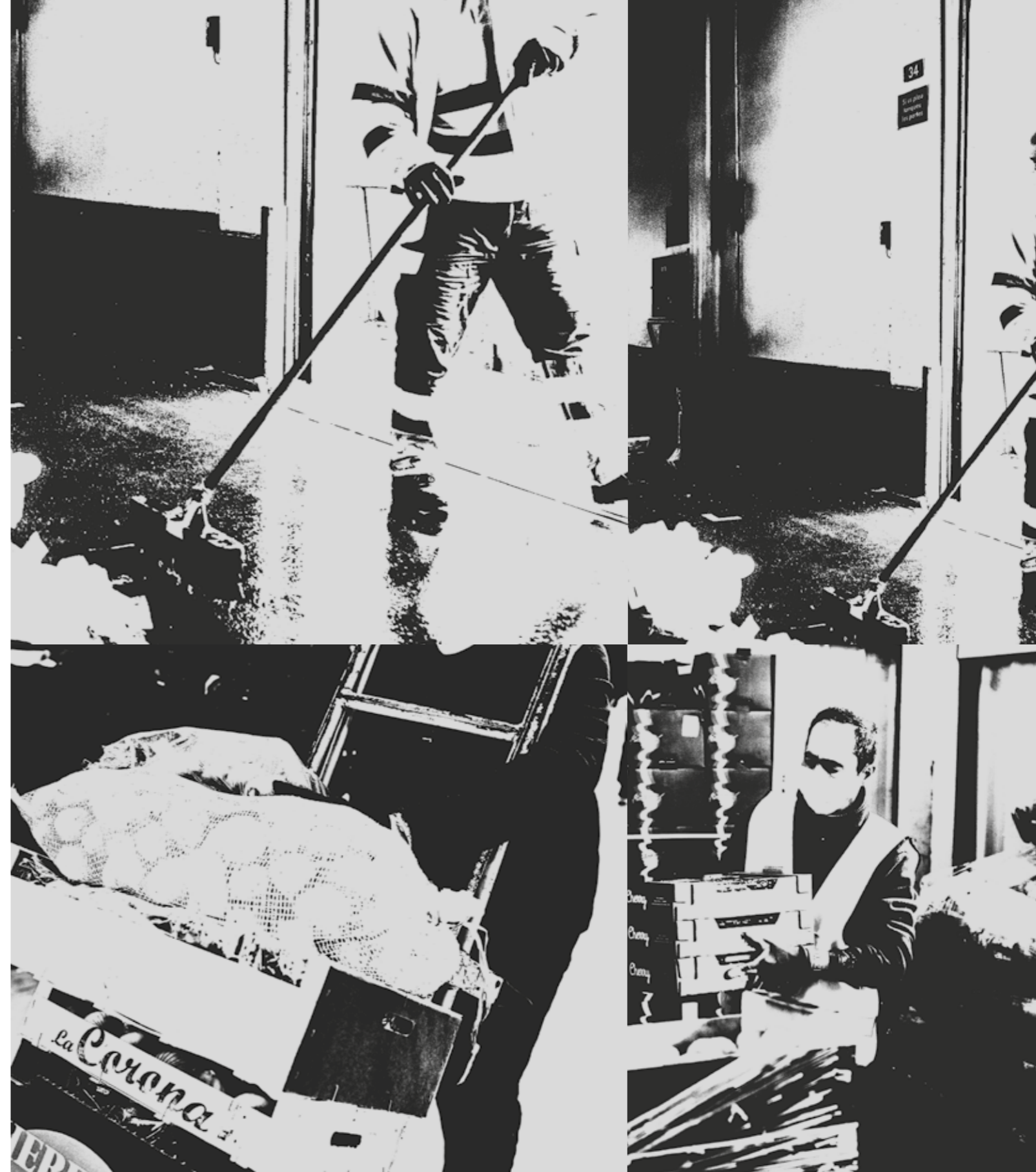
Responsabilidad Social Corporativa

Back Office y Relaciones Institucionales

(5) Desde el 29 de septiembre.  
(9) Hasta el 15 de septiembre.  
(10) Hasta el 30 de septiembre.  
(11) Desde el 30 de septiembre.  
(12) Desde el 16 de marzo.

# 3 Mercabarna, en cifras

**Las dimensiones de la actividad de Mercabarna van más allá de las grandes cifras, pero nos ayudan a contextualizar su impacto económico, social y medioambiental.**



Millones de toneladas de productos comercializados por las empresas de la Unidad Alimentaria

2.300.000

Millones de consumidores en el ámbito de influencia

10.000.000

Usuarios diarios de la Unidad Alimentaria

23.000

Trabajadores directos en la Unidad Alimentaria

7.500

Vehículos que acceden cada día al recinto

14.000

Volumen de reciclaje

600

Trabajadores en Mercabarna, SA

136

Toneladas de residuos comerciales e industriales

32.040

77%

# 4 Comprometidos con el suministro alimentario

**La crisis sanitaria ha puesto de manifiesto la fortaleza de la cadena agroalimentaria y la importancia del rol que desarrollan los mercados mayoristas. En el ámbito catalán, Mercabarna ha sido una infraestructura esencial que ha garantizado el abastecimiento de alimentos a la ciudadanía gracias al trabajo conjunto con las empresas operadoras y sus equipos.**





# Datos de comercialización y accesos

Mercabarna ha sido uno de los servicios esenciales que se ha mantenido abierto ininterrumpidamente desde el inicio de la emergencia sanitaria del COVID-19. En un periodo marcado por el parón casi total de la actividad de muchos sectores económicos, el rol de Mercabarna como garante del aprovisionamiento alimentario se ha visto reforzado gracias a la implicación de las empresas y profesionales de la Unidad Alimentaria.

Inevitablemente, la pandemia también ha determinado el balance comercial del conjunto de empresas de Mercabarna, que en menor o mayor medida se han visto afectadas por las consecuencias de la crisis sanitaria.

En 2020 se comercializaron 2.273.689 toneladas de alimentos (frutas y hortalizas, pescado y marisco, y productos cárnicos), un 3,46% menos que en 2019. Por su parte, en Mercabarna-flor se vendieron 7.185.154 unidades de flores, plantas y complementos.

A grandes rasgos, los Mercados Centrales de Frutas y Hortalizas y del Pescado han estado operativos, a pesar de reducirse la actividad comercial principalmente por las restricciones en sectores como el turismo y la restauración.

En cambio, Mercabarna-flor, al no ser considerada un servicio esencial, estuvo cerrada del 16 de marzo al 11 de mayo. Esta situación, sumada a la no celebración de eventos, ferias, bodas, etc., ha comportado la pérdida de casi el 17% de las ventas del mercado.

Además de la crisis del COVID-19, en 2020 también ha tenido lugar el cierre del Matadero, aprobado por unanimidad por el Consejo de Administración de Mercabarna. El equipamiento, cuya actividad cesó el 30 de septiembre, funcionó hasta ese día con normalidad (véase la página 26).

# Sector de frutas y hortalizas

El sector hortofrutícola de Mercabarna, formado por el Mercado Central de Frutas y Hortalizas y las empresas de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC), ha comercializado 2.075.323 toneladas de frutas y hortalizas, un 1,57% menos que en 2019.

## Mercado Central de Frutas y Hortalizas

La emergencia sanitaria ha afectado al volumen de comercialización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas. En total, se han vendido 1.149.701 toneladas, cifra que representa una reducción del 5,16% en comparación con 2019. En cambio, el precio medio se incrementa un 2,72% respecto al ejercicio anterior y sube hasta los 1,02€/kg.

Evolución de la comercialización y del precio medio (2017-2020)		
Año	Toneladas	Precio medio
2017	1.150.169	0,91 €/kg
2018	1.176.292	0,89 €/kg
2019	1.212.275	0,99 €/kg
2020	1.149.701	1,02 €/kg

## Frutas

La dinámica general del mercado se refleja en el comportamiento de la comercialización de frutas, que con 558.169 toneladas vendidas ha retrocedido un 4,81%. En sentido contrario, el precio medio sigue la tendencia alcista de los últimos ejercicios y aumenta un 6,87%, que lo sitúa en 1,28€/kg.

## Frutas más comercializadas durante 2020 (toneladas)

Plátano	152.907
Naranja	63.614
Sandía	41.864
Mandarina	32.677
Melón	32.595

## Hortalizas

En cuanto a las hortalizas, en 2020 se produce un descenso generalizado de las ventas y de la cotización media de los productos. En total, se han comercializado 573.624 toneladas a un precio medio de 0,71 €/kg, que suponen una reducción del 5,87% y 4,97%, respectivamente.

## Hortalizas más comercializadas durante 2020 (toneladas)

Patata	196.243
Tomate	77.777
Cebolla	50.518
Lechuga	36.128
Pimiento	32.648

## Orígenes del producto

El producto de origen nacional representa el 68,8% del total comercializado, mientras que el producto de importación se sitúa en el 31,2%.

Cataluña es el segundo origen nacional de las frutas y hortalizas vendidas y pone de relieve el peso específico del producto de proximidad en el global del mercado. Estos datos convierten Mercabarna en uno de los principales canales de comercialización de la producción hortofrutícola catalana, el cual cuenta además con espacios de venta directa, como la zona de productores y la de cooperativas agrícolas. Para dar visibilidad al producto de proximidad entre la amplia oferta del mercado, también se ha implementado una campaña informativa para identificar los puestos que tienen, como mínimo, un 20% de producto de proximidad. Durante 2021 se trabajará para redefinir esta campaña, con el objetivo de ampliar la oferta disponible y promover la compra por parte de los detallistas.

España	
Andalucía	16,9%
Cataluña	12,9%
Comunidad Valenciana	12,2%
Canarias	10,6%

Porcentajes respecto al total comercializado.

Importación	
Francia	13,2%
Brasil	4,8%
Sudáfrica	3%
Costa Rica	2,9%

Porcentajes respecto al total comercializado.

## Exportaciones

El volumen de exportaciones de frutas y hortalizas se sitúa entre el 30 y el 35% del total comercializado, a pesar de haberse visto afectado por las restricciones de circulación derivadas de la pandemia y por la buena climatología en Europa.

## Zona de Actividades Complementarias

A diferencia del descenso de la comercialización del Mercado, la ZAC del sector hortofrutícola mantiene la línea ascendente de los últimos años e incrementa un 3,3% sus ventas, que llegan a las 925.622 toneladas. A pesar de los malos resultados de las empresas que proveen al sector HORECA, que representan un 10% sobre el global de la ZAC, el mayor volumen de ventas en supermercados, cadenas de fruterías y comercio online ha determinado el sentido positivo de los resultados de 2020.

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.

## Sector del pescado y el marisco

El sector del pescado y el marisco de Mercabarna, formado por el Mercado Central del Pescado y las empresas de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC), ha comercializado 160.937 toneladas, un 23% menos que en 2019. De hecho, este ha sido uno de los sectores de Mercabarna que más ha acusado los parones y restricciones de actividad del sector de la hostelería.

### Mercado Central del Pescado

Las restricciones aplicadas al canal HORECA durante la pandemia han determinado la actividad comercial del Mercado Central del Pescado.

Evolución de la comercialización y del precio medio (2017-2020)		
Año	Toneladas	Precio medio
2017	69.662	7,57 €/kg
2018	69.576	7,73 €/kg
2019	71.373	7,66 €/kg
2020	60.105	7,68 €/kg

### Producto fresco

Durante el año 2020 se han vendido 51.441 toneladas de producto fresco a 7,46€/kg. En relación con el ejercicio anterior, ha representado un descenso del 15,07% de las ventas y un ligero incremento del precio medio del 0,4%. A pesar de que la bajada ha sido generalizada en la comercialización de pescado y marisco, algunos productos han experimentado un aumento de las ventas, entre los que destaca la gamba fresca (+17%), la merluza de importación (+6%) y la sardina (+4%).

Debe destacarse que el 31% del volumen comercializado corresponde a pescado de cultivo, del cual el salmón, que a su vez es el producto fresco más vendido del Mercado, se sitúa al frente.

El producto fresco representa un 86% del total comercializado en el Mercado, un punto más que en 2019.

Productos frescos más comercializados durante 2020 (toneladas)

Salmón	5.281
Mejillón	3.838
Mejillón de roca	2.560
Merluza de palangre nacional	2.493
Rape nacional	2.263

### Producto congelado

Las ventas de congelados han sufrido un retroceso del 20,31% que trunca la tendencia positiva de los dos últimos ejercicios, a causa principalmente de la reducción de ventas de los cefalópodos y del marisco congelado. En total, se han comercializado 8.368 toneladas a 8,84€/kg de media, un 0,23% por debajo de la cotización media de 2019.

Las ventas de producto congelado suponen el 14% del total del Mercado.

Productos congelados más comercializados durante 2020 (toneladas)

Gamba langostinera	493
Sepia limpia granizada	438
Calamar nacional	413
Aros de calamar	380
Sepia sucia	328

### Orígenes de los productos

Como en 2019, el producto nacional representa el 56% del total comercializado, mientras que el 44% restante es de importación.

España	
<b>Galicia</b>	<b>28,4%</b>
Cataluña	<b>10,2%</b>
<b>Cornisa cantábrica</b>	<b>7,9%</b>

Respecto al total de productos frescos comercializados en el Mercado Central del Pescado.

Importación	
<b>Noruega</b>	<b>10,9%</b>
Francia	<b>9,1%</b>
<b>Gran Bretaña</b>	<b>1,8%</b>

Respecto al total de productos frescos comercializados en el Mercado Central del Pescado.

### Zona de Actividades Complementarias

Las empresas del sector ubicadas en la ZAC han sufrido un descenso del 26,8% del volumen comercializado en comparación con el anterior ejercicio, principalmente porque un buen número de ellas están especializadas en la elaboración de pescado y marisco para proveer al sector HORECA. Los frigoríficos de servicio, las firmas de elaboración de pescado y los viveros de marisco han distribuido 100.832 toneladas.

## Mercabarna-flor

Durante el año 2020 las empresas ubicadas en Mercabarna-flor (tanto las firmas mayoristas como las especializadas en comercio online) vendieron 7.185.154 unidades de flores, plantas y complementos a un precio medio de 0,85€/unidad. Estos datos representan un descenso del 16,58% de las ventas y del 1,16% de la cotización media.

La pandemia ha afectado de manera muy significativa al sector floral y en concreto a Mercabarna-flor, que a diferencia del resto de mercados centrales no ha sido considerado servicio esencial. Esto significó el cierre del mercado entre el 16 de marzo y el 11 de mayo, periodo en que tienen lugar campañas importantes para el sector floral como Sant Jordi y el Día de la Madre. La suspensión de celebraciones, bodas y ferias, además de las sucesivas restricciones aplicadas a hoteles y restaurantes, han tenido un impacto muy negativo en la actividad comercial de las empresas del mercado, especialmente de aquellas especializadas en eventos (alquiler de material, venta de complementos y realización de trabajos florales, entre otros).

Sin embargo, los e-commerce ubicados en Mercabarna-flor descubrieron a un gran aliado en el confinamiento, puesto que absorbieron parte de las ventas que normalmente se realizaban a través del comercio tradicional.

Evolución de las unidades comercializadas y precio medio (2017-2020)		
Año	Toneladas	Precio medio
2017	8.994.812	0,88 €/u.
2018	7.783.289	0,89 €/u.
2019	8.613.184	0,86 €/u.
2020	7.185.154	0,85 €/u.

### Flor

La suspensión y las restricciones en la organización de eventos a causa del COVID-19 han afectado gravemente a la comercialización de flor cortada, que en 2020 ha reducido un 15% sus ventas (6.223.366 unidades comercializadas). El precio medio (0,68€/unidad) también ha descendido un 4,23%.

A pesar de que continúa siendo la flor más comercializada del mercado, la venta de rosas ha sufrido una bajada del 36,49%, principalmente por el descalabro de la campaña de Sant Jordi.

Flores más comercializadas durante 2020 (unidades)

Rosa	1.836.160
Clavel	1.077.570
Alstroemeria	433.580
Limonium	374.910
Crisantemo	303.550

### Planta

El descenso de la actividad en Mercabarna-flor también se ha visto reflejado en la venta de plantas, que continúa la tendencia negativa de 2019 y baja un 16,82%. En total, se han comercializado 310.331 unidades a un precio medio de 1,86€/unidad. En este punto, debe destacarse el importante incremento del 21,57% en la cotización media.

Plantas más comercializadas durante 2020 (unidades)

Ponsetia	52.211
Cactus	22.093
Aromáticas	19.307
Kalanchoe	17.746
Ciclamen	15.895

### Complementos

Los complementos han sufrido un descenso del 6% en el volumen de comercialización, con 239.122 unidades vendidas. El precio medio (3,13€/unidad) se ha mantenido estable respecto al ejercicio anterior.

### Orígenes de los productos

El 28,75% de los productos comercializados en el Mercado durante el año 2020 ha sido de origen nacional, mientras que el 71,25% ha sido de importación. Tanto Colombia como Holanda quedan por delante del producto nacional, que continúa perdiendo peso en el global del mercado.

<b>Colombia</b>	<b>33,86%</b>
<b>Holanda</b>	<b>32,71%</b>
<b>España</b>	<b>28,75%</b>
<b>Ecuador</b>	<b>3,18%</b>
<b>Resto</b>	<b>1,5%</b>

Porcentaje respecto al total comercializado en el Mercado.

## Sector cárnico

El sector cárnico de Mercabarna, que incluye la actividad del Matadero y de las empresas ubicadas en la ZAC, comercializó 35.409 toneladas.

### Escorxador

En el mes de mayo el Consejo de Administración de Mercabarna aprobó por unanimidad el cierre del Matadero, que hasta el 30 de septiembre funcionó ininterrumpidamente. Los datos que se recogen a continuación corresponden a la actividad desarrollada entre los meses de enero y septiembre de 2020 y se comparan con el mismo periodo del año anterior.

Durante 2020 se han sacrificado 12.910 toneladas, un 15,31% menos que en el mismo periodo del ejercicio precedente. En cuanto al precio medio, ha sido de 4,21 €/kg, un 1,29% por debajo del registrado en 2019.

La pandemia ha tenido un gran impacto en el descenso de la actividad en el Matadero, que ha reducido drásticamente el volumen de sacrificios por la baja demanda interior y exterior. A nivel nacional, el parón en la actividad de los sectores de la restauración y el turismo y la inestabilidad económica general han propiciado un cambio de hábitos de consumo, con preferencia por carnes más económicas. Las exportaciones también se han visto afectadas, puesto que países como Francia, Portugal o Italia han sufrido un descenso de la demanda interna. Por este motivo, han optado por consumir sus propios productos u otros procedentes de terceros países que tienen precios más económicos.

A pesar de ello, el Matadero ha funcionado de forma ininterrumpida.

### Comportamiento por especies

- Ternera. Tanto el volumen de sacrificio (10.219 toneladas) como el precio medio (3,26€/kg) han experimentado un descenso del 13% y del 3,55%, respectivamente. A pesar de la disminución de precios, no se ha podido remontar la demanda interna.
- Cordero. La reducción del consumo interior y de las exportaciones ha provocado una reducción de casi el 23% de los sacrificios (2.357 toneladas). Además de estos factores, hay que tener en cuenta la desaparición de uno de los principales operadores que sacrificaban cordero en el Matadero. En cuanto al precio medio, ha sido de 8,04€/kg, un 9,24% más que en el mismo periodo del año anterior.
- Cabrito. A pesar de los buenos resultados de los últimos años, el sacrificio de cabrito sufre un descenso del 26% (91 toneladas), puesto que es una carne que se asocia a la restauración y a las celebraciones, ambos ámbitos restringidos a causa del COVID-19. En cuanto a la cotización media,

ha sido de 13,75€/kg, un 2,27% por debajo de los registros de 2019.

- Caballo. Durante el año 2020 ha continuado la tendencia negativa de esta especie, debida a la disminución del consumo de carne de caballo. En total, se han sacrificado 243 toneladas (-8,11%), comercializadas a 3,45€/kg de media, el mismo importe de los últimos ejercicios.

### Sobre el cierre del Matadero

En el mes de mayo el Consejo de Administración de Mercabarna aprobó por unanimidad el cierre del Matadero el 30 de septiembre, decisión que se comunicó a todos los actores implicados. Varios factores motivaron esta decisión, pero el más inmediato fue la necesidad de renovar íntegramente el edificio y la maquinaria, demanda procedente de la Agencia de Salud Pública de Barcelona. Sin esta renovación no se podía garantizar la continuidad del servicio. Estas intervenciones suponían detener la actividad del Matadero durante un mínimo de año y medio y unas inversiones por valor de 11 millones de euros que agravaban la delicada situación económica del equipamiento, que en los últimos diez años había generado pérdidas acumuladas por valor de más de 22 millones de euros.

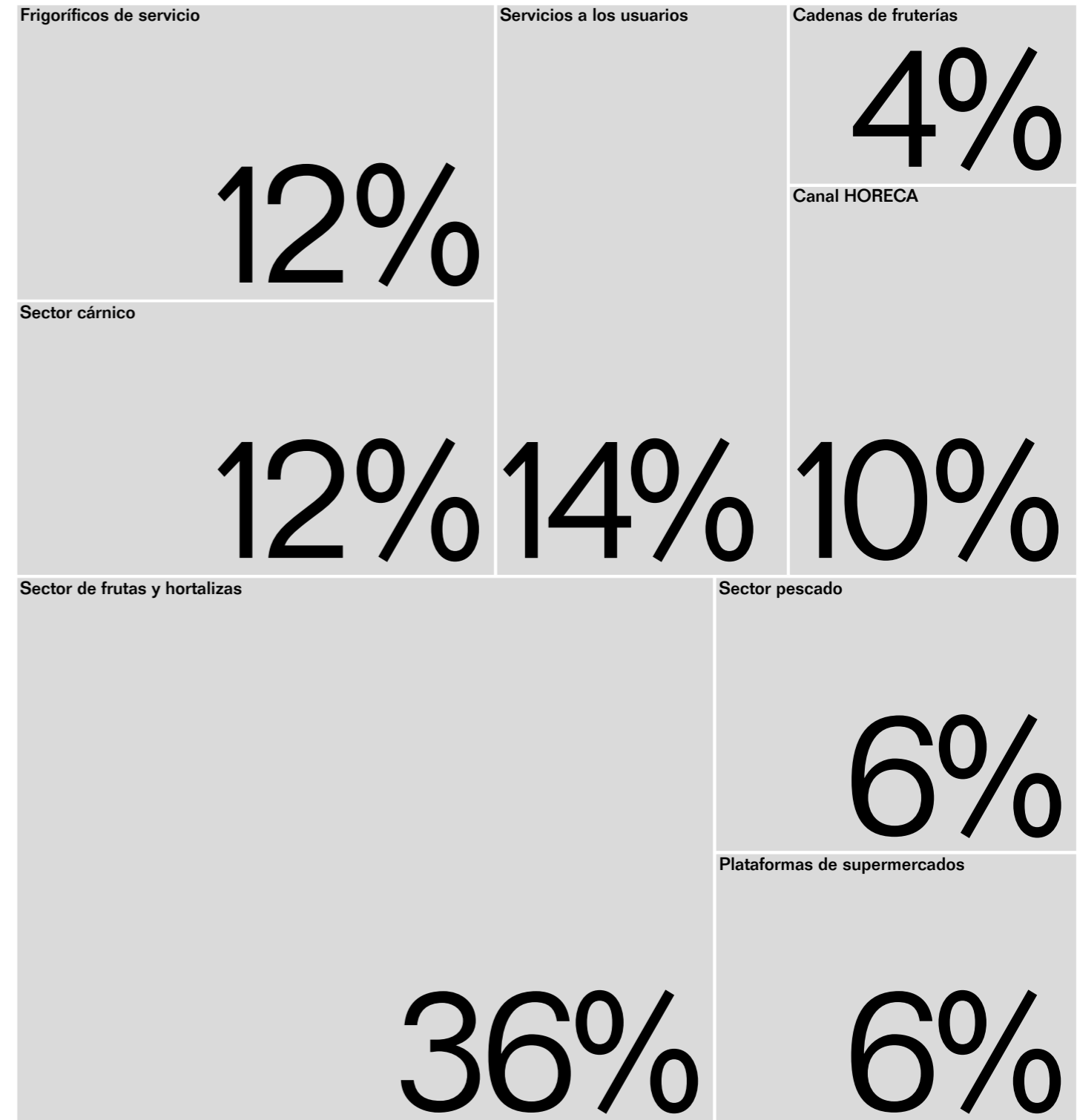
En este sentido, el Tribunal de Cuentas emitió un informe en 2015 en que destacaba la improcedencia de mantener un establecimiento público con pérdidas continuadas, y especificaba que el Matadero de Mercabarna, por su nivel de pérdidas, era el que presentaba la mayor necesidad de financiación de todo el Estado español.

### Zona de Actividades Complementarias

En cuanto a la ZAC del sector cárnico, el volumen de actividad se ha situado en 22.499 toneladas comercializadas.

## Zona de Actividades Complementarias

Espacio que ocupan las empresas de la ZAC por sector de actividad:



# Inauguración del Biomarket

Más allá de garantizar el suministro alimentario, Mercabarna está comprometida con la configuración de un sistema alimentario más sostenible y consciente. En 2020 se ha dado un paso adelante en esta dirección con la puesta en marcha del Biomarket, el primer mercado mayorista de productos ecológicos de España y el primero de Europa en concentración de empresas hortofrutícolas. Esta infraestructura se convierte en uno de los proyectos principales de Barcelona Capital Mundial de la Alimentación Sostenible, que tendrá lugar a lo largo de 2021.

El mercado bio inició su actividad el 23 de noviembre y se inauguró oficialmente el 9 de diciembre. Con esta infraestructura se pretende satisfacer la demanda creciente de alimentos ecológicos entre la ciudadanía de Cataluña, a través de sus centros de compra habituales, el comercio detallista y la restauración (HORECA).

La concentración de la oferta en un mismo espacio permitirá promover la competencia entre los operadores y mejorar la variedad de productos y su relación calidad-precio. En segundo lugar, dará más visibilidad al sector mayorista y a la agricultura de proximidad del sector ecológico. Por último, también favorecerá los controles higiénico-sanitarios, los de etiquetado de certificación de producto ecológico y los de trazabilidad.

## Sobre el Biomarket

Con una superficie de 8.900 m<sup>2</sup>, el mercado dispone de 21 puntos de venta, la mayoría de los cuales están especializados en frutas y hortalizas ecológicas, a pesar de que también los hay que venden producto seco (cereales, aceites, envasados, huevos, bebidas, etc.). Las empresas mayoristas que operan en él son Aresca, Badosa, Baja Golden Dates, Green Growing Organics, Grupo Frutas Antonio, Grupo Hermanos Fernández, Naranjas Torres, Prats Fruits, Ronda Fruits, Sinergia Bio y la cooperativa Hortec. A fecha de cierre de la memoria, quedan dos puestos de frutas y hortalizas y uno de multiproducto pendientes de ocupación.

El producto de proximidad también está presente a través de un espacio para cooperativas agrarias y otro para pequeños agricultores de proximidad. Además, en 2020 el Ayuntamiento de Barcelona y Unió de Pagesos firmaron un convenio para la creación del CIAP (Centro de Intercambio de Agricultores de Proximidad), un espacio para productores especializados en ecológicos destinado a la venta directa que entrará en funcionamiento en 2021.

La previsión de captación inicial de negocio del Biomarket es del 20% (23.662 toneladas/año) del total de fruta y hortaliza ecológica comercializada en Cataluña. La penetración en el mercado llegará previsiblemente al 50% (78.100 toneladas/año) a partir de 2031.

El diseño y la construcción del edificio responde a criterios de sostenibilidad, puesto que está concebido para reducir al máximo el consumo eléctrico mediante el uso de fuentes de energías renovables y elementos pasivos de climatización. Eso se consigue por medio de la instalación de placas fotovoltaicas; la utilización de materiales ecoeficientes, no perjudiciales para la capa de ozono; la instalación del sistema de gestión medioambiental SIGMA, para residuos y contaminación; una buena ventilación y luz natural para minimizar el consumo energético; a través de la estructura de soporte de la cubierta de madera procedente de bosques gestionados de forma sostenible; gracias a una iluminación artificial de bajo consumo, y con la instalación de sistemas de refrigeración de cámaras eficientes.

## El 9 de diciembre la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, inauguró el Biomarket en un acto de aforo reducido que se retransmitió por streaming. También asistió la presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín; el presidente de Mercasa, José Ramón Sempere, y la directora general de Comercio de la Generalitat, Muntsa Vilalta.



De izquierda a derecha, el director general de Mercabarna, Jordi Valls; el presidente de Mercasa, José Ramón Sempere; la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau; la presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín, i la directora general de Comercio de la Generalitat de Catalunya, Muntsa Vilalta.

# Una Unidad Alimentaria segura

## Protección ante el COVID-19

Desde el inicio de la pandemia, la dirección de Mercabarna ha puesto en marcha medidas de contingencia para garantizar que la actividad esencial se realizara con las máximas garantías. De hecho, Mercasa y la red de mercados mayoristas, de la cual Mercabarna forma parte, han obtenido el certificado de AENOR por las buenas prácticas de prevención ante el COVID-19 y la implementación de protocolos de seguridad.

En primer lugar, se configuró un comité de coordinación formado por la dirección de Mercabarna y los gremios mayoristas del recinto con el objetivo de actualizar las informaciones relacionadas con la evolución de la pandemia, conocer las inquietudes de los clientes y dar apoyo ante actuaciones concretas (adaptación de los horarios, organización de limpiezas y adquisición de EPI, entre otros). Inicialmente, las reuniones telemáticas eran diarias, pero con la mejora gradual de la situación pasaron a ser mensuales.

Más allá de la creación de este órgano, la comunicación ha sido constante con las empresas de la Unidad Alimentaria a través de los mailings "INFO COVID", información en la web, redes sociales y diferentes materiales de la campaña "Ahora no te relajes" (banderolas, cartelería y mupis).

En segundo lugar, se ha trabajado para que el entorno laboral de la Unidad Alimentaria sea seguro y preste servicio ininterrumpidamente. En este sentido, se estableció un procedimiento según el cual las empresas deben informar a Mercabarna de posibles positivos. Cuando se produce una notificación, la responsable de prevención de riesgos laborales realiza un seguimiento de la situación, asesora sobre la normativa y la documentación que debe aportarse a la Agencia de Salud Pública de Barcelona y, si procede, determina otras medidas preventivas. Complementariamente, se realizan visitas de seguimiento en horarios de máxima actividad y se elabora un plan de mejora en caso de detectarse deficiencias. Para reforzar las medidas de contención del COVID-19, a finales de noviembre se estableció un acuerdo de colaboración de Mercabarna y ASSOCOME con Fomento del Trabajo y el hub de laboratorios MyCovidTest para llevar a cabo una campaña masiva de tests de antígenos en el recinto.

En tercer lugar, también se ha producido un incremento de las limpiezas y desinfecciones de las calles y del interior de los mercados, en que se ha utilizado hipoclorito en espacios abiertos y biocidas en espacios cerrados. Además de los Servicios de Limpieza de Mercabarna, que han realizado desinfecciones por valor de 340.000 euros, la Unidad Militar de Emergencias (UME) y el Ejército de Tierra se desplazaron al recinto seis veces para reforzar las tareas de desinfección. Desde noviembre y durante 2021 se sigue un calendario de desinfección extraordinaria en los Mercados de Frutas y Hortalizas y del Pescado.

En cuanto a la protección de los usuarios, a lo largo de 2020 se repartieron 16.700 mascarillas higiénicas y se instalaron 20 dispensadores de gel hidroalcohólico. El personal de Seguridad y Vigilancia, entre otras funciones, vela por el cumplimiento de la obligación de utilizar mascarillas y se encarga de controlar la temperatura de los usuarios que acceden al recinto en metro y, de forma aleatoria, en vehículos.

De cara a 2021 y mientras continúe la emergencia sanitaria proseguirán los protocolos actuales y se incluirá la figura del agente COVID, personas que se desplazarán por el recinto recordando la obligatoriedad de cumplir las medidas exigidas: uso de mascarilla, higiene de manos y distancia de seguridad.



A finales de noviembre se llevó a cabo un cribaje masivo en el recinto.



A lo largo de 2020 se incrementaron las limpiezas y desinfecciones en el recinto.

## Compromiso con la seguridad alimentaria

La seguridad alimentaria es uno de los ejes fundamentales del funcionamiento de Mercabarna y durante el año 2020 ha tomado más relevancia pública a causa de la emergencia sanitaria. En este sentido, el equipo de veterinarios de la Agencia de Salud Pública se encarga de garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene, a través de inspecciones sanitarias periódicas en los mercados centrales, el Matadero y las empresas ubicadas en la ZAC.

Dentro de esta responsabilidad destaca el control de la trazabilidad de productos y animales, de forma que, si se detecta alguna anomalía (fraude, incongruencia o no aptitud para el consumo), se abre un expediente informativo y se procede a decomisar el alimento, que se retira del canal de comercialización.

Los controles son especialmente exhaustivos en el Matadero, donde cada canal es supervisada antes y después del sacrificio. Por este motivo, hasta el último día de actividad se mantuvo el cuerpo de veterinarios y auxiliares asignado al equipamiento, que certificaron que las condiciones higiénico-sanitarias de las instalaciones y los procesos eran los adecuados. A partir de su cierre, una parte del equipo sanitario se ha destinado a la inspección de las empresas de la ZAC y del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, mientras que la otra ha empezado a desempeñar otras tareas en la ciudad de Barcelona.

Durante el año también se siguió implementando la campaña de sensibilización sobre cómo evitar problemas con la histamina del atún. Esta acción, llevada a cabo por la Agencia de Salud Pública de Barcelona y el Consorcio Sanitario de Barcelona, ha contado con el apoyo de los gremios mayoristas y detallistas y de Mercabarna.

La campaña "Buenas prácticas de higiene en el transporte de los productos de la pesca", organizada por las mismas entidades, también tuvo continuidad en 2020. De forma paralela, se impulsaron acciones destinadas a sensibilizar a los profesionales del sector sobre la importancia de cumplir las normas de higiene, mantener la cadena del frío y controlar el etiquetado y la manipulación del producto.

**Se ha trabajado para que el entorno laboral de la Unidad Alimentaria sea seguro y preste servicio ininterrumpidamente.**





**El equipo de Seguridad y Vigilancia está formado por 77 personas, 15 más que en 2019.**

## Servicios de Seguridad y Vigilancia

La actividad constante y la interacción diaria de 23.000 personas y 14.000 vehículos convierten Mercabarna en un espacio complejo, donde la seguridad y la salud de los usuarios es una cuestión vital. El Departamento de Seguridad y Vigilancia se encarga de garantizar el cumplimiento del reglamento, a través de un equipo formado por 77 personas —15 más que en 2019— e integrado por personal propio (40 personas) y por personal de una empresa de seguridad externa (37 personas). Durante 2020 se han instalado 24 cámaras de seguridad nuevas, que amplían el sistema de videovigilancia del recinto hasta los 379 dispositivos.

Dentro del recinto alimentario se debe cumplir la Ordenanza reguladora publicada en el Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona en 2010. El Ayuntamiento de Barcelona, como gestor del servicio público, ha atribuido a Mercabarna la potestad de gestionar directamente la ordenación de los mercados, establecida en el “Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña” (DOGC).

Además del cumplimiento del reglamento, el equipo de vigilancia se encarga de canalizar las incidencias —mayoritariamente relacionadas con peticiones de limpieza y mantenimiento—, priorizarlas y derivarlas al departamento correspondiente. Durante el año 2020 se produjeron 1.597 peticiones de incidencia, cifra que supone un descenso del 9,5% respecto al año anterior.

La mejora de la seguridad vial y la prevención de accidentes de tráfico también son elementos fundamentales en la gestión de la Unidad Alimentaria. Desde 2018 está en marcha la campaña de sensibilización “Bienvenido a Mercabarna, aquí las normas son las mismas”, una iniciativa que quiere concienciar a los usuarios del recinto sobre el cumplimiento de las normas de circulación. En el marco de los Premios Asepeyo Antoni Serra Santamans a las mejores prácticas preventivas, esta campaña fue reconocida con el tercer premio.

En cuanto a los siniestros registrados, a lo largo del año se contabilizaron 98, dos más que en el ejercicio anterior. Aun así, los siniestros con responsabilidad civil de Mercabarna se redujeron y pasaron de 18 a 15.

## Accesos a Mercabarna

Durante el año 2020 han accedido a Mercabarna 2.960.987 vehículos, un 12,01% menos que en el ejercicio anterior. El descenso afecta a todas las categorías de vehículos, pero destacan especialmente los camiones (-14,29%), las furgonetas (-15,93%) y las motos (-21,62%).

También ha sufrido una disminución importante el volumen de personas que utilizan el metro para llegar a Mercabarna. Según datos facilitados por Transports Metropolitans de Barcelona, se ha producido un descenso del 25% en comparación con 2019, que se traduce en 1.540 usuarios al día.

Estos datos se enmarcan en el contexto de la emergencia sanitaria, en el cual, además de los periodos de confinamiento riguroso y de las restricciones de algunos sectores de actividad como la restauración, se han reducido los desplazamientos. En esta línea, empresas de la Unidad Alimentaria han implantado el teletrabajo total o parcial en aquellos lugares de trabajo que no requerían presencialidad. En cuanto a los proveedores y clientes, también se ha apreciado un cambio de hábitos, con la concentración de trayectos y la priorización de la relación a distancia.

	2019	2020	Variación
Turismos	1.678.786	1.517.305	-9,62%
Furgonetas	475.913	384.988	-15,93%
Camiones	651.570	558.449	-14,29%
Tráilers	277.951	258.643	-6,95%
Servicio público (autobús y taxi)	277.951	258.643	-6,95%
Motos	205.782	161.295	-21,62%
<b>Total</b>	<b>3.365.223</b>	<b>2.960.987</b>	<b>-12,01%</b>

Control de acreditaciones en los accesos a Mercabarna.



# 5

# Comprometidos con la sociedad

**La defensa del derecho a una alimentación adecuada y suficiente ha vertebrado las acciones de Mercabarna. Ante el incremento de personas en situación de vulnerabilidad, se ha intensificado la distribución de productos frescos con el apoyo de numerosas empresas del recinto. Los programas educativos se han adaptado a la nueva realidad para seguir concienciando sobre los beneficios de la alimentación saludable.**



# Lucha contra el despilfarro

El Plan Estratégico de aprovechamiento alimentario de Mercabarna tiene como objetivo la reducción del despilfarro de alimentos, la mejora de la gestión de residuos y la promoción del consumo responsable. Habida cuenta de la magnitud de esta meta, se han creado alianzas con actores diversos (empresas, universidades, entidades, instituciones y ciudadanía en general) para impulsar proyectos transversales con impacto económico, ambiental y social.

Si bien anteriormente se habían realizado actuaciones en esta línea, fue en 2016 que se realizó un diagnóstico del despilfarro de alimentos en el recinto gracias al estudio de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), la empresa Spora Synergies, spin-off de la UAB, y la Plataforma Aprovechemos los Alimentos (PAA).

A lo largo de estos años, se ha trabajado para optimizar el reaprovechamiento de alimentos (colaboración con el Banco de Alimentos y otras entidades sociales, y diseño y construcción del Centro de Aprovechamiento de Alimentos), reducir los residuos orgánicos vegetales (mejora térmica de los puestos del mercado e implementación de nuevas compactadoras), impulsar el trabajo en red (puesta en marcha de la Cátedra UPC-Mercabarna, participación en iniciativas y grupos de trabajo) y sensibilizar tanto a profesionales como a ciudadanía en general (premios Paco Muñoz, campañas infantiles, eventos populares como la Carrera Mercabarna).

## Aprovechamiento alimentario con impacto social

La crisis económica y social sobrevenida a la emergencia sanitaria ha intensificado la vinculación de Mercabarna y de las empresas mayoristas con las entidades sociales. En este sentido, se han multiplicado los esfuerzos para dar respuesta a las necesidades alimentarias de personas en riesgo de vulnerabilidad, agravadas por el parón de la actividad económica. A su vez, esta colaboración tiene un impacto positivo en la seguridad alimentaria, ya que da la posibilidad a estos colectivos de acceder a alimentos suficientes, seguros y nutritivos.



## Colaboración con el Banco de Alimentos

En un año especialmente complicado, las empresas del recinto aportaron 1.576.659 kilos de frutas y hortalizas al Banco de Alimentos, un 18,3% más que en el ejercicio anterior. Además del sobreesfuerzo del tejido empresarial del polígono, Mercabarna compró producto por valor de 11.400 euros para hacer frente a la demanda social.

Durante 2020, 172 entidades se dirigieron al Banco de Alimentos solicitando donaciones, lo que supone un incremento del 85% respecto a 2019. Coincidiendo con los meses más duros de la pandemia, cerca de 40 entidades también recurrieron al Banco de manera puntual.

Además, Mercabarna repartió entre entidades y comedores sociales 2.509 kilos de carne y pescado procedentes de los cursos de manipulación de los Servicios de Formación.

Evolución de las donaciones de frutas y hortalizas al Banco de Alimentos (2016-2020)	
2016	1.300.900 kg
2017	1.444.690 kg
2018	1.275.154 kg
2019	1.333.238 kg
2020	1.576.659 kg

## T-Mercabarna Solidaria

En el marco de esta crisis social, también se ha puesto de manifiesto el valor del trabajo colaborativo al servicio de la sociedad. Cabe destacar en este sentido la puesta en marcha de la app T-Mercabarna Solidaria, impulsada conjuntamente por T-Systems y Mercabarna. Este proyecto es un marketplace solidario que conecta la oferta de excedentes alimentarios de las empresas mayoristas, la demanda de las entidades sociales y el operador logístico encargado del transporte.

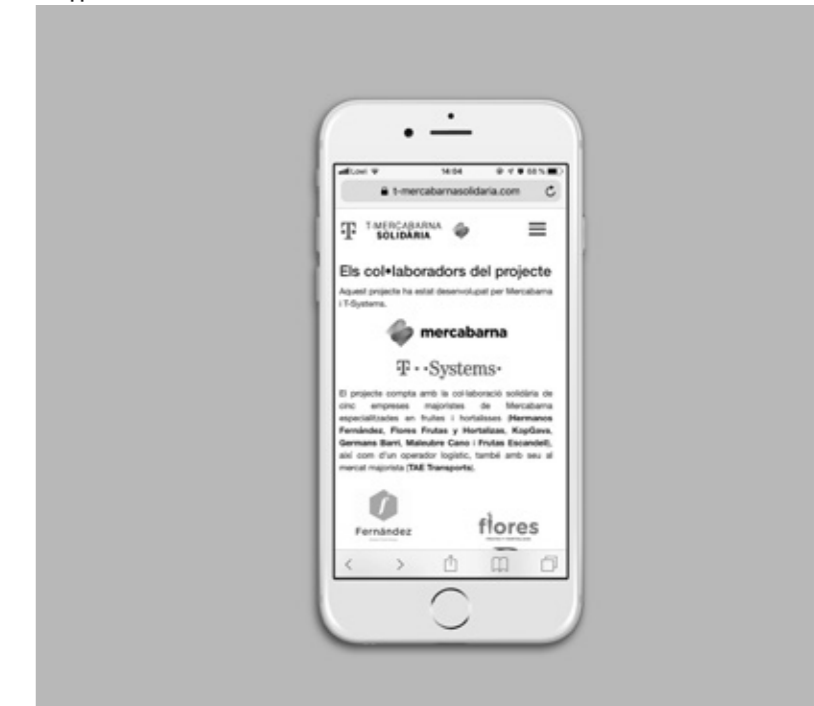
Tras una hackathon de 24 horas, que contó con la participación altruista de un equipo de 20 expertos entre programadores y miembros de Mercabarna, se creó esta plataforma que optimiza la distribución de alimentos frescos a colectivos vulnerables. Para materializar este proyecto, colaboraron de forma desinteresada seis empresas mayoristas de la Unidad Alimentaria (Hermanos Fernández, Flores Frutas y Hortalizas, KopGavà, Germans Barri, Maleubre Cano y Frutas Escandell) y un operador logístico (TAE Transports).

La entidad social beneficiada de la aplicación fue Cruz Roja Cataluña, que entre junio y septiembre distribuyó 140.000 kilos de frutas y hortalizas entre personas en situación de alta vulnerabilidad.

### Proyecto premiado

- Reconocimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para favorecer la distribución de alimentos frescos a los colectivos más vulnerables.
- Mejor iniciativa compartida de los premios 'Barcelona se mueve' BizBarcelona 2020.
- Mejor proyecto TI solidario de los premios Era Digital de Computing 2020.

La app T-Mercabarna Solidaria.



Personas voluntarias en el Banco de Alimentos de Mercabarna.





## La cátedra UPC-Mercabarna analizará el impacto social, económico y ambiental del desperdicio alimentario.

El Centro de Aprovechamiento de Alimentos de Mercabarna.



### Cestas contra el COVID

Durante el confinamiento domiciliario, el Ayuntamiento de Barcelona y el Departamento de Salud coordinaron la iniciativa “Cesta contra el COVID”, que consistía en repartir 20.000 lotes alimentarios a personas mayores de 70 años y enfermos crónicos. Entre los productos distribuidos, había fruta y hortaliza fresca, local y de temporada, procedente de las donaciones de empresas mayoristas y cooperativas de Mercabarna.

### Cátedra UPC-Mercabarna

En materia de lucha contra el desperdicio alimentario, 2020 ha sido un año relevante gracias al acuerdo de colaboración con la Universidad Politécnica de Cataluña para desarrollar la Cátedra UPC-Mercabarna contra el desperdicio alimentario.

Presentada en noviembre, se desarrollará durante el periodo 2020-2022 y tendrá un presupuesto de 30.000€ anuales. La UPC, a través de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y Biosistemas de Barcelona (EEABB), es, junto con Mercabarna, la encargada de llevar a cabo el proyecto, ya que ganó el concurso convocado entre universidades públicas catalanas.

Desde una visión académica, la cátedra quiere profundizar en el análisis del impacto social, económico y ambiental derivado del desperdicio alimentario, principalmente del producido en la distribución mayorista y minorista. Asimismo, pretende determinar las causas ocultas tras las pérdidas alimentarias a fin de impulsar herramientas de prevención, reducción y reaprovechamiento basadas en la innovación y la economía circular.

En este sentido, la creación de sinergias, alianzas y puntos de encuentro con actores clave de la lucha contra el desperdicio alimentario será uno de los elementos esenciales del proyecto. Sin embargo, trascenderá a los grupos de interés implicados directamente y se llevarán a cabo acciones de sensibilización dirigidas a la sociedad en general.

### Más recursos contra el desperdicio

La optimización de la gestión de residuos es una de las líneas de actuación para reducir el volumen de desperdicio de alimentos en el recinto. En este marco, en 2020 se instaló la primera compactadora inteligente de materia orgánica en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas. Este tipo de contenedores están dotados de un sistema de identificación y pesaje que permite cuantificar el volumen de residuos depositados por cada usuario, lo que favorece la reducción de los productos desechados.

De septiembre a noviembre se llevó a cabo una prueba piloto en el pabellón F, al tiempo que se puso en marcha una campaña informativa para mostrar su funcionamiento. Posteriormente, se analizaron los resultados y las valoraciones de los usuarios para ajustar el sistema a las necesidades de las empresas de cara a su futuro despliegue en el resto de los pabellones del mercado.

Otro de los puntales del Plan Estratégico de aprovechamiento alimentario de Mercabarna es el Centro de Aprovechamiento de Alimentos (CAA). Durante 2020 prácticamente ha concluido la construcción de esta instalación, que mejorará el aprovechamiento alimentario en el recinto desde un marco de actuación social, medioambiental y de economía circular.

El CAA permitirá triplicar el volumen de frutas y hortalizas que actualmente se gestionan a través del Banco de Alimentos del recinto.

# Promoción de hábitos de alimentación saludable

Aunque a raíz de la pandemia la salud se ha erigido como una de las principales preocupaciones, el confinamiento y las restricciones han afectado a los hábitos de vida de buena parte de la ciudadanía. Por este motivo, Mercabarna y los gremios mayoristas han continuado incidiendo en la divulgación de los beneficios de una alimentación saludable, especialmente entre los niños y niñas y sus familias. Las actividades se han adaptado a la realidad del momento, primero con el desarrollo de materiales online y, más adelante, con la realización de visitas a las escuelas respetando las medidas de seguridad. Las encuestas realizadas a los participantes indican una buena acogida por parte de docentes y escolares, que han valorado positivamente la continuidad de las campañas, con actividades que combinan la vertiente didáctica con el ocio.

## Campañas infantiles

Las campañas educativas materializan el compromiso de Mercabarna con la promoción de la dieta mediterránea, el fomento de hábitos saludables y el consumo responsable.

Las actividades “5 al día”, “Crece con el pescado” y “¡Flores y plantas, cada día!”, impulsadas junto con las asociaciones empresariales del recinto, tienen como eje central una visita a Mercabarna. Este año, sin embargo, la emergencia sanitaria ha supuesto un obstáculo a la continuidad de las actividades, en un contexto marcado por el cierre de las escuelas y las restricciones de movilidad y reunión. En respuesta a tal situación, las campañas se han trasladado mayoritariamente a los centros educativos y a las entidades.

## Campaña “5 al día”

El 2020 era un año importante para la campaña “5 al día”, ya que celebraba su vigésimo aniversario. El momento cumbre debía ser el mes de mayo, con la organización de una fiesta en el Tibidabo que reuniría cerca de 4.000 niños y niñas, pero la pandemia forzó su cancelación.

Hasta la declaración del estado de alarma, la campaña se desarrolló con toda normalidad. En esta primera etapa del año, 3.105 alumnos de 59 escuelas catalanas hicieron la tradicional visita a Mercabarna para aprender la importancia de consumir un mínimo de cinco raciones diarias entre frutas y hortalizas y de no desperdiciar alimentos en casa.

El confinamiento derivó en la paralización de toda actividad presencial no esencial y, por tanto, en la suspensión de los programas educativos. En este escenario, se trabajó para seguir difundiendo el mensaje de “5 al día” entre los niños y niñas y se planteó una versión digital de la campaña. Durante siete semanas, las escuelas que con anterioridad habían participado en el programa recibieron una propuesta pedagógica que consistía en descubrir las propiedades y curiosidades de las frutas y hortalizas a



La campaña “5 al día” se traslada a las escuelas.

## Las campañas infantiles han desarrollado materiales online y han realizado visitas a las escuelas para garantizar su continuidad.

partir de actividades didácticas y divertidas accesibles desde la web y las redes sociales de Mercabarna.

Con el inicio del curso escolar 2020-2021 se recuperó la actividad presencial en los centros educativos. En el nuevo contexto, y respetando las recomendaciones sanitarias de los departamentos de Educación y Salud de la Generalitat de Cataluña, “5 al día” se trasladó a las aulas.

A partir de octubre, los monitores dinamizaron actividades relacionadas con la alimentación sostenible y responsable en los centros educativos, principalmente del área metropolitana de Barcelona. Para reducir riesgos, los talleres que requerían manipulación de alimentos fueron sustituidos por alternativas más higiénicas, como la degustación de macedonias y zumos naturales preparados en formatos individuales.

En total, 1.456 alumnos de 25 escuelas participaron en este nuevo formato de campaña, que previsiblemente se mantendrá mientras perduren los riesgos de la pandemia.

A pesar de los obstáculos para seguir ofreciendo la actividad, las escuelas valoraron la campaña muy positivamente.

## Campaña “Crece con el pescado”

Hasta el mes de marzo, 3.044 alumnos de 59 escuelas participaron de forma presencial en la campaña “Crece con el pescado”. Por lo tanto, pudieron visitar el Centro Interactivo del Pescado, el espacio museográfico que muestra toda la cadena comercial de los productos de la pesca, y pasear por el Mercado Central del Pescado de Mercabarna, que tiene un rol importante.

Como en el caso de “5 al día”, la pandemia forzó la reconversión del programa de marzo a junio y la preparación de actividades online pedagógicas y lúdicas relacionadas con los productos del mar. Enfocadas a niños y niñas entre 8 y 18 años, se incidió en las virtudes de consumir pescado y marisco en el marco de una dieta saludable.

A partir de octubre, “Crece con el pescado” retomó la actividad con la realización de talleres en cinco escuelas, en los que participaron 259 niños y niñas.

Pese a las dificultades que han marcado 2020, el grado de satisfacción de los grupos participantes fue muy positivo.

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

El cierre de Mercabarna-flor durante el primer estado de alarma provocó la suspensión de “¡Flores y plantas, cada día!” desde mediados de marzo y durante el resto del año. Hasta la fecha de inicio del confinamiento, 198 niños y niñas de 4 escuelas disfrutaron de una visita a Mercabarna-flor, donde aprendieron a distinguir las plantas aromáticas de nuestro entorno y a preparar un ramo de flores.

## Campus de verano “Refréscale con 5 al día”

La crisis sanitaria no impidió la realización del campus de verano “Refréscale con 5 al día”, iniciativa puesta en marcha en 2016 y dirigida a niños y niñas en situación de vulnerabilidad. En respuesta a la situación actual, Mercabarna sustituyó las visitas a sus instalaciones por la realización de talleres lúdicos gratuitos en los centros de once entidades sociales de Barcelona y del área metropolitana.

Durante el mes de julio, 376 niños de 4 a 14 años participaron en actividades que fomentan la alimentación saludable y la lucha contra el despilfarro, así como los valores de la amistad y el trabajo en equipo.

Para minimizar riesgos, se sustituyeron los talleres que requerían manipulación de alimentos, como la cata a ciegas o la elaboración de brochetas y batidos de frutas. De este modo, se optó por alternativas más seguras, como la degustación de frutas exóticas, macedonias y zumos naturales preparados previamente en formatos individuales.

Mercabarna subvenciona el campus de verano, que también cuenta con el apoyo de la AGEM y de empresas de la Unidad Alimentaria (Torribas, Patatas Bonet y Cultivar) que aportan el producto.



El campus de verano se adaptó a las recomendaciones sanitarias.

## Vínculo con la ciudad: colaboraciones, homenajes e iniciativas

Mercabarna impulsa iniciativas muy diversas para dar a conocer su universo tanto a clientes como ciudadanos. En este bloque, se incluyen aquellas acciones que no están relacionadas directamente con el desarrollo de la actividad económica, pero que operan como un nexo más informal entre la Unidad Alimentaria y la sociedad.

### Colaboraciones

Mercabarna apoya a iniciativas lideradas por entidades sociales alineadas con los valores de la empresa. La suspensión de la mayoría de los eventos del tercer sector y la crisis social derivada del COVID-19 hicieron que buena parte de las colaboraciones se orientaran a paliar los efectos de la pandemia.

Destaca la caminata solidaria Barcelona Magic Line, que en esta edición destinó los recursos a proyectos de apoyo a colectivos en situación de vulnerabilidad, especialmente afectados por la situación sanitaria. Por Sant Jordi, Mercabarna se sumó al homenaje simbólico del Gremio de Floristas de Cataluña y repartió más de 3.000 rosas al personal del Hospital Universitario de Bellvitge. También se colaboró con La Marató de TV3, dedicada este año a la investigación del COVID-19.

En 2020 prosiguió la colaboración con la Fundación Formación y Trabajo para la gestión de los contenedores de ropa usada ubicados en el recinto, que recogieron 2.757 kilos de ropa. En el marco de las fiestas navideñas, se organizó la recogida de juguetes para la Asociación Casal dels Infants y la aportación de muérdago para las personas usuarias y educadoras de Aldeas Infantiles SOS Cataluña.

### Homenajes a los profesionales de Mercabarna

Durante 2020 se rindieron varios homenajes a los profesionales de la Unidad Alimentaria, gracias a los cuales se ha garantizado el aprovisionamiento de alimentos a la ciudadanía desde el inicio de la pandemia. El 17 de abril los Mossos d'Esquadra y la Guardia Urbana realizaron un acto de reconocimiento a Mercabarna por la tarea realizada.

Asimismo, la dirección de Mercabarna ha querido agradecer el compromiso de todas las personas que trabajan en primera línea. Una de las acciones tuvo lugar el día de Sant Jordi con el reparto de 6.000 rosas en el recinto, iniciativa que también apoyaba al sector floral, especialmente afectado por la crisis. Los trabajadores también fueron los protagonistas de la felicitación navideña de Mercabarna. Con el fin de mostrar la diversidad de perfiles profesionales del polígono, se seleccionó una treintena de personas en representación de los trabajadores y trabajadoras anónimas que hacen posible el servicio esencial.



En Sant Jordi, Mercabarna repartió unas 9.000 rosas a los profesionales que trabajan en primera línea.

### Iniciativas

En la línea de reducir la interacción social y evitar situaciones con riesgo de contagio, se decidió suspender la Carrera Mercabarna. Desde la primera edición, el evento ha ido creciendo hasta convertirse en una prueba atlética muy popular y una celebración que reúne alrededor de 5.000 personas.

La programación de visitas de estudiantes se interrumpió debido a la crisis sanitaria, lo que obligó a anular la mitad. Del 1 de enero al 10 de marzo se atendieron 15 visitas de 12 centros educativos, en las que participaron 258 alumnos. Se trata principalmente de jóvenes que cursan estudios relacionados con la hostelería, la restauración, la dietética o la industria y el comercio alimentario.

Acto de homenaje de los Mossos d'Esquadra y la Guardia Urbana a los profesionales de Mercabarna.



## Relación con los medios

A lo largo de 2020 Mercabarna ha reforzado su posicionamiento esencial de infraestructura responsable del aprovisionamiento alimentario de la ciudadanía. El contexto sanitario especialmente crítico, que ha derivado en parones sucesivos de la actividad económica no esencial, ha sido una oportunidad para explicar el funcionamiento de la cadena agroalimentaria, en la que Mercabarna tiene un papel determinante.

Estas circunstancias explican el incremento de apariciones de Mercabarna en los medios de comunicación de un 68,81% en relación con 2019. Sobre el total de estas noticias (3.264), Mercabarna ha impulsado el 71,17% (2.323).

Otros temas que también han tenido repercusión mediática han sido la inauguración del Biomarket y la implicación de Mercabarna y de las empresas del recinto con la aportación de alimentos a personas sin recursos (Banco de Alimentos, T-Mercabarna Solidaria, las cestas para personas mayores, etc.).

### Redes sociales

La dinámica positiva experimentada en los medios de comunicación tradicionales también se replica en las redes sociales corporativas, que han aumentado sus seguidores en un 46%. Los diferentes canales del entorno social han sido un altavoz de información práctica de servicio relacionada con la gestión del COVID-19 en el recinto (horarios especiales, medidas higiénico-sanitarias, etc.).

Asimismo, han desempeñado un papel importante reforzando el sentimiento de pertenencia de los profesionales de la Unidad Alimentaria, ya que se ha reivindicado públicamente el carácter esencial de su trabajo. Este mensaje también ha impactado en el global de la ciudadanía, que ha podido acercarse al funcionamiento del polígono y a sus implicaciones en la distribución alimentaria.

A finales de 2020, coincidiendo con la puesta en marcha del Biomarket, Mercabarna inició su actividad en Instagram.

**Facebook: 6.612 seguidores (+53,7%)**  
**Twitter: 1.965 seguidores (+32,6%)**  
**LinkedIn: 5.685 seguidores (+49,7%)**  
**YouTube: 516 seguidores (+42,5%)**  
**Instagram: 1.248 seguidores (a partir de noviembre)**

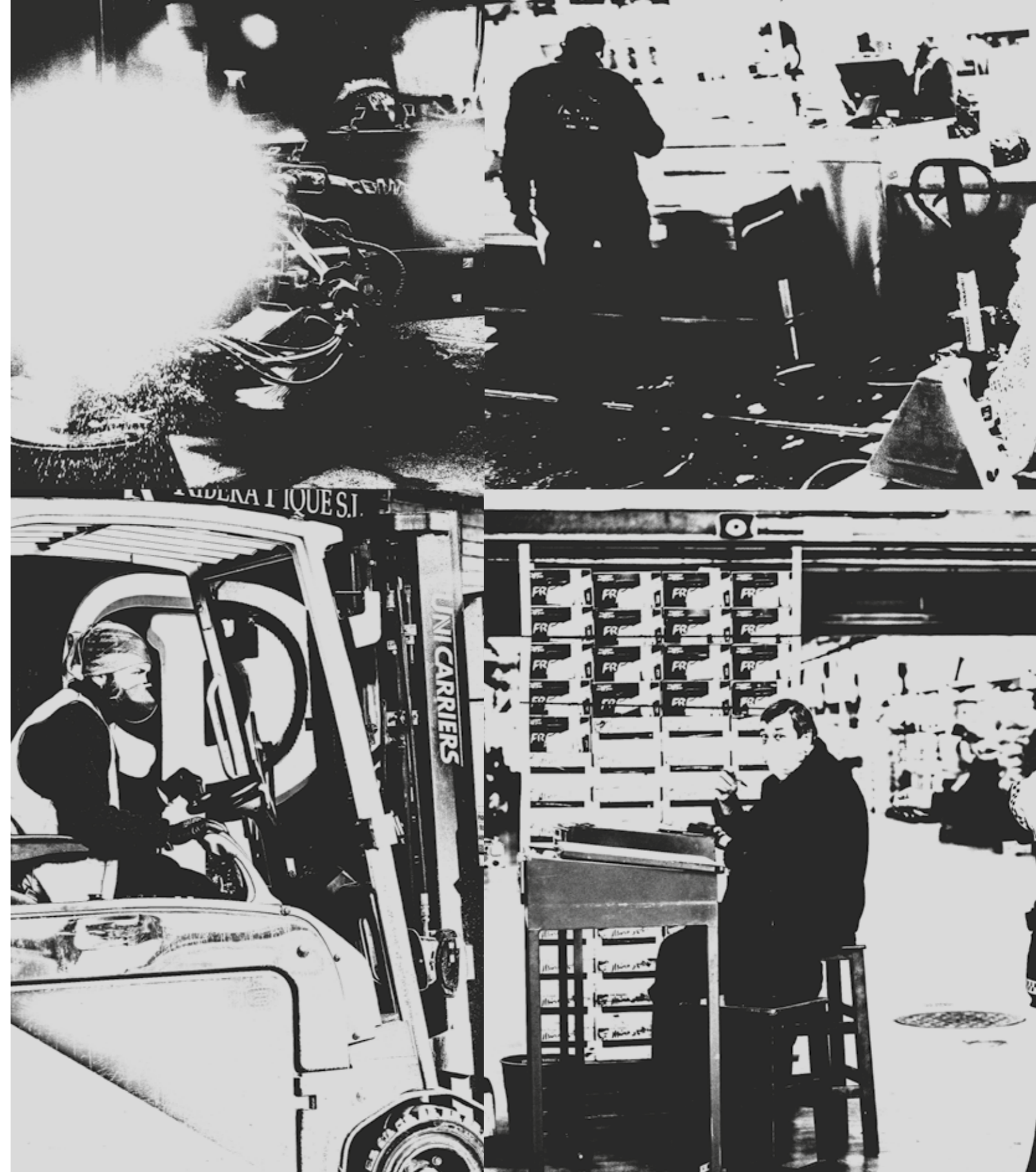




# 6

# Comprometidos con el medio ambiente

**Mercabarna trabaja para avanzar hacia una Unidad Alimentaria más sostenible y minimizar el impacto medioambiental de las actividades que se desarrollan en el recinto. Este compromiso se materializa en actuaciones dirigidas a mejorar la gestión de residuos, luchar contra el despilfarro alimentario, utilizar de forma eficiente los recursos y potenciar el uso de energías verdes.**



# Política ambiental

Los objetivos de la política ambiental de Mercabarna son la lucha contra el despilfarro alimentario, la promoción de la reutilización de los envases y embalajes, y la gestión eficiente de los recursos naturales, las materias primas y la energía.

En cuanto a la mejora en la gestión de residuos, la empresa apuesta por el principio de reducción de residuos incidiendo especialmente en la lucha contra el despilfarro alimentario. En este sentido, en 2020 se diseñó el proyecto de mejora y ampliación del Punto Verde, que optimizará su funcionamiento a través de la digitalización de las herramientas de gestión y su adecuación a la normativa vigente. También cabe destacar la puesta en marcha de la Cátedra UPC-Mercabarna contra el despilfarro alimentario, la construcción del Centro de Aprovechamiento Alimentario, que entrará en funcionamiento en 2021, y la prueba piloto de los nuevos compactadores inteligentes de materia orgánica del Mercado Central de Frutas y Hortalizas (véase la página 39). Por otro lado, en el Mercado Central del Pescado se instalaron 9 compactadores nuevos y se adquirió una báscula digital para el pesaje de la materia orgánica del pescado.

En paralelo, con los gremios mayoristas se está estudiando de qué forma se puede mejorar la gestión de los envases a través de la creación de espacios específicos y de la búsqueda de materiales reutilizables. En esta misma línea, el Clúster Alimentario Mercabarna-Barcelona realizó un estudio para ayudar a los operadores de Mercabarna a evaluar técnicamente sus soluciones de envasado y embalaje, así como a identificar recursos y soluciones a su alcance para implementar alternativas más sostenibles.

En materia de eficiencia energética y consumo de recursos hídricos, se efectúa anualmente el cálculo anual de la huella de carbono de la actividad de Mercabarna, SA, acompañado de los correspondientes planes de mejora, la comparativa con datos de años anteriores y un estudio evolutivo.

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

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

En este sentido, el Departamento de Medio Ambiente y Limpieza dispone de una serie de mecanismos para desarrollar sus actividades que en el sistema de compliance penal de la empresa se han clasificado como controles de los riesgos mencionados anteriormente:

- El modelo de gestión de la recogida de residuos sólidos urbanos certificado según la norma ISO 14001.
- La disposición de código de gestor habilitado como planta de transferencia por parte de la Agencia de Residuos de Cataluña, que, además, efectúa inspecciones en relación con esta actividad.
- Los controles semanales de la gestión de los servicios de limpieza vial y de pabellones, que están subcontratados.
- El control del ciclo del agua en las instalaciones propias, que incluye la salubridad y la carga contaminante.
- La inclusión dentro de la licencia ambiental de la actividad del Matadero de la EDAR de Mercabarna, donde se gestionan las aguas residuales del Matadero y el Mercado Central del Pescado, y las inspecciones que la AMB realiza sobre esta actividad.

El sistema de compliance penal de la empresa ha sido certificado por AENOR en función de la norma UNE 19601, de modo que se ha acreditado la eficacia de las medidas relacionadas a disposición de Mercabarna para afrontar los riesgos penales en materia medioambiental.



Los nuevos compactadores de materia orgánica del Mercado Central de Frutas y Hortalizas.

# Gestión de residuos y embalajes

Mercabarna se encarga de la gestión de los residuos comerciales que se generan en el recinto como consecuencia de la actividad diaria. En este sentido, dispone de las infraestructuras necesarias para facilitar que las empresas y los usuarios puedan llevar a cabo una separación correcta de los desechos generados.

A lo largo de los años se han firmado acuerdos de cooperación público-privada 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).
- Compromiso de Mercabarna para la reducción del desperdicio alimentario (2016), firmado entre Mercabarna y todas las entidades que operan en la Unidad Alimentaria.

Además de la gestión de los residuos de la Unidad Alimentaria, los centros de trabajo de Mercabarna, SA, están equipados para que los trabajadores puedan separar correctamente los residuos que generan diariamente en el trabajo. Asimismo, 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.

## Residuos y reciclaje durante el año 2020

Mercabarna continúa trabajando para optimizar el sistema propio de recogida y separación de residuos, eje central de su política medioambiental. Durante 2020 se recicló el 77% de los residuos generados, récord histórico desde la puesta en marcha del Punto Verde en 2002.

Los embalajes y los residuos orgánicos son los principales residuos generados por la actividad comercial de las empresas del recinto. 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 destinándoles un espacio dentro de la Unidad Alimentaria gestionado por una empresa externa.

En 2020 se generaron 32.040,17 toneladas entre residuos comerciales e industriales en la Unidad Alimentaria, una cifra inferior a la del anterior ejercicio a causa del cierre del Matadero.

## Residuos comerciales en la Unidad Alimentaria

Durante el ejercicio 2020 se recogieron 27.227,16 toneladas, de las cuales el 87,93% correspondían a la actividad de los mayoristas del recinto, y el resto a los minoristas que utilizaron el Punto Verde para depositar sus residuos.

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. Si las cantidades superan el medio palé o los 400kg, los residuos deben llevarse al Punto Verde de Mercabarna.

Los residuos generados por los operadores del Mercado Central del Pescado y de Mercabarna-flor se gestionan en los contenedores específicos ubicados en sus recintos.

La gestión de los residuos comerciales de las empresas de la Zona de Actividades Complementarias puede realizarse a través de un gestor privado o de las instalaciones del Punto Verde de Mercabarna. Por último, 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 la Unidad Alimentaria pueden utilizar el Punto Verde de Mercabarna para depositar los residuos comerciales que han generado con su actividad.

El servicio de gestión de los residuos sólidos urbanos de los usuarios de las instalaciones incluidas en el recinto de Mercabarna dispone del certificado ISO 14001 desde 2003. Este servicio se audita anualmente de forma interna y externa, y además 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 permite que el porcentaje de valorización, históricamente, siempre haya superado el 70% anual. Cada año se presenta la declaración anual de residuos industriales para los gestores (DARIG), con el que se da cuenta de los residuos que llevan directamente al Punto Verde sus usuarios.

Residuos comerciales recogidos en la Unidad Alimentaria* (2020)	
Materia orgánica vegetal	43,29%
Indiscriminado	22,72%
Madera	11,93%
Cartón	10,16%
Materia orgánica pescado	4,89%
Materia orgánica vegetal recuperada	5,35%
Plástico	1,51%
Vidrio	0,05%
Poda	0,09%
Envases ligeros	0,01%

\*Porcentajes respecto al total de residuos comerciales.

Valorización de los residuos comerciales generados en la Unidad Alimentaria (en toneladas)					
Residuo	Código CER	Tipo de valorización	2020	2019	2018
Fracción resto municipal	200301	Selección y reciclado o disposición	6.186,64	6.638,45	6.354,17
Materia orgánica pescado (SANDACH)	-	Harinas	1.330,33	1.354,05	1.301,15
Madera	150103	Agglomerado + recuperación palés	3.248,95	3.133,94	3.338,00
Cartón	200101	Pasta de papel	2.766,18	2.554,43	2.800,02
Vidrio	200102	Triturado y reciclado	12,80	28,30	16,25
Plástico	200139	Reutilización y/o reciclado	411,44	460,53	357,38
Envases ligeros	150106	Selección y reciclado	1,60	3,46	1,71
Materia orgánica vegetal	200108	Compostaje y/o biogás	11.785,88	11.055,16	11.662,10
Materia orgánica vegetal recuperada	-	Consumo humano	1.456,66	1.207,77	1.118,93
Poda	200201	Compostaje	23,93	16,66	20,70
Textil	200110	Reutilización y/o reciclado	2,76	1,92	2,31
<b>TOTAL</b>			<b>27.227,16</b>	<b>26.454,66</b>	<b>26.972,72</b>
% reciclaje			<b>77,27%</b>	<b>74,90%</b>	<b>76,44%</b>

#### Residuos industriales generados en Mercabarna, SA\* (2020)

El cierre del Matadero a finales de septiembre explica el descenso de los residuos industriales (4.815,77 toneladas), que tenderán a cero durante el año 2021. Hay que tener en cuenta que la depuradora daba servicio, principalmente, al Matadero y, en menor medida, al Mercado Central del Pescado. Anualmente, se presenta la declaración de residuos industriales a la Agencia de Residuos de Cataluña (ARC).

Lodos EDAR (estación depuradora de aguas residuales)	35,27%
Sangre	22,71%
Materiales específicos de riesgo	20,77%
Estiércol	17,39%
Tejidos animales	3,69%
Líquidos pastosos de limpieza	0,01%
Aceite hidráulico usado	0,01%

\*Porcentajes respecto al total de residuos industriales.

Valorización de los residuos industriales generados en Mercabarna, SA (en toneladas)					
Residuo	Código CER	Tipos de valorización	2020	2019	2018
Estiércol	020106	Compostaje	791,95	1.266,13	1.343,17
Lodos EDAR	020204	Compostaje	1.845,19	2.567,61	2.620,73
Aceite hidráulico usado	130205	Regeneración	0,81	0,56	1,22
Sangre (SANDACH)	020102	Compostaje	1.004,37	1.653,36	1.626,77
Tejidos animales (SANDACH)	020202	Harinas	269,915	268,72	257,93
Líquidos pastosos de limpieza	161001	Tratamiento fisicoquímico	1,78	11,20	0,30
MER	180202	Valorización energética	901,75	1.512,26	1.355,95
<b>TOTAL</b>			<b>4.815,77</b>	<b>7.279,84</b>	<b>7.204,85</b>

#### 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, madera, envases ligeros y fracción resto. Aparte de estos residuos, se generan otros que no son asimilables a urbanos y que están formados por fluorescentes, equipos electrónicos (RAEE) y tóneres. En 2020 debe destacarse la instalación de fuentes de agua en los centros de trabajo en sustitución de las botellas de plástico.

Valorización de los residuos generados en Mercabarna, SA (en toneladas)					
Residuo	Código CER	Tipo de valorización	2020	2019	2018
Fracción resto	200301	Selección y depósito controlado	2,46	3,65	3,33
Papel y cartón	200101	Reciclado	11,72	3,56	6,07
Envases ligeros	150106	Reciclado	0,06	0,80	0,53
Palés madera	150103	Reciclado	0	0,09	0,43
Materia orgánica	200108	Compostaje	0,04	0,38	0,04
Fluorescentes	200121	Reciclado	0,15	0,16	0,15
RAEE (equipos electrónicos)	200136	Recuperación componentes	0,35	0,49	0,22
Tóneres	80318	Reutilización y/o reciclado	0,29	0,00	0,09
<b>TOTAL</b>			<b>15,07</b>	<b>9,13</b>	<b>10,63</b>
% reciclaje			<b>83,69%</b>	<b>60,02%</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 en sus instalaciones de forma sostenible y para concienciar a sus empresas y usuarios.

Las empresas de la Unidad Alimentaria gestionan de forma privada el uso del agua. En cuanto a los vertidos, es la Administración competente quien regula las diferentes actividades, exige controles y medidas y supervisa el cumplimiento de la normativa vigente. Por su parte, Mercabarna, como gestora de la Unidad Alimentaria, se ocupa de la limpieza de los usos comunes de los pabellones de los mercados centrales y la vía pública y del mantenimiento de la red general de alcantarillado y de los espacios verdes con agua de red y de subsuelo. Además, se dispone de la autorización de vertido para estos usos en cada centro de trabajo.

En 2020 se consumió un 24,27% menos de agua de red a causa del cierre del Matadero en el último trimestre del año y de la disminución de la actividad en el recinto derivada de la pandemia. Sin embargo, se aprecia un incremento muy importante en los consumos asociados a los locales, que se explica por un escape y por el incremento de las desinfecciones específicas en el recinto. En este último punto, debe tenerse en cuenta que para llevar a cabo las limpiezas con agua clorada es necesario utilizar agua de red y no de origen freático.

Como actuaciones desarrolladas durante el año, destaca la instalación de atomizadores en todos los grifos de los edificios de Mercabarna para reducir el consumo de agua y la implementación de un sistema de alarmas para facilitar la localización de posibles escapes y excesos de consumo.

Consumo de agua de red para usos domésticos en sus instalaciones (m³)			
	2020	2019	2018
Matadero	124.651	168.138	176.798
Mercado Central de Frutas y Hortalizas	6.406	6.797	7.772
Depuradora	5.842	8.342	5.335
Mercado Central del Pescado	4.526	4.201	4.426
Punto Verde	3.303	4.320	4.842
Otros (Centro Directivo y riegos de zonas verdes)	1.184	2.213	2.760
Mercabarna-flor	3.220	4.219	3.267
Pabellones	1.444	1.468	1.671
Locales	575	62	84
Aula de Formación	129	161	150
Biomarket	116	-	-
<b>Total agua</b>	<b>151.396</b>	<b>199.921</b>	<b>207.105</b>

Mercabarna dispone de una depuradora de aguas residuales (EDAR) que disminuye la carga contaminante del agua procedente del Matadero que se vierte al colector público. El control del vertido final viene determinado por análisis periódicos, la elaboración cada cuatro años de la DUCA (Declaración del uso y la contaminación del agua) y la renovación cada cinco años de la autorización de vertido. Además, anualmente se presenta la declaración de emisiones PRTR, que incluye las emisiones al agua.

Consumo de agua en el Matadero (en m³/año)			
	2020	2019	2018
Agua de subsuelo	12.912	26.512	17.932
Agua tratada EDAR de salida que se depura	85.549	108.984	106.775

Lodos en el Matadero (en kg/m³)			
	2020	2019	2018
Lodos/agua tratada	1.834	2.389	2.477



Una parte importante del consumo de agua se debe a las limpiezas y desinfecciones realizadas.



## Eficiencia energética

Mercabarna trabaja para reducir el consumo de recursos, incrementar el uso de fuentes energéticas sostenibles y hacer frente al cambio climático. Periódicamente se analizan los consumos registrados para determinar si se han producido desviaciones y, en caso afirmativo, determinar su origen y sus causas. Las principales fuentes de energía que se consumen en el recinto son la electricidad, el gas natural y el gas licuado del petróleo (solo en Mercabarna-flor).

Cabe destacar que el 100% de la energía utilizada en la Unidad Alimentaria es verde, es decir que durante su producción no se generan emisiones de CO<sub>2</sub>.

En cuanto al consumo de electricidad, durante 2020 se ha producido un descenso del 9,97% respecto al pasado ejercicio. Detrás de esta disminución están los efectos del alumbrado led, que se acabó de instalar en el ejercicio anterior, y la disminución de la actividad en la Unidad Alimentaria derivada de la crisis sanitaria.

Electricidad	2020, kW	2019, kW	2018, kW
Mercado Central del Pescado	231.002	256.137	288.272
Mercado Central de Frutas y Hortalizas	598.853	562.997	610.206
Matadero	5.771.448	6.630.174	6.888.611
Pabellones	150.925	265.061	28.008
Parcelas	423.567	481.139	752.161
Locales	165.713	149.208	178.391
Otros	310.508	341.009	339.075
Punto Verde	194.611	210.738	210.073
Aula de Formación	52.887	4.769	5.364
Depuradora	631.805	644.123	675.043
Mercabarna-flor	1.089.888	1.098.646	1.091.014
Total electricidad	9.621.207	10.687.192	11.366.566

En 2020 se instalaron placas fotovoltaicas en el Biomarket y se diseñó un proyecto para la instalación de paneles fotovoltaicos en el Centro Directivo y en el edificio comercial a lo largo de 2021. Aun así, la energía consumida procedente de esta fuente se redujo a causa de una avería.

	2020, kWh	2019, kWh	2018, kWh
Placas fotovoltaicas	85.026	127.207	127.318

Instalación de placas fotovoltaicas en el mercado bio.



En cuanto al consumo de gas, se aprecia una reducción del 34,4%, principalmente por el parón de la actividad en el Matadero. También hay que tener en cuenta que los depósitos de GLP de Mercabarna-flor se computaron en 2019, a pesar de que su consumo se produjo en 2020.

Gas	2020	2019	2018
Matadero (kWh de gas natural)	4.315.325	6.617.770	6.115.790
Mercado Central del Pescado (kWh de gas natural)	91.410	89.574	81.813
Mercabarna-flor (kg de gas licuado del petróleo)	7.854	21.237	12.813
Total gas	4.414.589	6.728.581	6.210.416

## Mitigación del cambio climático

Los compromisos adoptados por Mercabarna respecto a su política ambiental mejoran las actividades propias para proteger el medio ambiente y facilitan al conjunto de empresas del recinto la aplicación de políticas empresariales cada vez más sostenibles. Uno de estos compromisos es la adopción de medidas de mitigación con el objetivo de minimizar el impacto sobre el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

- Contratación de vehículos de renting menos contaminantes. Esta medida ha supuesto un ahorro del 49,75% asociado a las emisiones de GEI derivadas del consumo de diésel entre 2015 y 2020.
- Instalación de cinco puntos de carga para vehículos eléctricos en el nuevo mercado bio, que se suman a los cuatro puntos instalados en el aparcamiento P2 de la calle Mayor.
- Apuesta por la energía de electricidad verde, que ha permitido reducir las emisiones asociadas al consumo eléctrico en un 100% entre 2015 y 2020.
- Control exhaustivo para evitar consumos innecesarios de electricidad, agua y gas y minimizar las emisiones derivadas de GEI.
- Mantenimientos específicos de todas las instalaciones para detectar y solucionar incidencias.
- Apuesta por la energía procedente de paneles fotovoltaicos, con instalaciones en Mercabarna-flor y en el Biomarket. Durante 2021 está previsto ejecutar una instalación fotovoltaica para abastecer a los servicios comunes del edificio de oficinas y el Centro Directivo.

Desde 2015 se calcula la huella de carbono según la metodología establecida por la Norma UNE EN ISO 14064 12012. Este cálculo ayuda a definir mejor los objetivos, políticas y medidas de reducción de emisiones. Durante 2020, la huella de carbono de Mercabarna, SA se ha reducido en un 76,97% respecto al 2015.

Emisiones de gases de efecto invernadero (tCO <sub>2</sub> ) 2020			
Alcance	2020	2019	2018
Alcance 1	1.087,68	1.349	1.076
Alcance 2	0	0	1.076
Total	1.087,68	1.349	2.152

Nota: el 100% de las emisiones totales generadas corresponden al alcance 1, es decir a emisiones directas de GEI derivadas del consumo de combustibles de fuentes fijas y móviles y de escapes de gases refrigerantes. Las emisiones indirectas de GEI del alcance 2 en 2019 y en 2020, correspondientes al consumo eléctrico de las instalaciones, son nulas debido a la compra de electricidad procedente de fuentes 100% renovables.

# 7

# Comprometidos con nuestro equipo

**El compromiso con la propia organización y con la prestación del servicio esencial ha sido primordial para gestionar las incertidumbres de este año inusual y complejo. El equipo humano de Mercabarna ha demostrado una gran capacidad de resiliencia y de aprendizaje, herramientas que han servido para superar los obstáculos y que serán clave para seguir creciendo y evolucionando.**



# El COVID-19 y la gestión del equipo humano

Mercabarna, SA, como empresa pública que desarrolla un servicio esencial, no ha tenido que acogerse a medidas de regulación de la ocupación como consecuencia de la crisis sanitaria. Sin embargo, el COVID-19 ha puesto a prueba la capacidad de reorganización y adaptación del equipo humano de Mercabarna, que respondió con flexibilidad, comprensión y compromiso con la empresa.

## Organización interna

A partir de la declaración del estado de alarma, se definió un plan de reorganización de la plantilla que garantizase, por un lado, la prestación del servicio esencial y, por otro, la reducción de riesgos para la salud de los trabajadores. En términos generales, durante la pandemia se priorizó el trabajo a distancia y la limitación de la movilidad.

En una primera fase, y coincidiendo con el periodo estricto de confinamiento domiciliario, se suspendió toda la actividad presencial no imprescindible, incluida la realización de reuniones y viajes. En este sentido, se estableció el teletrabajo para los departamentos que pudieran desarrollar el trabajo a distancia, a pesar de que se mantuvo la presencia en la oficina de una persona del equipo. En cambio, en departamentos que requerían presencialidad, como los de Vigilancia o Mantenimiento, se redujeron los turnos al 40%, con el resto de personal de guardia, y se crearon grupos de trabajo alternos. En el caso del Departamento de Medio Ambiente, se redujo la presencia de operarios tanto en el Punto Verde como en la depuradora.

En la segunda fase, que empezó a mediados del mes de mayo, se inició el proceso de desescalada, que significó la recuperación progresiva de la actividad presencial. En paralelo, se implementaron medidas para minimizar la interacción social y los riesgos de contagio, como el suministro continuo de equipos de protección individual (EPI), la instalación de mamparas, el incremento de la limpieza o la limitación de aforo en las salas. A esto debe sumarse la toma de temperatura diaria a todos los trabajadores, una medida que se ha mantenido en el tiempo.

A partir del 15 de octubre, coincidiendo con la segunda oleada de la pandemia y la entrada en vigor de nuevas restricciones sanitarias, se estableció un sistema de trabajo por grupos estancos que alternaba el trabajo presencial y a distancia.

Asimismo, cabe destacar que la pandemia ha acelerado la reflexión interna alrededor del teletrabajo y se ha creado una comisión específica formada por miembros del Comité de Empresa y la Dirección de Mercabarna.

## Bienestar y seguridad en el trabajo

Mercabarna dispone de un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, en el cual se aplican los requerimientos de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y el Estatuto de los Trabajadores. A raíz de la situación sanitaria de 2020, se puso de relieve el papel esencial de dicho sistema para garantizar la seguridad y el bienestar de la plantilla. En este sentido, se desarrolló un plan de contingencia ante el COVID-19, tanto en la Unidad Alimentaria (véase las páginas 30 y 31) como entre el equipo humano.

Además de las medidas aplicadas en relación con el teletrabajo y la reducción de la interacción social, se establecieron protocolos de actuación ante diferentes casuísticas (trabajadores positivos, con convivientes positivos o con convivientes que presentan síntomas compatibles con el COVID-19; contactos estrechos y personas vulnerables y/o sensibles).

En esta línea, también se evaluaron los riesgos de cada puesto de trabajo y se trabajó de forma colaborativa con el Comité de Seguridad y Salud, que integra a tres personas de la Dirección y otras tantas del Comité de Empresa. La función principal del Comité es velar por la implementación de políticas preventivas en la organización, así como participar en la elaboración y la puesta en práctica de planes y programas de promoción de la seguridad y salud en el trabajo y de prevención de accidentes y/o enfermedades profesionales. Durante el año 2020 se celebraron cuatro reuniones y se mantuvo un contacto estrecho para realizar un seguimiento de la gestión del COVID-19.

Asimismo, se adquirieron equipos de protección individual (mascarillas, guantes y pantallas faciales) y colectiva (mamparas, gel hidroalcohólico, señalización y cartelería), y se sometió a toda la plantilla a pruebas diagnósticas (PCR, pruebas serológicas y tests de antígenos). Estas pruebas se llevaron a cabo de forma más continuada al personal presencial y los trabajadores que se incorporaban después de ausencias prolongadas por vacaciones o bajas laborales.

La comunicación interna es una herramienta imprescindible en un momento en el que impera la distancia física forzosa. Por ello, a lo largo de 2020 se reforzaron los mensajes de la Dirección de Mercabarna, SA, que semanalmente destacaban el trabajo desarrollado por el equipo, informaban sobre las medidas de organización y compartían recomendaciones relacionadas con la prevención de riesgos laborales. De cara a 2021, también se prevé que se activen acciones para reforzar la cohesión de grupo y la gestión emocional de la plantilla.

# Para hacer frente al COVID-19, se adquirieron equipos de protección individual y colectiva, y se sometió a toda la plantilla a pruebas diagnósticas.

Además, a finales de año se realizó una encuesta sobre clima laboral para conocer la opinión de la plantilla en relación con aspectos como la gestión y la organización de la empresa, el liderazgo, la motivación y el desarrollo personal, entre otros. En 2021 se analizarán los resultados obtenidos y se llevarán a cabo acciones para dar respuesta a las necesidades de la plantilla y alinearla con los objetivos del Plan Estratégico.

Por último, cabe comentar que la pandemia forzó el cierre provisional del gimnasio y la suspensión de las actividades aeróbicas.

Incidencia del COVID-19 en la plantilla de Mercabarna		
	Número de bajas	Número de jornadas perdidas
Mujeres	4	21
Hombres	29	298

Accidentes laborales				
Lesiones por accidente laboral	2020	2019	2018	Variación 2020-2019 (%)
Número de defunciones resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0	0	-
Tasa de defunciones resultantes de una lesión por accidente laboral	0	0	0	-
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir defunciones)	0	0	0	-
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir defunciones)	0	0	0	-
Lesiones por accidente laboral registrable	7	2	4	+250%
Tasa de lesiones por accidente laboral registrable	0	0	0	-
Principales tipos de lesiones por accidente laboral (cualitativo)	En todos los casos las lesiones han sido contusiones y/o luxaciones			
Número de horas trabajadas	224.100	227.420	234.060	-1,46%



# El equipo Mercabarna

La crisis sanitaria ha reafirmado que la estructura de Mercabarna se adapta a las necesidades de la actividad, del mercado y del negocio. Se trata de una plantilla comprometida con la compañía a través de la contratación estable y de una baja rotación. En este sentido, de las 136 personas que trabajaban en la empresa en 2020, 125 lo hacían con un contrato indefinido. En cuanto a la tasa de rotación, fue del 6,2%.

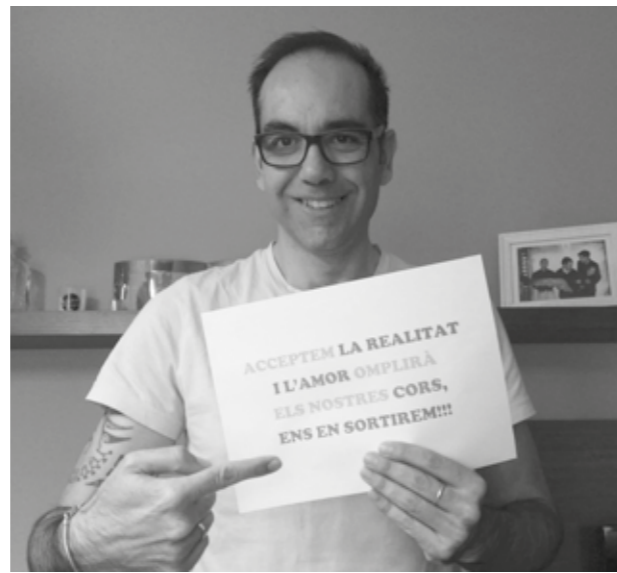
Número de trabajadores por género			
	2020	2019	2018
Mujeres	42	44	40
% mujeres	30,88%	31,88%	31,21%
Hombres	94	94	97
% hombres	69,12%	68,12%	68,79%
Total	136	138	141

Número total de trabajadores por género y distribución por tipo de contrato y de jornada (2020)			
Contratación	Mujeres	Hombres	Total
Indefinida	40	85	125
Temporal	2	9	11
Total	42	94	136

Jornada			
	Mujeres	Hombres	Total
Completa	40	93	133
Parcial	2	1	3
Total	42	94	136

**Plantilla de Mercabarna: 136**  
**Plantilla con contrato fijo: 125**  
**Plantilla con jornada completa: 133**  
**Tasa de rotación: 6,2%**



## Altas y bajas laborales por género y edad

Durante 2020 se incorporaron 7 personas a la plantilla de Mercabarna (5 mujeres y 2 hombres), de las cuales 2 eran mayores de 50 años. Por otro lado, 8 personas causaron bajo y 2 se jubilaron.

Altas laborales	2020	2019	2018
Según edad	7	9	9
Menores de 30 años	3	3	0
Entre 30 y 50 años	2	6	2
Mayores de 50 años	2	0	7

Según sexo	2020	2019	2018
Hombres	2	4	2
Mujeres	5	5	7

Tasa de altas laborales (%)	2020	2019	2018
-----------------------------	------	------	------

Según edad	2020	2019	2018
Menores de 30 años	2,21	2,19	0,00
Entre 30 y 50 años	1,47	4,38	1,42
Mayores de 50 años	1,47	0,00	4,96

Según sexo	2020	2019	2018
Hombres	3,68	2,92	1,42
Mujeres	1,47	3,65	4,96

Bajas laborales	2020	2019	2018
Según edad	10	13	10
Menores de 30 años	3	1	0
Entre 30 y 50 años	4	5	6
Mayores de 50 años	3	7	4

Según sexo	2020	2019	2018
Hombres	5	4	1
Mujeres	5	9	9

Tasa de bajas laborales (%)	2020	2019	2018
-----------------------------	------	------	------

Según edad	2020	2019	2018
Menores de 30 años	2,21	0,73	0,00
Entre 30 y 50 años	2,94	3,65	4,26
Mayores de 50 años	2,21	5,11	2,84

Según sexo	2020	2019	2018
Hombres	3,67	2,92	0,71
Mujeres	3,67	6,57	6,38

# Igualdad de género y de oportunidades y conciliación

Mercabarna dispone de un Plan de Igualdad que incluye las acciones y buenas prácticas de carácter transversal que garantizan la igualdad entre mujeres y hombres, el fomento de la conciliación laboral y la no discriminación. El órgano responsable de realizar el seguimiento de su implantación es la comisión de igualdad paritaria. Como principal novedad, en 2020 se adecuó el Plan a la nueva normativa vigente.

Asimismo, la organización dispone de un protocolo de actuación interna ante posibles situaciones de acoso desde 2013 que está publicado en la intranet de la empresa.

## Presencia de mujeres y hombres en puestos de decisión

En 2020 un 63,2% de las personas que forman parte del equipo directivo son mujeres. En cuanto al Consejo de Administración, el porcentaje femenino se sitúa en el 43,8%.

Distribución de los miembros del equipo directivo por género						
	2020		2019		2018	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Mujeres	12	63,2%	12	63,2%	12	63,2%
Hombres	7	36,8%	7	36,8%	7	36,8%

Distribución de los miembros del Consejo de Administración por género						
	2020		2019		2018	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Mujeres	7	43,8%	7	43,8%	7	43,8%
Hombres	9	56,3%	9	56,3%	9	56,3%

**El porcentaje de mujeres en el equipo directivo y en el Consejo de Administración es de 63,2% y 43,8%, respectivamente.**

Distribución de mujeres y hombres por categoría profesional						
	2020		2019		2018	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Personal directivo y responsables de área	18		18		19	
Mujeres	12	66,67%	12	66,67%	12	63,16%
Hombres	6	33,33%	6	33,33%	7	36,84%
Personal de mando	10		12		11	
Mujeres	1	10,00%	2	16,67%	0	0,00%
Hombres	9	90,00%	10	83,33%	11	100%
Personal técnico	36		36		36	
Mujeres	14	38,89%	17	47,22%	17	47,22%
Hombres	22	61,11%	19	52,78%	19	52,78%
Personal administrativo	13		14		16	
Mujeres	10	76,92%	10	71,43%	12	75,00%
Hombres	3	23,08%	4	28,57%	4	25,00%
Personal operativo	59		58		59	
Mujeres	5	8,47%	3	5,17%	3	5,08%
Hombres	54	91,53%	55	94,83%	56	94,92%

Distribución de la plantilla por categoría profesional y edad						
	2020		2019		2018	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Personal directivo y responsables de área	18		18		19	
<25	0	0%	0	0%	0	0%
25-35	0	0%	0	0%	0	0%
35-45	4	2,94%	4	2,90%	5	3,55%
45-55	4	2,94%	5	3,62%	6	4,26%
>55	10	7,35%	9	6,52%	8	5,67%
Personal de mando	10		12		11	
<25	0	0%	0	0%	0	0
25-35	0	0%	0	0%	0	0%
35-45	4	2,94%	4	2,90%	2	1,42%
45-55	3	2,21%	5	3,62%	5	3,55%
>55	3	2,21%	3	2,17%	4	2,84%
Personal técnico	36		36		36	
<25	0	0%	0	0%	0	0
25-35	4	2,94%	4	2,90%	4	2,84%
35-45	11	8,09%	14	10,14%	14	9,93%
45-55	12	8,82%	12	8,70%	11	7,80%
>55	9	6,62%	6	4,35%	7	4,96%
Personal administrativo	13		14		16	
<25	0	0%	0	0%	0	0
25-35	4	2,94%	3	2,17%	3	2,13%
35-45	5	3,68%	6	4,35%	7	4,96%
45-55	3	2,21%	3	2,17%	4	2,84%
>55	1	0,74%	2	1,45%	2	1,42%
Personal operativo	59		58		59	
<25	0	0%	0	0%	0	0
25-35	13	9,56%	12	8,70%	12	8,51%
35-45	11	8,09%	11	7,97%	11	7,80%
45-55	21	15,44%	21	15,22%	21	14,89%
>55	14	10,29%	14	10,14%	15	10,64%

**Mercabarna está dotada de un Plan de igualdad para garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, el fomento de la conciliación laboral y la no discriminación.**

## Media retributiva por género

En Mercabarna no existe brecha salarial entre hombres y mujeres, ya que la retribución se basa en la igualdad de oportunidades, las competencias de cada nivel y la competitividad del mercado laboral.

Media retributiva por niveles y género (en euros brutos/año)						
	2020		2019		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nivel 4	23.314,47	23.314,47	22.857,32	22.857,32	22.300,60	22.300,60
Nivel 5	24.219,94	24.219,94	23.745,04	23.745,04	23.164,62	23.164,62
Nivel 6	25.374,57	25.374,57	24.877,03	24.877,03	24.268,94	24.268,94
Nivel 7	27.716,12	27.716,12	27.172,66	27.172,66	26.508,46	26.508,46
Nivel 8	30.007,59	30.007,59	29.419,21	29.419,21	28.700,09	28.700,09
Nivel 9	33.053,26	33.053,26	32.405,15	32.405,15	31.613,05	31.613,05
Nivel 10	36.633,97	36.633,97	35.915,66	35.915,66	34.435,13	34.435,13
Nivel 13	42.260,12	42.260,12	41.431,49	41.431,49	40.420,97	40.420,97
Nivel 14	47.149,59	47.149,59	46.225,09	46.225,09	45.097,65	45.097,65
Nivel 15	56.670,56	56.670,56	55.559,38	55.559,38	54.204,27	54.204,27
Nivel 16	66.603,41	66.603,41	65.297,46	65.297,46	63.704,84	63.704,84
Nivel 17	79.083,42	79.083,42	77.532,76	77.532,76	75.641,72	75.641,72

## Conciliación

La gestión de la conciliación en el seno de las organizaciones ha sido uno de los grandes temas de 2020. El confinamiento domiciliario y el cierre de guarderías y centros educativos hasta mediados de junio afectó al encaje entre la vida personal, familiar y laboral de los trabajadores. La reapertura de las escuelas con el inicio del curso escolar 2020-2021 simplificó la organización familiar, pero conllevó otros imprevistos. Por ejemplo, se detectaron casos de trabajadores que debían quedarse en casa con sus hijos, ya que formaban parte de grupos burbuja confinados. Los trabajadores afectados tuvieron la opción de acogerse al teletrabajo, en caso de que el puesto de trabajo lo permitiera, o bien compensar las ausencias con las horas de permiso.

Además de las medidas de conciliación surgidas a raíz del COVID-19, el convenio de empresa prevé el permiso de maternidad de 17 semanas, una semana más de lo establecido por la legislación vigente. Asimismo, los trabajadores y trabajadoras disponen de 16 horas anuales retribuidas para acompañar a sus hijos menores de 18 años y a sus padres y suegros a las visitas médicas del pediatra o el especialista, entre otros permisos que superan los legalmente establecidos.

Permiso parental			
	2020	2019	2018
Personal que ha tenido derecho a permiso parental	29	29	30
Mujeres	16	16	16
Hombres	13	13	14
Personal que se ha acogido al permiso parental	3	3	1
Mujeres	1	1	0
Hombres	2	2	1
Tasa de vuelta al trabajo			
Mujeres	100%	100%	
Hombres	100%	100%	100%

## Las políticas de conciliación de Mercabarna, reconocidas con el Premio Carles Ferrer Salat de Foment del Treball.

Mercabarna también premia la natalidad con ayudas económicas por nacimientos, para la guardería (padres de hijos de 0 a 3 años) y para gastos escolares (padres de hijos de 3 a 18 años).

	Premio de natalidad	Cheque guardería	Ayuda escolar
2020	761,37 € 3 personas	2.610 € 2,6 personas	10.305,64 € 62 personas
2019	497 € 2 personas	3.060 € 5 personas	11.217,18 € 69 personas
2018	477,12 € 2 personas	3.030 € 7 personas	10.468,08 € 67 personas

En 2020 se reconocieron las políticas de la empresa en materia de conciliación. En el mes de junio Mercabarna recibió el premio a la conciliación de la vida familiar, laboral y personal, al fomento de la corresponsabilidad y la responsabilidad social que otorga anualmente la Fundación Alares, en la modalidad de mediana empresa. En diciembre, en el marco de los Premios Carles Ferrer Salat de Fomento del Trabajo, se recibió el galardón en la categoría de Igualdad por la defensa de valores como la inclusión, la igualdad de oportunidades y la lucha contra la desigualdad de género.



La presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín, recoge el Premio Carles Ferrer Salat.

## Formación y desarrollo profesional

El Plan de Formación de Mercabarna tiene como finalidad la mejora de las competencias de la plantilla y su desarrollo profesional para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización. Desde la organización de recursos humanos, se realizan seguimientos personalizados de las competencias de los trabajadores y se valora el cumplimiento de los objetivos personales derivados del Plan Estratégico. Estas evaluaciones de competencias permiten determinar el grado de cumplimiento de los objetivos vinculados al Plan Trienal y detectar las necesidades de formación de la plantilla.

En 2020 los trabajadores de Mercabarna realizaron 2.621 horas de formación, un 48% menos que en 2019. Este descenso se enmarca en un año complejo en cuanto a la gestión de la organización, puesto que hubo que redefinir prioridades y adaptarse a una situación extraordinaria. En cuanto a la tipología de formaciones, el 79,4% correspondieron a la mejora de la técnica en el puesto de trabajo, el 5,7% a planes de carrera, el 13,4% al aprendizaje de idiomas y el 1,5% a la prevención de riesgos laborales.

Para garantizar una formación de calidad, Mercabarna dispone de una comisión de formación paritaria, integrada por dos miembros del Comité de Empresa y otros dos de la Dirección, que se reunieron en dos ocasiones. La función de esta comisión es controlar el desarrollo del Plan de Formación, los resultados de las evaluaciones de satisfacción de los participantes y la transferencia al puesto de trabajo.

Media de horas de formación por empleado				
	2020	2019	2018	Variación 2020-2019 (%)
Según sexo				
Mujeres	9,25	14,3	20,07	-35,31 %
Hombres	10,02	22,42	22,8	-55,31 %
Según categoría profesional				
Personal directivo y responsables de área	2,97	4,62	5,49	-35,71 %
Personal de mando	2,23	2,79	6,28	-20,07 %
Personal técnico	5,90	14,26	9,06	-58,63 %
Personal administrativo	3,07	7,71	11,38	-60,18 %
Personal operativo	5,10	7,34	10,66	-30,52 %

# 8

# Comprometidos con la innovación

**La innovación es un elemento transversal presente en los proyectos que tienen como objetivo construir una Mercabarna más digital, competitiva y sostenible. El COVID-19, a pesar de no haber supuesto un punto de inflexión en este ámbito, sí ha acelerado los procesos de digitalización que mejoran la operativa del recinto y el servicio a los usuarios. En paralelo, se ha ofrecido apoyo a proyectos innovadores en el entorno empresarial del sector agroalimentario.**





## Puesta en marcha del marketplace logístico

En octubre de 2020 se lanzó el Digital Logistics Marketplace, una plataforma digital que conecta las necesidades de transporte de las empresas mayoristas y la oferta de las empresas logísticas.

Esta herramienta desarrollada por Mercabarna y T-Systems establece un sistema de grupaje que optimiza las rutas logísticas con origen y/o destino en el polígono alimentario. Con esta solución logística se asegura que los vehículos completan la carga gracias a la combinación de mercancías de varios clientes. Con todo ello, se fomenta el ahorro económico, la colaboración entre las firmas y la sostenibilidad ecológica, y en el caso de los operadores logísticos se abre una vía comercial adicional.

Antes de ponerlo en marcha, se realizó una prueba piloto con 7 empresas mayoristas y 6 logísticas que pudieron someter la aplicación a varios test de funcionamiento y sugerir nuevas funcionalidades para agilizar los procesos y ganar flexibilidad. El Digital Logistics Marketplace se encuentra en una fase inicial y se está trabajando para incorporar nuevas empresas que puedan beneficiarse de la plataforma.

Cómo funciona esta herramienta:

- 1) La empresa mayorista realiza una solicitud de transporte en la que informa sobre lo que necesita transportar, el destino y la fecha.
- 2) Las empresas logísticas publican sus ofertas, basadas en las rutas que siguen habitualmente.
- 3) Las empresas mayoristas y logísticas revisan las solicitudes y ofertas recibidas.
- 4) La empresa mayorista escoge la oferta que más le interesa.

**El marketplace logístico fomenta la sostenibilidad económica y medioambiental.**







Demostración de la prueba piloto "5G Anti Collision", un sistema que evita colisiones.



## La tecnología 5G, al servicio del recinto

En el ámbito de la innovación, la aplicación de la tecnología 5G presenta infinitas oportunidades de aplicación en el recinto para mejorar su funcionamiento. El primero de los proyectos desarrollados tuvo lugar en 2020, de la mano de la prueba piloto del "5G Anti Collision". Se trata de un sistema de alerta que permitiría mejorar la seguridad vial de la Unidad Alimentaria, un recinto donde la circulación media diaria es de 14.000 vehículos, la mayoría de los cuales son industriales (camiones, furgonetas y carretillas elevadoras).

El test consiste en el seguimiento de dos vehículos que siguen una trayectoria de colisión entre ellos y la emisión de una señal de alerta. Tanto la carretilla elevadora como la bicicleta están equipadas con un dispositivo OBU conectado a la red 5G que permite enviar y recibir mensajes de forma constante. También llevan un dispositivo HW, necesario para geolocalizar los vehículos con precisión a partir de la fusión de datos de posicionamiento proporcionados vía satélite, sistemas autónomos inerciales que miden la aceleración y la rotación del vehículo y medidas de distancia basadas en tecnología radio que aporta precisión adicional y fiabilidad en entornos desafiantes y complejos. Cuando el sistema detecta un peligro, emite una señal de aviso para evitar la colisión.

## Mercabarna es un banco de pruebas de la tecnología 5G, implementada en el recinto desde julio de 2019.

En la presentación del proyecto, el 3 de diciembre en Mercabarna, intervinieron Jordi Puigneró, consejero de Políticas Digitales y Administración Pública de la Generalitat de Cataluña; Montserrat Ballarín, presidenta de Mercabarna y regidora de Comercio, Mercados, Consumo, Régimen Interno y Hacienda del Ayuntamiento de Barcelona; Eduard Martín, director del Programa 5G de Mobile World Capital Barcelona y CEO de 5G Barcelona, y Víctor Vera, director territorial en Cataluña de Grandes Empresas de Orange. El acto también contó con la asistencia de representantes de Fundación Privada i2cat y CTTC, las empresas responsables de las tecnologías aplicadas en la prueba piloto.

Una vez desarrollado el proyecto "5G Anti Collision", se abordarán otros relacionados con áreas como la limpieza y desinfección del recinto.

# Premios a la innovación empresarial

En 2020 se convocó la cuarta edición de los premios Mercabarna Innova, que reconocen los esfuerzos innovadores de las empresas de la Unidad Alimentaria para potenciar su competitividad. A pesar de celebrarse en un contexto especialmente complicado, 11 empresas presentaron 14 proyectos innovadores, algunos de los cuales se desarrollaron a raíz de la crisis del COVID-19. A grandes rasgos, se presentaron innovaciones relacionadas con la apuesta por modelos de negocio más digitales, el desarrollo de nuevos productos y el impulso de procesos más sostenibles.

El jurado encargado de evaluarlos estuvo formado por profesionales de prestigio del sector agroalimentario, empresarial y del mundo de la investigación. En este caso, los integrantes fueron Toni Valls, director general de Alimentaria Exhibitions; Anna Gras, directora de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y de Biosistemas de Barcelona (EEABB-UPC); Miquel Martí, CEO de Barcelona Tech City; Josep Usall, director general del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA), y Carmel Mòdol, director general de Alimentación, Calidad e Industrias Agroalimentarias.

## Los proyectos ganadores

El primer premio fue para la empresa Gran Blau y su apuesta por trasladar al mundo digital la experiencia de comprar en una pescadería tradicional. Para ello, han puesto en marcha una aplicación para restauradores y una web para los consumidores finales, donde el comprador puede elegir cómo quiere que le preparen el pescado o qué tipo de envasado prefiere. Además, se facilita información de interés como por ejemplo beneficios nutricionales, consejos para cocinar y conservar los productos o recetas.



La firma Schara recibió el segundo premio gracias a la implementación de un innovador sistema de ahumado para sus salchichas. Esta técnica, denominada Clean Smoke o 'humo limpio', es más saludable y sostenible porque no deja restos de combustión en los productos, disminuye las emisiones de CO<sub>2</sub> y el consumo de agua y reduce el riesgo de incendio en las cámaras de ahumado.

El tercer premio fue ex aequo para dos empresas del recinto. Por un lado, Cultivar presentó su proyecto de digitalización de las actividades logísticas —recepción, preparación y expedición de los pedidos— y vinculación a tiempo real con la acción comercial. Gracias a la implantación gradual de este sistema, se ha conseguido localizar e identificar cada palé que entra en el almacén, digitalizar completamente la operativa y reducir los errores.

Por otro lado, se reconoció a la e-commerce B2B de Laumont, dirigida principalmente a restauradores. La empresa especializada en setas y trufas aprovechó el descenso de la actividad para ampliar los servicios a sus clientes y desarrollar este nuevo canal de venta.

**Los proyectos premiados apostaban por modelos de negocio más digitales, por el desarrollo de nuevos productos y por el impulso de procesos más sostenibles.**



De izquierda a derecha, Manel Finestres, de Cultivar; Núria Gustems, de Gran Blau; Jordi Valls, director general de Mercabarna; Sabine Schara y Anna Batlle, de Schara; y Fernando Serra, de Laumont.



**Se reconocieron proyectos innovadores que apuestan por la sostenibilidad, el impulso de la alimentación saludable y la promoción de los productos de proximidad.**

## Apoyo a las start-ups

Mercabarna y Barcelona Activa crearon el programa Innofood en 2018 para generar innovación y ocupación en el sector alimentario mediante el apoyo a empresas emergentes. Esta iniciativa pone el énfasis en la innovación y el emprendimiento aplicados a la sostenibilidad y a la resolución de los retos actuales en alimentación.

La segunda edición de Innofood tuvo lugar a lo largo de 2020 a pesar de las dificultades ocasionadas por la pandemia. En total, participó una docena de start-ups, que recibieron formación gerencial y sectorial, desarrollaron habilidades emprendedoras y tuvieron acceso a una red de contactos relevantes del sector.

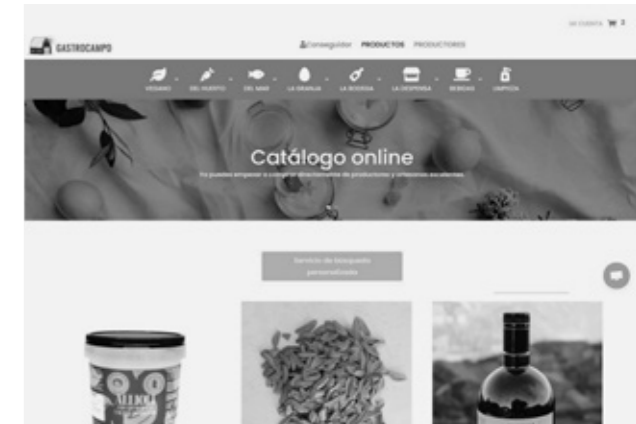
### Premio a las mejores start-ups

La start-up Voilà recibió el primer premio gracias a su nuevo concepto de cubiertos comestibles que sustituyen los de plástico desechable. Están fabricados con cereales, no contienen gluten ni lactosa y son para todos los públicos.

El segundo premio fue para Let's Cook, que mediante la suscripción a su web envían semanalmente los ingredientes para preparar la comida. Se trata de una iniciativa que ya está en funcionamiento y que a lo largo de este año ha experimentado un gran crecimiento.



Por último, Gastrocampo obtuvo el tercer premio por su app que favorece la comercialización directa de los pequeños y medianos productores en restaurantes, tiendas y caterings. El proyecto se encuentra hoy en fase de prueba piloto con algunos restaurantes y proveedores.



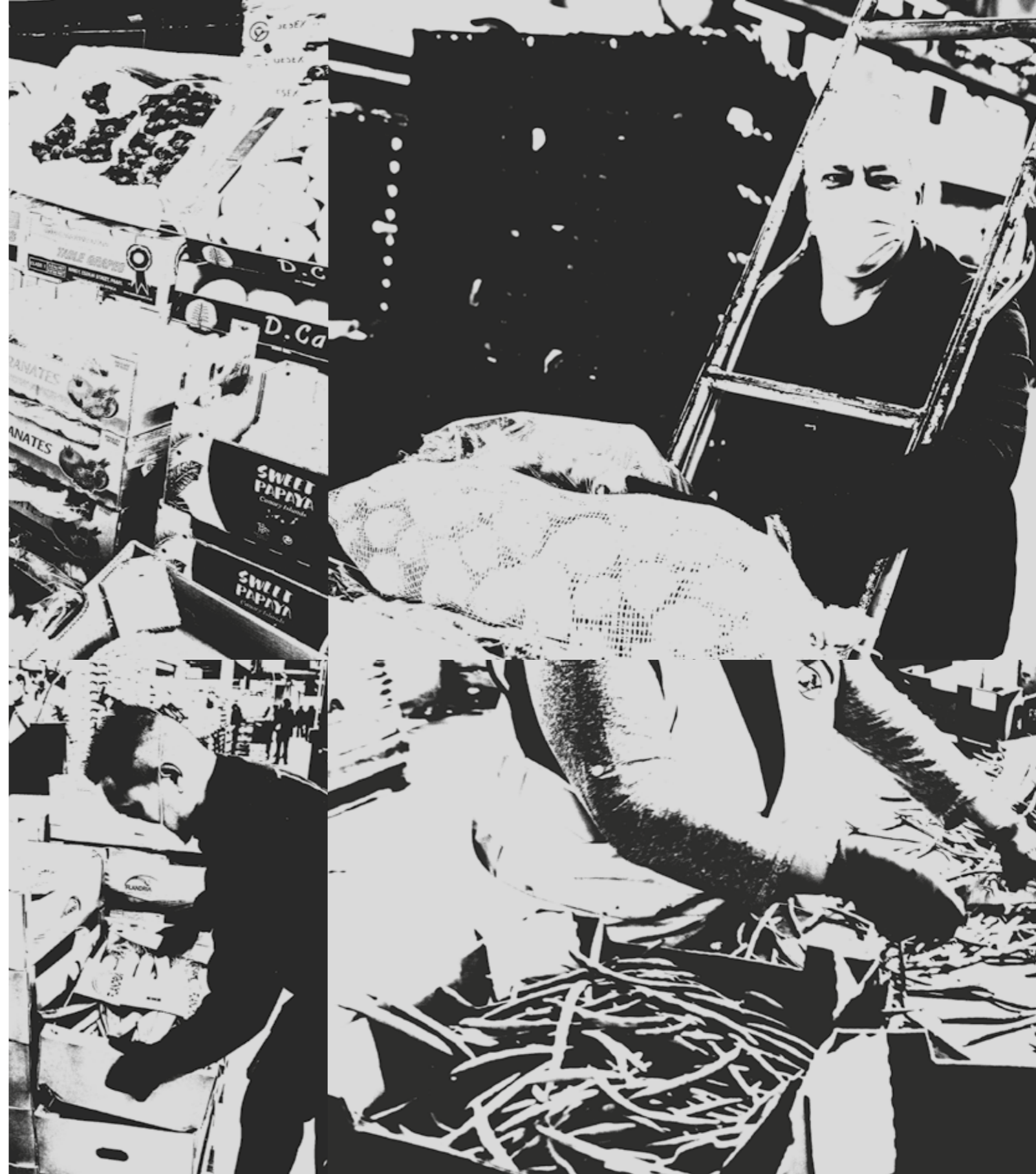
Los proyectos reconocidos, que recibieron una aportación económica de 12.000€, 6.000€ y 3.000€, respectivamente, dispondrán durante seis meses de un espacio de incubación en el Food Trade Center de Mercabarna para terminar la implantación de sus empresas.



# 9

# Comprometidos con el sector agroalimentario

**La alimentación es un sector esencial y estratégico para la economía que ha resistido con entereza los embates de la crisis. Dentro de este ecosistema, Mercabarna teje alianzas con instituciones, entidades y empresas relevantes que refuerzan su rol en el sistema agroalimentario y le ayudan a promover la profesionalización del sector a través de la formación, la contratación y la inserción laboral.**





# Alianzas y colaboraciones

La colaboración público-privada es uno de los rasgos distintivos del modelo de gestión de Mercabarna, en el que se establecen alianzas y colaboraciones con entidades diversas en acciones a favor del desarrollo del negocio y del entorno en términos de sostenibilidad. El objetivo es dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés, teniendo en cuenta el Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 (ODS 17), que prevé 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

Durante 2020 la colaboración de Mercabarna con los gremios ha sido decisiva para asegurar el funcionamiento ininterrumpido de la Unidad Alimentaria y garantizar la distribución de alimentos a la ciudadanía.

En paralelo, prosiguió la actividad de las comisiones mixtas de trabajo, donde se tratan aspectos relacionados con la gestión del recinto, tales como movilidad, obras, seguridad y salud laboral y telecomunicaciones.

Además, también se siguió colaborando a través de iniciativas diversas, como las campañas infantiles (“5 al día”, “Crece con el pescado” y “¡Flores y plantas, cada día!”) o la edición de los calendarios del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y de Mercabarna-flor.

Sin embargo, la situación sanitaria ha reducido el número de acciones de carácter presencial que han podido llevarse a cabo durante el ejercicio. Por ejemplo, no se pudieron realizar las clásicas degustaciones en los mercados municipales organizadas por la AGEM, como las catas populares de calçots, gazpachos y cremas de otoño. Aun así, la campaña de productos de temporada y de proximidad siguió divulgándose a través de los medios y las redes sociales.

En cuanto a las acciones en colaboración con la AEM, las restricciones obligaron a suspender las jornadas profesionales del sector floral. No obstante, Mercabarna-flor abrió el día que estaban previstas las Merca-demonstraciones para dinamizar las ventas de la campaña navideña ya que las restricciones por la situación sanitaria lo permitían.

El único acto presencial que pudo celebrarse fue la rueda de prensa de presentación de las previsiones de venta y tendencias gastronómicas de la Navidad. Este encuentro con los medios, organizado por ASSOCOME, el GMP, la AGEM y los mayoristas de carne y aves de corral con la colaboración de Mercabarna, tuvo lugar el 14 de diciembre.



## Colaboración con entidades

Mercabarna, SA, colabora también con otras organizaciones (universidades, entidades, empresas y organizaciones privadas, etc.) con el fin de conseguir mejoras para los grupos de interés.

A continuación, se exponen las organizaciones con las que se han firmado convenios y acuerdos:

- Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y de Biosistemas de Barcelona (EEABB) de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC).
- Escuela Superior 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).
- Escuela de Hostelería y Turismo de Barcelona (EHTB).
- Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC).
- Barcelona Activa.
- Instituto Municipal de Servicios Sociales de Barcelona.
- Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona.
- Gremio de Pescaderos de Cataluña.
- Gremi de Carnissers, Xarcuters i Aviram de Barcelona i Comarques.
- Gremi de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques.
- Gremio de Floristas de Cataluña.

- Acuerdo de colaboración con el Bullifoundation para el desarrollo del proyecto de la Bullipedia.
- Convenio de colaboración con la Fundación Barcelona Mobile World Capital Foundation, Fundación Privada i2cat, Internet e Innovación Digital en Cataluña, Orange Espagne, SAU, y el Centro Tecnológico de Telecomunicaciones de Cataluña para impulsar la implantación de la tecnología 5G dentro del recinto.
- Convenio de colaboración con el Consorcio de la Zona Franca para impulsar la visibilidad de la mujer en el ámbito industrial y laboral.
- 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.
- 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.
- Acuerdo de colaboración con el Museo de Granollers para apoyar la exposición itinerante “¿Qué comemos hoy?” y las actividades relacionadas.
- Acuerdo de colaboración con el Ayuntamiento de Barcelona y el Instituto de Mercados Municipales de Barcelona para cofinanciar el proyecto “Paradistes verds”, de impulso a la comercialización de producto de proximidad y ecológico.

También se ha establecido un consorcio transversal con Esade Creapolis, Eureca, Oxfam Intermón e Ideograma para el desarrollo del proyecto Mercabarna Gates de modernización del Hub Alimentario. Este proyecto se plantea a través de los ejes de resiliencia, digital, sostenibilidad y salud y seguridad alimentaria para impactar en todos los ámbitos propuestos en los fondos europeos Next Generation.

Mercabarna también apoya a entidades sociales que promueven valores compartidos en materia de responsabilidad social corporativa. Las colaboraciones solidarias realizadas durante 2020 se pueden consultar en la página 43.

## Pertenencia a organismos

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

- AECOC.
- Alimentaria (Comité Organizador).
- Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas “5 al día”.
- Barcelona-Cataluña Centro Logístico (BCL).
- Barcelona Regional.
- Comunidad de Usuarios de Aguas del Valle Bajo y del Delta del Río Llobregat (CUADLL).
- Comisión de Buenas Prácticas Comerciales del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (DARP) de la Generalitat de Cataluña.
- Consejo Catalán de la Alimentación del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (DARP) de la Generalitat de Cataluña.
- Consejo de Innovación Pedagógica del Ayuntamiento de Barcelona.
- Consejo Empresarial de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC).
- Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA)
- IESE Business School.
- Fundación Dieta Mediterránea.
- Unión Mundial de Mercados Mayoristas (World Union of Wholesale Markets).

## Adhesión y participación en iniciativas externas

Mercabarna, SA, participa activamente en iniciativas que guardan relación directa o indirecta con sus valores y objetivos estratégicos.

- Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas.
- Carta Alimentaria de la Región Metropolitana de Barcelona.
- Compromiso Ciudadano por la Sostenibilidad – Barcelona + Sostenible.
- Acuerdo Ciudadano por una Barcelona Inclusiva y Red por el Derecho a una Alimentación Adecuada del Ayuntamiento de Barcelona.
- Programa Ecowaste 4 Food (2017-2020) de la Unión Europea.
- Programa WaterProtect (2017-2020) de la Unión Europea.
- Decálogo “Alimentación sin desperdicios” de AECOC.
- Pacto de Estado contra la Violencia de Género.

## Formación especializada

Desde hace más de treinta años, los Servicios de Formación de Mercabarna imparten cursos del ámbito agroalimentario relacionados mayoritariamente con el tratamiento o la comercialización de producto fresco. Este servicio está homologado con la norma ISO9001:2015, imprescindible para ser centro colaborador del Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC).

En 2020 la pandemia condicionó la realización de los cursos, aunque en el último cuatrimestre se apreció una reactivación de la actividad. A grandes rasgos, se ha producido un descenso de la oferta formativa impartida y se ha optado por reducir la presencialidad de las formaciones a través de formatos híbridos o telemáticos. La Universidad de Verano de Mercabarna también ha sido una de las grandes damnificadas, al no permitir las recomendaciones sanitarias la celebración de la tercera edición en julio.

Con el parón de cualquier actividad no esencial, del 12 de marzo al 12 de junio se suspendieron los certificados de profesionalidad que ya se habían iniciado, y que forman parte del programa de formación de oferta en áreas prioritarias (FOAP) del SOC. Las restricciones también impidieron el inicio de los cursos a medida programados para empresas e instituciones.

Durante este periodo se mantuvo el contacto con los alumnos afectados para informarles de las novedades y se trabajó en el diseño de herramientas telemáticas que permitieran la continuidad de las formaciones. Finalmente, el 18 de mayo, y con la autorización del SOC, se reactivaron las formaciones suspendidas a través del aula virtual, gracias a la cual el alumnado pudo avanzar en los contenidos teóricos.



Para la reanudación de la actividad presencial, se estableció un plan de contingencia aprobado por los servicios de prevención de Mercabarna, que determinaba la creación de grupos burbuja, la habilitación de nuevos espacios y el uso prioritario del campus online y de las videoconferencias. A pesar de las dificultades, antes del periodo de vacaciones de verano pudieron concluirse todos los certificados de profesionalidad.

Aparte de la oferta formativa ordinaria, durante el periodo de confinamiento los Servicios de Formación organizaron 41 monográficos online y en abierto. El Ayuntamiento de Barcelona incluyó esta iniciativa entre las medidas de reactivación económica bajo el nombre "Barcelona nunca se detiene".

Balance 2020		
Tipo de curso	Número de cursos	Alumnos participantes
<b>Formación profesionalizadora</b>		
Certificados de profesionalidad	6	78
Cursos para entidades sociales y ayuntamientos	11	120
Formación abierta profesionalizadora	3	27
<b>Formación continuada</b>		
Formación a medida para empresas	26	599
Formación abierta	16	61
<b>Cápsulas formativas de orientación laboral</b>		
	2	22
<b>Píldoras formativas online</b>		
	41	1.577



**La modalidad híbrida o 100% online gana peso en la oferta formativa.**



## Cursos de formación profesionalizadora

Esta tipología de formación está orientada a la inserción laboral de personas desempleadas en el sector agroalimentario.

En primer lugar, están los cursos ocupacionales subvencionados por el SOC. Durante 2020 se realizaron 6 ediciones, en las que participaron 78 alumnos, que obtuvieron los certificados de profesionalidad de carnicería, pescadería, floristería, auxiliar de almacén y comercio.

Además, también se organizan formaciones con la colaboración de ayuntamientos, instituciones y entidades sociales cuyo objetivo es la incorporación en el mercado de trabajo de colectivos con dificultades. En 2020 se llevaron a cabo 11 formaciones con el apoyo de Barcelona Activa, Mercados Municipales, los ayuntamientos de Sant Feliu de Llobregat y El Prat del Llobregat, Cruz Roja y la Fundación Secretariado Gitano. En total, 120 personas realizaron cursos relacionados con oficios del sector de la alimentación (carnicería, charcutería, pescadería y comercio de productos ecológicos) y de gestión (auxiliares de almacén y carretilleros).

Dentro del programa de ayudas a la formación, Mercabarna subvencionó estos cursos con un descuento de 6.213,76 euros sobre el importe total.

Por último, se impartieron 3 cursos de pago, a los que asistieron 27 personas. Para colectivos vulnerables, Mercabarna prevé una reducción del 50% en el importe del curso, de la que se beneficiaron 17 personas. En total, se destinaron 5.908 euros en concepto de subvenciones.

**El sector agroalimentario es uno de los motores de la economía catalana y española, un posicionamiento que se traduce en una alta demanda de profesionales. En este sentido, la inserción laboral\* del alumnado de Mercabarna es la siguiente:**

- **Carnicería y pescadería: 77,78%**
- **Floristería: 63,4%**
- **Mozos de almacén y auxiliares de comercio de frutas y hortalizas: 63,4%**

\*Datos contrastados por el SOC con la afiliación a la Seguridad Social.

**Durante 2020 se donaron 2.509 kilos de carne, pescado y productos de charcutería al Banco de Alimentos, Formación y Trabajo, Fundación Áurea, Nutrición Sin Fronteras y Menjador Gregal.**

## Cursos de formación continuada

Mercabarna también diseña e imparte cursos a medida para empresas que quieren poner al día las competencias de sus trabajadores. Debido a la pandemia, este tipo de formaciones sufrió un descenso del 72% en comparación con el año pasado. En total, se realizaron 26 cursos, en los que participaron 599 trabajadores.

Asimismo, se impartieron 16 cursos de reciclaje profesional a 61 alumnos. Principalmente se trata de formaciones relacionadas con la higiene del manipulador de alimentos y la conducción de carretillas.

## Cápsulas formativas de orientación laboral

En 2020 solo pudieron realizarse dos de las seis cápsulas previstas, en las que participaron 22 alumnos procedentes del Instituto de Hostelería y Turismo de Barcelona y el Instituto Montserrat Roig de Sant Andreu de la Barca. Los talleres, de tres horas de duración, son una primera aproximación a los oficios de pescadería y carnicería, conocimientos que se amplían en los cursos de extensión de los Servicios de Formación.

## Píldoras formativas durante el confinamiento

Aparte de la oferta formativa ordinaria, a partir del mes de abril y hasta principios de junio se organizaron 41 píldoras formativas online y gratuitas, en las que participaron 1.577 personas. Estaban abiertas a la ciudadanía en general, pero durante el confinamiento contaron sobre todo con la participación de trabajadores y alumnos de las escuelas de formación agroalimentaria y las empresas de la gran distribución de alimentos y del pequeño comercio. Las píldoras con mayor seguimiento han sido “La temporalidad de las frutas y hortalizas”, “Diferencias entre el pescado blanco y el azul” y “Las piezas de ternera que cocinaban nuestras abuelas”. También hay que destacar el curso “Plan de limpieza y desinfección de los establecimientos”, que profundizaba en las nuevas normativas higiénico-sanitarias determinadas por la situación sanitaria.

# Fomento del empleo

## MercabarnaJobs

En 2020 se puso en marcha MercabarnaJobs, una plataforma online que impulsa y facilita la captación de talento a las empresas del polígono y los comercios minoristas agroalimentarios. Este proyecto refuerza el posicionamiento de Mercabarna como generadora de empleo de calidad.

El portal contribuye a centralizar las ofertas y demandas laborales y les da mayor visibilidad, ayudando a su vez a las empresas a agilizar y gestionar la incorporación de talento.

MercabarnaJobs va más allá del ecosistema de Mercabarna y se abre también al pequeño comercio del sector de la alimentación, que puede compartir aquí sus vacantes. En su primer año de funcionamiento, se han inscrito 2.526 candidatos y 90 empresas y se han publicado 93 ofertas de trabajo, 9 de las cuales se han cerrado con candidatos encontrados a través de MercabarnaJobs.

## Ampliación de las ayudas a la contratación

Desde hace siete años, Mercabarna concede subvenciones para impulsar la competitividad del tejido empresarial del polígono y, desde este ejercicio, también del comercio de proximidad. El objetivo de esta medida, fruto del acuerdo con los gremios minoristas, es apoyar al comercio de proximidad de Barcelona y su área metropolitana a través de la incorporación de personal cualificado.

Este programa, hasta ahora conocido como “Becas Mercabarna” y ahora rebautizado como “Mercabarna Impulsa”, favorece el empleo de colectivos con dificultades para incorporarse al mercado laboral, como las personas en situación de paro formadas en Mercabarna y jóvenes recién graduados.

Para optar a las ayudas, las tiendas de calle o los puestos de los mercados municipales deben estar adscritos a alguno de los gremios minoristas siguientes: Gremio Provincial de Detallistas de Frutas y Hortalizas de Barcelona; Gremio de Pescaderos de Cataluña; Gremio de Carnissers, Xarcuters i Aviram de Barcelona i Comarques; Gremio de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques, y Gremio de Floristas de Cataluña.



Firma del acuerdo con los representantes de los gremios detallistas.

El balance de 2020 es positivo, ya que se otorgaron todas las ayudas previstas. En total, 17 personas se incorporaron al mercado laboral, 5 de las cuales eran jóvenes titulados y 12, exalumnos de los Servicios de Formación. En cuanto a las 14 empresas beneficiadas, 9 están ubicadas en el polígono alimentario, 2 pertenecen al Gremio de Floristas de Cataluña, 2 al Gremio de Carniceros y 1 al Gremio de Pescaderos.

Número de ayudas concedidas	
2014	9
2015	19
2016	17
2017	28
2018	10
2019	10
2020	17

# Impulso de la actividad comercial

La participación en ferias del sector agroalimentario forma parte de la estrategia de Mercabarna para reforzar su posicionamiento nacional e internacional. No obstante, la situación sanitaria alteró el calendario y el formato habitual de los salones profesionales, que en muchos casos optaron por modalidades híbridas y virtuales.

En 2020 hay que destacar la cancelación de la feria Alimentaria, el salón bienal de alimentación y bebidas de Barcelona, cuya celebración se prevé para 2022. Para contrarrestar este impacto, se creó un nuevo salón, el FHG forum, un evento presencial y digital en el que se analizaron los retos de futuro del sector agroalimentario, la restauración, la hostelería, las colectividades y el turismo. Mercabarna, que también patrocinó esta iniciativa, dio a conocer el Biomarket a través de una presentación y de dos visitas guiadas para profesionales.

En cuanto a las ferias del sector hortofrutícola, Mercabarna estuvo presente en el salón Fruit Logistica de Berlín del mes de febrero, que pudo desarrollarse sin contratiempos. En este marco, se impulsó una misión comercial directa con potenciales compradores de países escandinavos, de Europa del Este y del área de influencia de la feria, como Alemania, Reino Unido e Irlanda. En total, participaron 9 empresas de Mercabarna y se organizaron más de 40 encuentros B2B.

A lo largo del mes de octubre, tuvo lugar Fruit Attraction, que debido a la COVID-19 tuvo que desarrollarse íntegramente en formato virtual bajo el nombre de Live Connect. Mediante una plataforma, la comunidad hortofrutícola nacional e internacional pudo establecer contacto para iniciar relaciones comerciales.

En ambas ferias, Mercabarna participó junto con la AGEM con el objetivo de ofrecer una solución de aprovisionamiento integral para los compradores de frutas y hortalizas de todo el mundo. Además, se destacó la amplia oferta de productos y servicios que ofrecen las firmas del recinto y el impulso de la comercialización de productos ecológicos gracias al Biomarket.

Para potenciar las exportaciones de las empresas de la Unidad Alimentaria, también se organizan misiones comerciales inversas, en las que posibles compradores internacionales conocen de primera mano el Mercado y su funcionamiento. En 2020 las restricciones derivadas de la pandemia han minimizado la acción comercial en este ámbito. En este sentido, en julio se realizó una misión comercial inversa virtual con posibles compradores de Europa y del norte de África, donde participaron 6 empresas de Mercabarna y se realizaron más de 25 reuniones B2B.



Presentación del Biomarket en el FHG forum.

# El comercio de proximidad también puede acceder a las ayudas a la contratación.



# 10

# Comprometidos con la gestión responsable

**La integridad y la transparencia definen el modelo de gestión de Mercabarna y la relación que mantiene con sus grupos de interés. Desde el punto de vista económico, la incorporación de criterios de sostenibilidad contribuye a la consolidación de su negocio y a la generación de valor para la sociedad, al tiempo que propone soluciones para los problemas sociales y medioambientales.**



# Estados financieros

El cierre del Matadero ha impactado en el ejercicio económico de Mercabarna, que en 2020 ha roto la tendencia positiva de los últimos años con un resultado neto al final del ejercicio de -6.880.553,25 euros. Sin embargo, gracias a la casi plena ocupación de la Unidad Alimentaria, el resultado neto de las operaciones continuadas se ha situado en los 5,2 millones de euros. Este importe permite, por un lado, garantizar una cifra adecuada de beneficios y, por el otro, seguir invirtiendo en el mantenimiento del recinto y el desarrollo de nuevos proyectos.

Asimismo, se estima que el COVID-19 ha tenido un impacto directo de 1,3 millones de euros en el ejercicio económico de la compañía, principalmente por el descenso de ingresos y el incremento de gastos relacionados con la gestión de la pandemia. También hay que destacar que para intentar paliar los efectos de la crisis, Mercabarna y el Ayuntamiento de Barcelona han apoyado económicamente las actividades más afectadas por las restricciones, como los sectores de flor y planta y HORECA.

Los ingresos ordinarios (22,5 millones de euros) se han situado un 3,45% por debajo de los del ejercicio anterior, en parte por la reducción de partidas importantes como los accesos al recinto (-7,9%). En cambio, en la partida de otros ingresos de explotación se ha producido un incremento del 22,52% en relación con 2019, principalmente por la repercusión de las obras de modernización de los Mercados Centrales de Frutas y Hortalizas y del Pescado.

En el caso de los gastos, hay que poner de relieve el refuerzo de las limpiezas en el recinto, la compra de materiales de protección y pruebas diagnósticas y el refuerzo en seguridad y vigilancia, entre otros.

El parón de la actividad no esencial durante los meses más duros de la pandemia también ha ralentizado el desarrollo de las inversiones previstas, que en muchos casos debieron paralizarse. En este sentido, en 2020 se han invertido alrededor de 4 millones de euros, un importe muy por debajo de lo presupuestado inicialmente.

## Inversiones para 2021

Para el próximo ejercicio se prevén inversiones valoradas en 12,67 millones de euros. Destacan las obras de modernización de los mercados centrales, la renovación del Punto Verde, la finalización del Centro de Aprovechamiento Alimentario, la compra de los compactadores inteligentes y el derribo del Matadero. Asimismo, se seguirán implementando proyectos de digitalización y modernización de los sistemas de gestión de Mercabarna.

	<b>Balance</b>	
Activo	2020	2019
<b>Activo no corriente</b>	<b>76.328.107,95</b>	<b>93.502.737,15</b>
Inmovilizado intangible	876.706,95	595.194,27
Aplicaciones informáticas	825.014,57	541.921,25
Otros inmovilizados intangibles	51.692,38	53.273,02
Inmovilizado material	73.534.953,60	91.295.056,39
Terrenos y construcciones	64.363.093,75	75.156.868,86
Instalaciones técnicas y otros inmovilizados	6.972.639,59	9.753.176,21
Inmovilizado en curso y anticipos	2.199.220,26	6.385.011,32
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo		
Instrumentos de patrimonio	90.151,82	90.151,82
Inversiones financieras a largo plazo	615.487,08	1.202.582,84
Créditos a terceros	599.469,23	1.186.659,98
Otros activos financieros	16.017,85	15.922,86
Activo por impuesto diferido	1.210.808,50	319.751,83
<b>Activo corriente</b>	<b>56.993.506,59</b>	<b>50.601.310,31</b>
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	6.134.185,95	3.745.280,18
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	3.730.331,04	2.592.553,95
Empresas clientes del grupo y asociadas	543.547,08	34.180,63
Deudores varios	6.719,19	75,56
Personal	29.463,69	40.996,45
Activos por impuesto corriente	1.824.124,95	1.065.850,24
Otros créditos con las administraciones públicas	-	11.623,35
Inversiones financieras a corto plazo	695.425,90	21.744.618,24
Créditos a empresas	91.042,63	159.083,52
Otros activos financieros	604.383,27	21.585.534,72
Periodificaciones a corto plazo	23.142,75	41.860,89
Efectivo y otros activos líquidos	50.140.751,99	25.069.551,00
<b>Total activo</b>	<b>133.321.614,54</b>	<b>144.104.047,46</b>

Patrimonio neto y pasivo	2020	2019
Patrimonio neto	100.624.340,28	110.532.040,17
Fondos propios	100.398.712,37	110.079.265,62
Capital escriturado	14.287.813,40	14.287.813,40
Reservas	93.092.749,93	88.403.486,00
Legales y estatutarias	2.857.620,23	2.857.620,23
Otras reservas	90.235.129,70	85.545.865,77
Acciones y participaciones en patrimonio propias	(-) 101.297,71	(-) 101.297,71
Resultado ejercicio	(-) 6.880.553,25	7.489.263,93
Subvenciones, donaciones y legados	225.627,91	452.774,55
Pasivo no corriente	19.366.624,59	16.211.959,79
Provisiones a largo plazo		
Otras provisiones	4.001.815,16	1.168.366,91
Pasivos por impuestos diferidos	23.740,20	80.572,45
Periodificaciones a largo plazo	15.341.069,23	14.963.020,43
Pasivo corriente	13.330.649,67	17.360.047,50
Otros pasivos financieros	3.701.447,57	3.537.488,18
Acreeedores comerciales y otras cuentas pendientes de pago	2.857.982,55	3.862.888,34
Acreeedores varios	1.844.417,09	2.706.656,28
Personal, remuneraciones pendientes de pago	333.806,00	576.025,47
Otras deudas con administraciones públicas	646.559,47	566.993,14
Anticipos de clientes	33.199,99	13.213,45
Periodificaciones a corto plazo	4.151.336,39	9.959.670,98
Total pasivo	133.321.614,54	140.043.976,56

Pérdidas y ganancias		
Cuenta de pérdidas y ganancias	2020	2019
Importe neto de la cifra de negocios	22.500.818,30	23.303.915,09
Prestación de servicios	22.500.818,30	23.303.915,09
Aprovisionamientos	-141.232,77	-208.720,63
Consumo de materias primas y otros consumibles	-	-
Trabajos realizados por otras empresas	-141.232,77	-208.720,63
Otros ingresos de explotación	13.576.374,06	11.080.536,33
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	13.298.127,34	10.794.611,47
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	278.246,72	285.924,86
Gastos de personal	-6.579.219,38	-6.862.080,84
Sueldos, salarios y similares	-4.559.637,91	-4.796.167,44
Cargas sociales	-2.019.581,47	-2.065.913,40
Otros gastos de explotación	-10.528.925,38	-11.043.261,78
Servicios exteriores	-8.547.081,29	-8.904.250,14
Tributos	-1.866.413,18	-2.154.266,80
Pérdidas por deterioro de las operaciones comerciales	-115.430,91	15.255,16
Amortización del inmovilizado	-13.591.342,24	-7.931.113,21
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	77.249,89	77.250,49
Deterioro y resultado de enajenaciones del inmovilizado	-4.444,74	634.851,42
Otros resultado extraordinario	0,00	-105.615,36
Resultado de explotación	5.309.277,74	8.945.761,51
Ingresos financieros	50.955,89	74.693,11
De terceros	50.955,89	74.693,11
Gastos financieros	-143.041,18	-199.649,98
Por deudas con terceros	-143.041,18	-199.649,98
Diferencias de cambio	-2,95	-1,65
Total resultado financiero	-92.088,24	-124.958,52
Resultado antes de impuestos	5.217.189,50	8.820.802,99
Impuesto sobre beneficios	-578.960,71	-1.033.952,34
Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas	4.638.228,79	7.786.850,65
Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas	-11.518.782,04	-297.586,72
Resultado del ejercicio	-6.880.553,25	7.489.263,93

Estados financieros auditados, con resultado favorable, por la firma Gabinete Técnico de Auditoría y Consultoría, SA.

Resultado del ejercicio 2020	
Resultado neto del ejercicio	-6.880.553,25€
Dividendos	1.214.464,14€
Reserva voluntaria	-

#### Ingresos y gastos de explotación

Ingresos de explotación	
ZAC, pabellones y locales	30,22%
Mercados centrales	42,94%
Otros	5,40%
Matadero	10,65%
Accesos	9,01%
Mercabarna-flor	1,70%
Biomarket	0,08%

Gastos de explotación	
Servicios externos	26,44%
Personal	17,15%
Amortizaciones, bajas	52,33%
Aprovisionamientos	4,53%
Tributos	4,91%

#### 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.

Resultado negativo del ejercicio	-16,89%
Amortizaciones, bajas...	52,26%
Tributos y otros impuestos	2,72%
Gastos financieros	0,35%
Gastos de explotación	44,43%
Gastos salariales	17,13%

Valor económico directo generado: 40.744.014,08 €

#### 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 67,7% de los proveedores han sido de la provincia de Barcelona y han supuesto un 73,3% sobre el volumen total de compras realizadas.

Además de los impactos económicos directos derivados de su actividad, también genera impactos indirectos que contribuyen al desarrollo económico y social.

Si nos centramos en las actuaciones específicas llevadas a cabo en 2020, las inversiones realizadas han tenido diferentes repercusiones:

Instalación	Inversión	Impacto
Modernización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas	1.072.341 €	Ambiental
Modernización del Mercado Central del Pescado	480.676 €	Ambiental
Centro de Aprovechamiento Alimentario	646.475 €	Ambiental Social
Prueba piloto de los contenedores inteligentes en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas	64.243 €	Ambiental
Biomarket	992.626 €	Económico Social Ambiental

Programa	Inversión	Impacto
Ayudas a la contratación	70.676 €	Social: inserción laboral Económico: competitividad de las empresass
Ayudas a la formación	6.213,76 €	Social: formación e inserción laboral
Colaboraciones con entidades	55.322 €	Social: hábitos saludables

## El 67,7% de los proveedores son de la provincia de Barcelona.

## Ética empresarial y cumplimiento

Mercabarna es una organización empresarial que desarrolla su actividad sobre la base de criterios de ética y transparencia que garantizan el cumplimiento de la legislación vigente que le es de aplicación, y la toma de decisiones se realiza partiendo de criterios de honestidad y velando por la prevención de conflictos de interés.

Estos criterios guían la actividad de la empresa y están recogidos en el Código Ético y de Conducta, y la forma en que deben aplicarse está prevista en los procesos y procedimientos incluidos en el sistema de gestión de Mercabarna.

El Código Ético y de Conducta define los principios básicos de actuación en que debe basarse la toma de decisiones por los órganos de gobierno y las pautas de conducta de empleados y personal vinculado a la organización. La aplicación de este Código 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.

En aplicación de los principios y criterios del Código, Mercabarna ha elaborado la Política de la empresa e implementado regulaciones internas en diferentes ámbitos, como el sistema de prevención de riesgos penales, el Plan de Igualdad, el Plan contra el Acoso, el Protocolo de aceptación de regalos, la Norma de uso de sistemas de información y los sistemas de gestión de certificados de formación y de recogida de residuos sólidos urbanos.

## Mercabarna es la primera Unidad Alimentaria de España que obtiene la certificación del sistema de compliance penal.

Para facilitar el conocimiento de esta normativa interna, 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 información. Además, 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 sobre la normativa interna principal.

En estas acciones formativas se informa sobre la existencia y el 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 2020 no se presentó ninguna denuncia.

En cuanto al sistema de prevención de riesgos penales, en el mes de enero de 2020 se formalizó la obtención de la certificación según el estándar normativo UNE 19601. La certificación corrió a cargo de AENOR, que en diciembre de 2019 llevó a cabo una auditoría del sistema de compliance penal de la empresa y constató que se ajusta a los requisitos de la norma UNE 19601. De este modo, Mercabarna se ha convertido en la primera entidad gestora de mercados centrales de abastecimiento del Estado que obtiene la certificación de este sistema.

La norma UNE 19601 establece las características que debe tener un sistema de compliance penal para poder cumplir con el artículo 31 bis del Código Penal y, por tanto, para evitar o reducir la responsabilidad penal de la empresa en relación con los delitos que puedan cometer sus representantes y/o trabajadores en el ejercicio de su actividad y en beneficio directo o indirecto de la misma.

Con el certificado de su sistema de compliance penal, del cual se hará un seguimiento anual, Mercabarna refuerza su compromiso con el cumplimiento de la legalidad, y también con la integridad y objetividad en la actuación de la empresa, que son los dos primeros criterios de conducta incluidos en su Código Ético. Asimismo, la empresa garantiza a las partes interesadas que fomenta una cultura de cumplimiento dentro de la organización, que dispone de mecanismos sólidos y efectivos para prevenir los riesgos penales asociados a su actividad y que los está aplicando.



## Gestión de riesgos y oportunidades

La organización dispone de un documento de análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), que es revisado por la Dirección cada tres años, para la elaboración del Plan Estratégico trienal, como se ha hecho para la elaboración del Plan correspondiente a los años 2020 a 2022. En este documento se incluye la detección de los riesgos vinculados a la actividad de la empresa, y por cada riesgo se identifican las áreas afectadas y se describe el tipo de impactos y el plazo para su materialización. Asimismo, se emite una previsión de medidas para hacer frente a dichos riesgos. La gestión de estos riesgos se realiza a través de la ejecución del Plan Estratégico, del que derivan los objetivos anuales de la organización y los planes de acción de los departamentos para su cumplimiento.

En cuanto a los sistemas certificados, en el caso del sistema de compliance, el análisis de riesgos efectuado inicialmente ha sido revisado e incluido en el Programa de prevención de delitos en el proceso de adaptación del sistema a los requisitos del estándar UNE 19601. En la revisión del sistema por parte de la Dirección y del órgano de gobierno, se valora si se han producido cambios que requieran una nueva evaluación de riesgos o si esta es necesaria en función de los resultados de la aplicación de las medidas de prevención que prevé el sistema. En relación con los sistemas certificados a partir de las ISO9001 y 14001 (formación y recogida y gestión de residuos), existe un procedimiento aprobado para la gestión de riesgos y, en relación con la revisión anual por la Dirección, se determina si es necesario efectuar una nueva evaluación de riesgos como consecuencia del resultado de la revisión. En cualquier caso, en el sistema se incluye un DAFO en el que se fundamenta el análisis de riesgos, y su revisión se contempla, como mínimo, cada tres años.

## Los Servicios de Formación y el sistema de recogida y gestión de residuos están certificados con las ISO 9001 y 14001.

En cuanto a la actividad de matanza del Matadero, que finalizó el 30 de septiembre de 2020, se disponía de un APPCC (análisis de peligros y puntos de control crítico) sometido al control diario de un equipo veterinario de la Agencia de Salud Pública de Barcelona. Dentro del sistema de gestión certificado con la ISO 14001, el Departamento de Medio Ambiente dispone de procedimientos para el control de plagas, para situaciones de emergencia y para el control operacional.

En relación con el Decreto de Alcaldía del Ayuntamiento de Barcelona S1/D/2017-1271, de promoción de una contratación pública más sostenible, con un mayor retorno social y respetuosa con los derechos laborales, se han aplicado medidas de contratación en 26 de los 30 procedimientos de licitación de 2020. También se han incluido medidas de contratación pública de carácter medioambiental en nueve procedimientos.

## Análisis de materialidad

Con el objetivo de identificar los temas en materia de sostenibilidad económica, social y ambiental más relevantes para nuestros grupos de interés, Mercabarna lleva a cabo un proceso de materialidad, vigente desde 2017, porque no se han producido cambios significativos en el enfoque de gestión de la organización.

Este análisis se llevó a cabo mediante un proceso participativo en el que tomaron parte tanto la organización como nuestros grupos de interés (asociaciones gremiales, trabajadores, proveedores, escuelas, fundaciones y ONG, y entidades profesionales vinculadas al sector de la alimentación).

Los temas más relevantes se recogen en la siguiente matriz de materialidad, que determina la estrategia de la organización en materia de sostenibilidad.

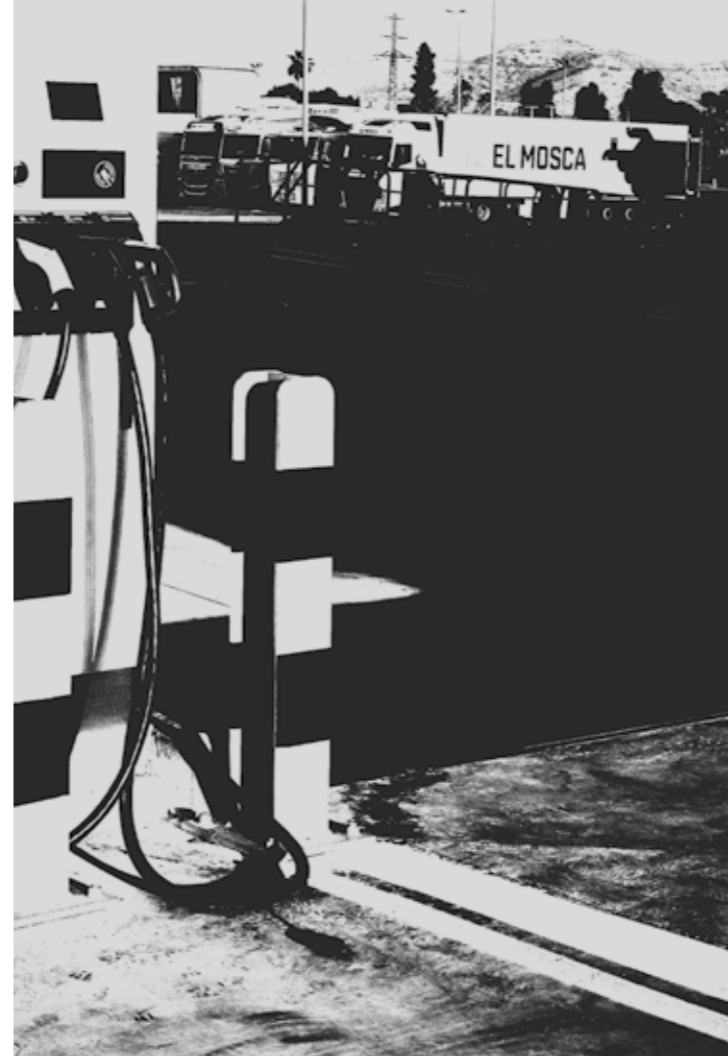
Aspectos:

1. Economía    2. Medio ambiente    3. Clientes y responsabilidad de producto    4. Prácticas laborales    5. Sociedad    6. Derechos humanos

Relevancia para los grupos de interés	Alta	2. *Emisiones 3. *Productos de proximidad 4. *Empleo	1. *Impactos económicos indirectos	1. *Prácticas de adquisición 2. *Packaging 3. *Seguridad alimentaria 3. *Salud y seguridad de los clientes
	Media	2. Biodiversidad 5. *Comunidades locales 5. Bienestar animal	2. *Energía 4. *Formación y desarrollo 3. *Alimentación sana y asequible	6. *No discriminación
	Baja	1. *Desempeño económico 2. Materiales 2. *Efluentes y residuos 4. Relaciones trabajador-empresa 5. Política pública 3. Marketing y etiquetado 6. Acceso a las instalaciones y servicios 4. Retribución igualitaria	2. *Agua 5. Evaluación social de los proveedores 6. Libertad de asociación y negociación colectiva	2. *Evaluación ambiental de proveedores 4. *Salud y seguridad en el trabajo 4. *Diversidad e igualdad de oportunidades
		Baja	Media	Alta
Relevancia según la empresa de los impactos de Mercabarna sobre la sostenibilidad				

\* Temas materiales.

# 11 Índice de contenidos GRI



# Alcance y cobertura

La Memoria de sostenibilidad 2020 de Mercabarna corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020. 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).

## Lista de aspectos materiales y cobertura

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 continuada. 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.

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 repercute 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).

(\*) 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).

## Índice de contenido GRI

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

### Fundamentos y contenidos generales básicos

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones
GRI 102: Contenidos básicos generales 2016		
Perfil de la organización		
102-1 Nombre de la organización	Mercabarna, SA	
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	12, 33, 80-83	
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 a Barcelona.	
102-5 Propiedad y forma jurídica	14 Sociedad anónima de capital público	
102-6 Mercados servidos	12	

102-7 Dimensión de la organización	60 Número de operaciones: 39.120	
	Productos y/o servicios	
	Servicios inmobiliarios	74,9% 30.497.742 €
	Servicios de matadero	10,6% 4.331.887 €
	Servicios de formación	0,9% 379.783 €
	Servicios de medioambiente y gestión de residuos	1,5% 624.273 €
	Accesos y peajes	9,0% 3.667.772 €
	Otros	3,0% 1.242.558 €
	Total	40.744.014 €
102-8 Información	60	
102-9 Cadena de suministro	92, 94	
102-10 Cambios significativos en la organización y la cadena de suministro	9, 26	
102-11 Principio o enfoque de precaución	48, 93-94	
102-12 Iniciativas externas	79	
102-13 Participación en asociaciones	78-79	
Estrategia		
102-14 Declaración del máximo responsable de la organización	8-9	
Ética e integridad		
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	13, 93	
Gobierno		
102-18 Estructura de gobierno	14, 15	
Participación de los grupos de interés		
102-40 Listado de grupos de interés	95	
102-41 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	El 87% de los empleados están cubiertos por convenios colectivos.	
102-42 Identificación	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).	



102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	95		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Grupos de interés	Principales canales de comunicación y diálogo	Principales cuestiones identificadas*
	Asociaciones gremiales	Web, redes sociales, newsletter, reuniones y cartelería y e-mail	Priorización de proveedores locales, reducción de las emisiones generadas en la atmósfera, creación de puestos de trabajo y fomento del empleo, gestión del despilfarro alimentario, supervisión de la salud y seguridad de los clientes
	Trabajadores	Web de Mercabarna, intranet, reuniones, cartelería y e-mail	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
	Proveedores	Web, reuniones, e-mail y redes sociales	Priorización de proveedores locales, optimización del consumo de agua, creación de puestos de trabajo y fomento del empleo, gestión del despilfarro alimentario, supervisión de la salud y seguridad de los clientes
	Escuelas	Web de "5 al día", redes sociales, reuniones y e-mail	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
	Fundaciones y ONG	Web de Mercabarna, redes sociales, reuniones y e-mail	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
	Entidades profesionales vinculadas al sector alimentario	Web, redes sociales, reuniones y e-mail	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
	* A lo largo del informe se ofrece información sobre cómo la organización ha respondido a estos temas y preocupaciones clave.		
Prácticas para la elaboración de informes			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	98		

102-46 Definición	95, 98-100	
102-47 Lista de temas materiales	95	
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 Periodo objeto del informe	2020	
102-51 Fecha del último informe	2019	
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual	
102-53 Punto de contacto para cuestiones relacionadas con el informe	98	
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	100-108	
102-56 Verificación externa	La memoria de sostenibilidad no se ha sometido a verificación externa.	

#### Temas materiales

Estándares GRI	Página/respuesta directa	Omisiones
GRI 200: Temas económicos		
GRI 201: Desempeño económico 2016		
103-1 Explicación y cobertura del tema material	98	
103-2 Enfoque de gestión y componentes	88	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	88	
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	92	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016		
103-1 Explicación y cobertura del tema material	98	
103-2 Enfoque de gestión y componentes	28, 68-75, 80-85, 92	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	28, 68-75, 80-85, 92	

203-2	Impactos económicos indirectos significativos	28, 68-75, 80-85, 92	
<b>GRI 204: Prácticas de adquisición 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	98	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	92, 94	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	92, 94	
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	92	
<b>GRI 300: Temas ambientales</b>			
<b>GRI 302: Energía 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	99	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	54	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	54-55	
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	54-55	
<b>GRI 303: Agua 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	98	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	52	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52	
303-1	Extracción de agua por fuente	52	
<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	99	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	55	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	55	
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	55	

305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	55	
<b>GRI 306: Efluentes y residuos 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	99	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	49	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	49	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	50-51	
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	98	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	94	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	94	
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Información no disponible	
<b>NO GRI: Embalajes</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	99	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	48-49	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	48-49	
<b>GRI 400: Temas sociales</b>			
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>			
103-1	Explicación y cobertura del tema material	99	
103-2	Enfoque de gestión y componentes	60	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	60	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	61	

401-3	64	
Permiso parental		
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>		
103-1	99	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	58-59	
Enfoque de gestión y componentes		
103-3	58-59	
Evaluación del enfoque de gestión		
403-1	58	
Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		
403-2	58	
Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		
403-3	58	
Servicios de salud en el trabajo		
403-4	58	
Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		
403-5	58	
Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		
403-6	59	
Fomento de la salud de los trabajadores		
403-7	30-31, 58	
Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		
403-9	59	
Lesiones por accidente laboral		
<b>GRI 404: Formación y educación 2016</b>		
103-1	99	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	65	
Enfoque de gestión y componentes		
103-3	65	
Evaluación del enfoque de gestión		
404-1	65	
Media de horas de formación al año por empleado		

404-2	65	
Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>		
103-1	99	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	62-65	
Enfoque de gestión y componentes		
103-3	62-65	
Evaluación del enfoque de gestión		
405-1	62-63	
Diversidad en órganos de gobierno y empleados		
<b>GRI 406: No discriminación 2016</b>		
103-1	99	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	62, 64-65	
Enfoque de gestión y componentes		
103-3	62, 64-65	
Evaluación del enfoque de gestión		
406-1	No se ha producido ningún caso de discriminación	
Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		
<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>		
103-1	99	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	34-43	
Enfoque de gestión y componentes		
103-3	34-43	
Evaluación del enfoque de gestión		
413-1	34-43	
Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016</b>		
103-1	100	
Explicación y cobertura del tema material		
103-2	30-31	
Enfoque de gestión y componentes		

# Tabla del Pacto Mundial

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

	Páginas o respuesta directa	Estándares GRI
Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Todas nuestras políticas empresariales están diseñadas con estricta observancia de los estándares internacionales en materia de derechos humanos y prácticas laborales ratificados por España. 34-39, 62, 93	Categoría social
Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	Todas nuestras políticas empresariales están diseñadas con estricta observancia de los estándares internacionales en materia de derechos humanos y prácticas laborales ratificados por España. 93	Categoría social
Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	101	Categoría social
Principio 4: 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
Principio 5: 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
Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	62	Categoría social
Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	48	Categoría medioambiental
Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	48-45	Categoría medioambiental
Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	48-45	Categoría medioambiental
Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	93-94	Categoría económica

103-3 Evaluación del enfoque de gestión	30-31	
416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías 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 y cobertura del tema material	100	
103-2 Enfoque de gestión y componentes	28, 36-41	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	28, 36-41	
<b>NO GRI: Seguridad alimentaria</b>		
103-1 Explicación y cobertura del tema material	100	
103-2 Enfoque de gestión y componentes	30-31, 36-39	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	30-31, 36-39	
<b>NO GRI: Productos de proximidad</b>		
103-1 Explicación y cobertura del tema material	100	
103-2 Enfoque de gestión y componentes	23-25, 74	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23-25, 74	





Edita  
Mercados de Abastecimientos de Barcelona, SA  
Major de Mercabarna, 76  
Centro Directivo, 5.ª planta  
08040 Barcelona  
T. 935 563 000  
www.mercabarna.es  
mb@mercabarna.cat

Textos  
Mercabarna

Fotografías  
Toni Bofill  
Pere Cots  
Rubén Cruz  
Toni Galitó

Concepto y diseño  
Atipus  
atipus.com

Impresión  
Novatesa gràfiques

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

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

Depósito legal: B 12231-2020

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

**Desde Mercabarna no nos cansaremos de agradecer el trabajo, la entrega y la valentía de todos y todas quienes hicieron posible que todo continuara en marcha. Porque fuisteis y sois esenciales.**

# Memorias 2020



**Mercabarna**  
**Memoria de sostenibilidad 2020**

04  
Introducción

06  
Noticias

10  
Comunicado

12  
RAMON BANACH  
Un ping-pong en el  
comedor de casa

18  
MAGDA FERRÉS  
Una mascarilla emocional para  
enfrentarse a los miedos

24  
Editorial

34  
NATALIA GARCÍA  
Un coche para desconectar  
antes de llegar a casa

40  
PABLO EGEA  
Los pequeños momentos  
extraordinarios de cada día

46  
Index pandemia

52  
MÍRIAM PÉREZ  
La NASA dentro de casa

60  
ROSÓ AMAT  
Las flores que se mueven  
y dan alegría

68  
Cápsula del tiempo



Cuando empezó la pandemia tuvieron que sobreponerse a la incertidumbre y a los miedos para seguir haciendo cada día su trabajo durante el confinamiento. Todas y cada una de las personas que hacen Mercabarna fueron esenciales para que nada se detuviera, para que todo el mundo tuviera en su hogar todo lo necesario. En estas páginas recogemos las memorias de aquellos días a través de sus recuerdos, sus experiencias y su sentir. Este es un homenaje al corazón, a la valentía y al empuje de todas ellas.

\* Todo el contenido de esta memoria ha sido pensado y creado para no poner en riesgo la salud de nadie, adoptando todas las medidas de seguridad, como el intercambio de información digital o las conversaciones a través de videoconferencia.



18 de enero de 2020  
Fuente: *El País*

La OMS vigila el avance del nuevo virus que desde China ya ha cruzado dos fronteras

21 de enero de 2020  
Fuente: *La Vanguardia*

Sanidad asegura que el riesgo de que el coronavirus chino llegue a España es “muy bajo”

25 de enero de 2020  
Fuente: *El Punt Avui*

China decreta la mayor cuarentena de la historia. Las personas confinadas por el virus ya superan los 40 millones

27 de enero de 2020  
Fuente: *La Razón*

El coronavirus dispara la venta de mascarillas en las farmacias españolas

31 de enero de 2020  
Fuente: *El Periódico de Catalunya*

Emergencia global para frenar el virus de China

1 de febrero de 2020  
Fuente: *ABC*

Fernando Simón informa de la particularidad del evento que ha producido el primer positivo por coronavirus en España

8 de febrero de 2020  
Fuente: *ABC*

Casi 240 contagiados por el coronavirus, en 24 países fuera de China

11 de febrero de 2020  
Fuente: *El Punt Avui*

El coronavirus ya tiene nombre: Covid-19

15 de febrero de 2020  
Fuente: *El Punt Avui*

# Más de 1.700 sanitarios y médicos infectados con el coronavirus en China

25 de febrero de 2020. Fuente: *El Periódico de Catalunya*

# La OMS pide al mundo que esté preparado. El coronavirus, a un paso de la pandemia

26 de febrero de 2020  
Fuente: *El País*

# El coronavirus llega a América Latina tras confirmarse el caso de un brasileño que visitó el norte de Italia

27 de febrero de 2020  
Fuente: *Ara*

# España ya tiene 23 infectados por Covid-19, uno de ellos en estado grave

29 de febrero de 2020  
Fuente: *La Razón*

# Cumbre “virtual” de los ministros de Finanzas de la UE para acordar medidas económicas contra el coronavirus

29 de febrero de 2020  
Fuente: *Ara*

# ¿Es el Covid-19 como una gripe?

1 de marzo de 2020  
Fuente: *Público*

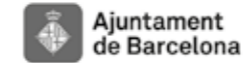
# Los científicos buscan la vacuna del Coronavirus

14 de marzo de 2020  
Fuente: *El País*

# El gobierno declara el estado de alarma durante 15 días

14.03.2020

Comunicado de Montserrat Ballarín  
Regidora de Comercio, Mercados,  
Régimen Interior y Hacienda y presidenta  
de Mercabarna.



Apreciado/apreciada,

La propagación del COVID-19 nos ha llevado a vivir una situación inédita, difícil de imaginar por ninguno de nosotros. Estamos sufriendo una pandemia que nos afecta global y localmente y que ha obligado a los poderes públicos a tomar medidas drásticas que alteran la vida privada y las relaciones sociales de las personas.

En estos momentos, el objetivo prioritario es detener la propagación de un virus que plantea un grave problema de salud pública y afecta, sobre todo, a las personas mayores y/o que sufren alguna patología previa. Para ello, el sistema sanitario está haciendo un gran esfuerzo y nunca podremos agradecer lo suficiente a los y las profesionales su gran trabajo y dedicación. Pero, además, se está dando una respuesta coordinada entre las diferentes administraciones y la ciudadanía, que es la única forma de superar esta crisis con éxito.

El Ayuntamiento de Barcelona está trabajando desde el minuto cero para garantizar tanto la compatibilidad de las medidas dirigidas a frenar el COVID-19 como la atención a las personas afectadas, con la prestación de los servicios esenciales que permitan a la ciudadanía vivir en las mejores condiciones posibles, sobre todo teniendo especial cuidado de las personas más vulnerables.

Lo estamos haciendo tan rápido como podemos, reestructurando la organización y los recursos para poder servir mejor a la ciudadanía en estas nuevas circunstancias. En este sentido, quiero agradecer la magnífica respuesta de los trabajadores y las trabajadoras municipales y de todas las entidades y empresas que, vía contractual, también están prestando servicios clave para la ciudadanía. Estamos hablando de los servicios sociales, de los servicios de seguridad y movilidad, de limpieza, de atención a la ciudadanía y a las actividades económicas, entre otros. Pero también, y lo quiero subrayar, de las personas que garantizan que el abastecimiento de productos frescos sea una realidad diaria, a los 39 mercados municipales alimentarios y a Mercabarna. Ellos y ellas, junto con la red de comercios privados, nos ofrecen la tranquilidad de que tendremos todo aquello que necesitamos consumir.

Es obvio que nos toca vivir unos momentos que preferiríamos no tener que vivir. Pero en los momentos difíciles sale también lo mejor que cada ciudadano y cada servidor público llevamos dentro en términos de responsabilidad, de generosidad, de compromiso, de superación, de sentimiento de colectividad, de fraternidad, de comunidad. Por todo esto, estoy convencida de que saldremos adelante bien y pronto, de que Barcelona saldrá adelante bien y pronto.

¡Muchas gracias, ánimo y adelante!

Montserrat Ballarín Espuña



# Un ping-pong en el comedor de casa. Conversación con Ramon Banach, director comercial de CarnsB.

Ramon es de palabra y sonrisa rápidas. Se nota, y mucho, que se lo sigue pasando bien haciendo lo que hace. Durante este primer año de pandemia tuvo que poner a prueba su relación con los clientes. Y como el ping-pong improvisado que montó en su casa, tuvo que reaccionar rápido y negociar uno a uno con ellos a golpe de acuerdos y confianza. Tú por mí y yo por ti. Dice que eso los ha hecho aún más cercanos.



¿Cómo empieza tu historia en el sector de la carne y con Mercabarna?

Vengo de padres con carnicerías en el mercado de Les Corts y empecé en la carnicería siguiendo el negocio, que ahora lleva mi hermano. Pero me gusta mucho la venta y a los treinta años surgió la oportunidad de entrar en una empresa cárnica al mayor, que estaba situada en Mercabarna. Ahí fui promocionando hasta ser el jefe de ventas y llegué a la empresa en la que estoy ahora. Lo he mamado desde pequeño y me gusta porque entiendo el negocio. Llevo el tema al mayor para grandes superficies y mayoristas orientados a la hostelería, sobre todo en la costa mediterránea y en el mercado balear.

¿Cómo afectó al sector y a tu trabajo la pandemia, sobre todo al principio?

A nosotros nos afectó más, al ser mayoristas. Un año antes íbamos muy bien y a partir del confinamiento nuestra línea de negocio se quedó en un 30%. De una semana para otra perdimos el 70% de las ventas. La incertidumbre y la angustia de no saber qué pasaría dio lugar a una situación completamente nueva, un estado de pánico en nuestros clientes. Automáticamente empezamos a recibir correos electrónicos. El primer aviso fue que paralizaban los pagos hasta que todo pasara. Nosotros cerramos los contratos durante enero y febrero (por ejemplo en las Baleares, porque pasan precios a las cadenas hoteleras). Son tratos de confianza de muchos años. Y ese pánico hizo que muchos quisieran dar marcha atrás con el género que habíamos comprado para ellos. Nosotros ya lo teníamos guardado y pagábamos los costes de frío de la carne.

“Tú sabes que les has ayudado y ellos no te han fallado y el agradecimiento es mutuo.”

Y entonces, ¿cómo te adaptaste a la nueva situación?  
¿Qué pasó con la relación con los clientes?

Cada contrato era una nueva negociación. Llegamos a acuerdos de financiación, les dimos muchas facilidades. “A ver, Rafel, tú me has cerrado tantos quilos, yo te los guardaré, no te cobraré costes de frío y si no te va bien ahora ya nos hacemos cargo nosotros y pagas más tarde”. Y así, uno por uno, uno por uno. Y la verdad es que salimos muy contentos de la relación y eso nos ha unido un poco más aún. Tú sabes que les has ayudado y ellos no te han fallado y el agradecimiento es mutuo.

¿Cómo cambió tu forma de trabajar durante el confinamiento?

Optamos por trabajar al 50% desde casa. Yo tenía que estar ahí físicamente para controlar el producto de importación, las calidades, gestionando los precios. Y la parte de negociación la llevaba desde casa. No me fue tan mal, porque así no tenía tanta presión. Además, tuve una lesión y tenía que ir a rehabilitación en Sant Cugat, lejos de casa, y eso también me sirvió para distraerme.

¿Y cómo era el ambiente que se respiraba en Mercabarna?

Así como la línea al mayor bajó un 70%, mis compañeros que llevan tiendas y supermercados crecieron. Recuerda que lo único que podía hacer la gente era salir a comprar. Ellos tenían mucho trabajo, al revés que nosotros, y había mucho movimiento porque era como unas Navidades.

¿Cómo viviste el confinamiento en casa personal y familiarmente?

Y siendo especialista en carnes, ¿sabes cocinar?

Tenemos dos hijos de veinte años y con mi mujer, Cristina, comentamos que lo llevaron muy bien. Tengo suerte: tenemos una terraza bastante grande e hicimos cosas con los chicos. A mí me gustan mucho las plantas, algo que he heredado de mi padre, y eso me ayudó mucho. Les hablaba. Y veía las azoteas y la gente hacía de todo, se buscaban la vida. A nosotros nos gusta mucho hacer cosas y montábamos lo que fuese, que si un ping-pong, que si una gincana, y a la que podía preparaba una barbacoa. A mí no me gusta cocinar, pero soy buen comensal. Tenía muy buena carne y el fuego se me da bien y lo enciendo muy rápido, pero no me pidas más.

“Cuando hay un problema es cuando todo el mundo defiende lo suyo y cuando llegas a un entendimiento la relación se hace más estrecha y más fuerte. Y todo esto queda.”

Tú que te dedicas al mundo de la alimentación, ¿cuál crees que ha sido vuestro granito de arena durante la pandemia?

Con la carne nos ha pasado que si vaca vieja, que si chuletón... Estos cortes, que quizás se consumían más en la alta restauración, al estar cerrada pues a la gente que le apetecía los encontraba en las carnicerías, para darse un capricho. Poco más podías hacer. Hemos vendido muy buena carne, eso sí.

Han cambiado muchas cosas. ¿Cómo era un día normal antes y cómo es ahora?

Ahora ya no trabajo desde casa. Respecto a antes de la pandemia hay menos trabajo, pero ahora empiezan a pedir precios para el verano porque hay buenas perspectivas por las vacunaciones, etc. Ya notamos un runrún de más movimiento por si se levantan las restricciones. Obviamente el tema de la seguridad está ya superintegrado: no se mezclan los turnos, las mascarillas, la distancia, etc.

¿Has aprendido algo de la pandemia?

En clave positiva, me quedo con valorar la libertad que teníamos. Yo tengo mucho contacto con la gente y lo que más echo de menos es el contacto físico, el no poder juntarnos con los amigos. Estoy loco por ir a la montaña, y ahora lo valoro más. Y, en cuanto al trabajo, en este sector cuando tienes un cliente no es solo por una vez. Yo siempre digo que es como la peluquería, donde tú vas y ya saben qué te tienen que hacer. Yo soy sus ojos, su confianza. Cuando hay un problema es cuando todo el mundo defiende lo suyo y cuando llegas a un entendimiento la relación se hace más estrecha y más fuerte. Y todo esto queda.

Si tuvieras que elegir un momento para recordar...

Pues mira, un día estábamos en el comedor y veíamos al vecino del ático de enfrente moviéndose todo el rato, y decíamos... ¿qué debe estar haciendo?

Porque si a alguien se le ocurre algo divertido, lo tenemos que hacer. “¡Están jugando al ping-pong!”. Y cogimos las latas de sardinas y todo esto, las pusimos en línea e hicimos una rueda los cuatro, dejando la pala para que el otro contestase. ¡Qué risas! Quién me iba a decir a mí que en la mesa del comedor acabaríamos jugando al ping-pong.





# Una mascarilla emocional para enfrentarse a los miedos. Conversación con Magda Ferrés, comercial de Hermanos Sanahuja, empresa del Mercado Central de Frutas y Hortalizas.

Desde muy pequeña Magda siempre estuvo rodeada de frutas, que para ella son mucho más que eso. Son recuerdos, son salud, son emociones. Conversamos sobre el otro virus, el del miedo. De lo que seguro que ella no tiene miedo es de mostrar sus sentimientos con sinceridad, de hablar desde dentro de cómo vivió aquellos primeros días de pandemia, de su familia y del amor por su trabajo.



La historia de Magda con Mercabarna se remonta a su infancia, “era el trabajo de casa, lo había vivido siempre”. El contacto con el origen de los productos y el contacto con el cliente eran las 24 horas. Sus padres se iban a dormir temprano, y muy temprano también se levantaban, y aún recuerda el “shh, que mamá y papá están durmiendo”.

“Las emociones, tanto positivas como negativas, son contagiosas. La alegría se contagia, el miedo se contagia.”

A veces, durante algunos de los días de vacaciones, se la llevaban para allá. Fue creciendo rodeada de frutas y bosques verdes de judías tiernas, aunque no se dedicó a ello plenamente hasta los veintipico años. Como su madre estaba delicada de salud, a veces la suplía en el trabajo, “hacía de comodín y al final lo más fácil para todos era que yo me incorporara al trabajo por si ella me necesitaba”. Dice que al principio su intención no era quedarse, “porque es muy duro levantarse a las dos de la madrugada, pensaba que no aguantaría”. Pero llegó el cambio de horario a la mañana en el sector de la fruta y todo fue encajando, hasta hoy. Ahora sigue la tradición familiar como comercial de una empresa mayorista especializada en cítricos. Y desde esta posición de cara al público, vendiendo, negociando y presentando la fruta, la sorprendió esta pandemia.

Magda tiene una hija adolescente, Blanca. Su marido se dedica a lo mismo, pero en París y de noche. Por eso, cuando



se decretó el confinamiento, la invadió un miedo inmenso, “de repente tenías que ir a trabajar el lunes y no había mascarillas, los guantes se habían agotado, y tenías la sensación de que te querías proteger”. Nos explica que, al principio, estaban todos los trabajadores en el pasillo y que nadie acababa de ser consciente de qué debía hacerse, “que si ahora la mascarilla, que si se te empañan las gafas, que te la bajas, que te la tocas...”. Después llegaba a casa y, antes de saludar, iba directa a la ducha y ponía la ropa en la lavadora a 60 grados. “Mi mayor miedo era ponerme enferma por mi hija, yo tenía que estar allí por ella”, me dice. Se sincera confesando que se sentía muy vulnerable y que estaba convencida de que ese estado emocional la perjudicaba, que le podía afectar a la salud y acabar contagiándolo: “Las emociones, tanto positivas como negativas, son contagiosas. La alegría se contagia, el miedo se contagia”. Pero entonces decidió cambiar el chip y hacer todo lo que estuviese en sus manos para protegerse, aunque fuese “a golpes de las cantoneras de los palés” con tal de mantener la distancia. “No solo teníamos que ponernos la mascarilla física, sino que también nos teníamos que poner la mascarilla emocional porque, si no, te entraba el otro virus”.

“No solo teníamos que ponernos la mascarilla física, sino que también nos teníamos que poner la mascarilla emocional porque, si no, te entraba el otro virus.”

física, sino que también nos teníamos que poner la mascarilla emocional porque, si no, te entraba el otro virus”.



Recuerda que durante aquella primera época de la pandemia cada día era una aventura, “todo el mundo quería vitamina C para las defensas”. Justo por aquellos días la temporada de cítricos ya terminaba y, como había mucha demanda, tenía que procurar tener fruta para todo el mundo, “tenías que dosificarla para que todos los clientes estuviesen contentos”. Rápidamente los protocolos se fueron estableciendo, “toda la manera de trabajar ha cambiado y muchos cambios han llegado para quedarse”. Explica que antes estaba en su mostrador muy expuesta de cara al público y que ahora

“Todo el mundo quería vitamina C, tenías que dosificarla para que todos los clientes estuviesen contentos.”

se encuentra prácticamente dentro del punto de venta, más protegida. Cuando llegaba a casa era otra historia. Me habla con infinita ternura de su hija, que se quedaba sola en casa, haciendo las clases online, “tuvo que hacerse mayor de golpe”. “Yo entraba por la puerta, leías a gogó, un fuerte abrazo y a saltar y a pasar ratos juntas”. Por la noche le dejaba la comida preparada para el día siguiente y, a veces, la llamaba para despertarla: “Cariño, que ya son las nueve”.

Magda no faltó a trabajar ni un solo día, muy consciente de que la gente necesitaba alimentos y que Mercabarna no podía pararse. Cuando hablamos sobre el papel que ha desempeñado para la gente con su trabajo, sobre si sintió la responsabilidad, sonríe recordando que “me la hicieron sentir, fue una sensación que me llegó de afuera”. Y me enseña un mensaje de WhatsApp que le hizo llegar un amigo para agradecerle su labor, unas palabras que la tocaron.

Acabamos nuestra conversación hablando, como no podía ser otra forma, de fruta. Si tuviera que escoger sus frutas preferidas lo tiene muy claro. La manzana, porque su marido es especialista en manzanas de todo tipo y “le conocí por

las manzanas”. También las judías tiernas, que la emocionan porque eran la especialidad de su padre y le encantan; “antiguamente las judías tiernas iban en sacos grandiosos, y de pequeña, cuando llegaba a Mercabarna antes de empezar la venta, aquello era como un bosque verde. Tengo muy buen recuerdo y cuando las veo las tengo que tocar”. Y, por último, las mandarinas, porque ahora se dedica a ellas y también le hacen sentir una mezcla de emociones. Salud, y vitamina C, una combinación ganadora, como el bizcocho de naranja que prepara, y que repartió cariñosamente, como todo lo que parece que hace, entre sus compañeros de trabajo el día de su cumpleaños.



Mientras todo se paraba Mercabarna no dejó de moverse. Cuando las calles de las ciudades se vaciaban, los pabellones se seguían llenando para que los alimentos llegaran a mercados, comercios y casas. Revivimos a través de imágenes el ritmo y la actividad de aquellos días.





















# Un coche para desconectar antes de llegar a casa. Conversación con Natalia García, administrativa en Frime, empresa del Mercado Central del Pescado.

Es joven y tiene las cosas muy claras: no dejará de hacer lo que hace. Porque es necesario para la gente y porque le encanta. Natalia trabaja toda la noche rodeada de pescado, y los días de confinamiento encontró sus momentos de libertad en el coche de su mejor amiga. Todo para romper un poco con la rutina y seguir con la energía y la sonrisa de siempre.



Un día normal en la vida de Natalia empieza a la una de la madrugada. Es cuando entra a trabajar como administrativa, aunque sus tareas son muy diferentes. “Primero hago una hora de administración en los ordenadores, entramos todos los productos que llegan por la noche, y a las dos de la madrugada empieza la venta a todos los pescaderos y supermercados que vienen a comprar”. De dos a ocho de la mañana está al pie del cañón vendiendo el género al momento, haciendo los albaranes y cobrando. Y este día a día se mantuvo igual durante los meses de confinamiento: “Yo he ido a trabajar cada día. Sí que es verdad que al principio todo era más complicado porque las mascarillas y los guantes estaban agotados en todas partes”. Me la imagino de pie y rodeada de pescado, envuelta por toda aquella actividad frenética. Explica que al principio nadie sabía cómo tenían que actuar, ni qué estaba pasando, y que se hacía complicado porque estando rodeada de gente era

“Con mi amiga aprovechábamos e íbamos a su coche (las dos con mascarilla) a hacer el tonto, porque como no podíamos hacer nada ni ir a ningún sitio, nos quedábamos cantando, bailando, haciendo vídeos, hablando... para marcharnos a casa desconectadas del todo.”

muy difícil mantener la distancia. Confiesa que, en el inicio del confinamiento, les costaba hacerse a la idea, “al principio íbamos con mascarilla y nos reíamos al vernos, parecía un juego, pero después ya no se me ocurre bajar sin mi mascarilla o sin ponerme el gel”. Poco a poco todo fue cambiando, “lo empiezas a ver todo distinto, cuando hay mucha gente te agobias y la manera de trabajar va cambiando”. Como todos, Natalia integró en su rutina la mascarilla, los guantes y evitar el contacto en la medida de lo posible. También hablamos sobre los miedos, que más que por ella misma tenía por sus familiares, “te da mucho miedo, ya no por ti, sino por todos los familiares que tienes en casa que sí están haciendo el confinamiento; tú sabes que estás un poco en peligro”, y añade que “fue complicado hasta que todo el mundo se mentalizó de que se tenían que cuidar por ellos y por nosotros. Ahora todos van protegidos y con las medidas correctas”.

El padre de Natalia también trabaja en el sector y va a Mercabarna cada noche, como ella. Eso también le hace sentir que, excepto por las medidas de protección, todo continúa bastante igual. Lo que sí cambió fueron los desplazamientos, “yendo de noche, al haber confinamiento y ahora el toque de queda, nos encontramos con los controles policiales, te preguntan que adónde vas y que para qué”. El pescado es salud y en su sección también aumentó la venta esos primeros meses: “Como los restaurantes estaban cerrados y no había entretenimiento, la gente lo que hacía era comprar, comprar y comprar para cocinar en casa”. Siempre tuvo claro que todo aquello no podía parar, que Mercabarna no se podía detener, porque era esencial; a pesar de los miedos,

“siempre se ha intentado que el trabajo saliera igual y ha habido mucho compañerismo siempre”.

Y, precisamente, cuando Natalia habla de sus compañeros dice que seguir con el trabajo le iba bien, porque, aunque estar en casa fuese más seguro, también se hacía más largo. “Ir a trabajar era como una vía de escape, estar con tus compañeros, poder desconectar y pensar en otros temas nos iba bien. Sí que es verdad que, como el fin de semana no podías hacer nada, entrabas en una monotonía de trabajo-casa-trabajo-casa, pero al menos tenías la oportunidad de salir de casa”. Seguimos hablando sobre cómo hacer para mantener la mente desconectada y entonces sonrío recordando los que para ella fueron los mejores momentos durante el confinamiento, que fueron con una gran amiga suya con la que trabaja: “Siempre estábamos muy cansadas del

confinamiento, que fueron con una gran amiga suya con la que trabaja: “Siempre estábamos muy cansadas del



trabajo y aprovechábamos e íbamos a su coche (las dos con mascarilla) a hacer el tonto, porque como no podíamos hacer nada ni ir a ningún sitio, nos quedábamos cantando, bailando, haciendo vídeos, hablando... para marcharnos a casa desconectadas del todo. Era la mejor parte del día”.

Acabamos nuestra conversación volviendo a los días en los que ella era aún más joven y le decía a su padre: “Yo no trabajaré nunca de noche”. Un tiempo después entró a trabajar donde está ahora por un verano, y ya hace más de cuatro años que está ahí. “Una vez que entras todo el mundo se porta muy bien contigo y te cuidan porque eres joven. Y es un trabajo que me gusta mucho porque no es rutinario, hablas con uno, hablas con el otro, y lo encuentro muy divertido”. Si tuviese que escoger dos tipos de pescado, se quedaría con el atún, que es el que más cerca tiene y más vende, y con las cigalas, que le encantan desde muy pequeña. Y así, aprendiendo de este trabajo y del pescado cada día, es como se ve en el futuro.

“Ir a trabajar era como una vía de escape, estar con tus compañeros, poder desconectar y pensar en otros temas nos iba bien.”



# Los pequeños momentos extraordinarios de cada día. Conversación con Pablo Egea, controlador de mercado de Mercabarna.

Hace más de un año que Pablo no puede ir a su añorada Granada a ver a su familia. Aún así, es positivo y siente que ha podido poner su pequeño granito de arena cuidando de la gente para que todo continuara. Ahora da más importancia que nunca a los pequeños momentos, como salir a pasear, que para él se han convertido en extraordinarios.





“Estamos para lo que haga falta”, dice sonriendo desde el otro lado de la pantalla. Pablo transmite esa vocación de servicio, la disposición a cuidar de la gente, y en eso consiste su trabajo como controlador de mercado. Hace diez años que trabaja en Mercabarna, aunque él es de Granada, donde vive el resto de su familia. “Mi trabajo consiste básicamente en hacer que Mercabarna funcione. Es un mercado que no para nunca, son 24 horas y nuestro trabajo es que el tráfico fluya, que esté todo organizado, que se cumplan los horarios...”

En resumen, contribuye al buen funcionamiento del mercado, a hacer que siga día a día. Y que lo hiciese durante la pandemia era imprescindible.

Su mercado principal es el del pescado, por la noche, y explica que durante los primeros meses el trabajo creció mucho en este sector. “Fue como un boom de trabajo para los pescaderos. Como la gente no podía salir y tenían que comer en casa uno de sus caprichos era el pescado. Ellos han trabajado mucho y, por lo tanto, nosotros también hemos trabajado mucho con ellos”. Para él la pandemia fue un golpe inesperado y tenía sentimientos contrapuestos porque “veías que la gente no sabía por dónde ir, las calles todas vacías y, claro, como nosotros continuábamos igual era una sensación muy extraña”. Al principio,

como los protocolos estaban empezando a establecerse, intentaban estar siempre muy bien informados y empezaban reuniéndose antes de comenzar para organizarse bien.

Tomaban la temperatura a los trabajadores en las entradas del mercado, establecían los controles y controlaban el tráfico y los horarios. “Hemos adoptado todas las recomendaciones de seguridad: la mascarilla, la distancia social, aunque a veces era muy complicado porque es un mercado pequeño y había mucha gente. Era un poco una batalla”. Porque, cuando abrían el mercado a los compradores, tenían que vigilar que la gente no se acumulase. Por esta razón, explica que siempre le han dado mucha importancia al uso de la mascarilla y a hacer que todo el mundo la llevase bien puesta. De hecho, las iban repartiendo a los trabajadores en los coches patrulla. “Al final nuestro día a día es que la gente esté bien, que lleven la mascarilla y respeten las distancias para poder trabajar sin poner en peligro su salud”.

“Hemos adoptado todas las recomendaciones de seguridad: la mascarilla, la distancia social, aunque a veces era muy complicado porque es un mercado pequeño y había mucha gente. Era un poco una batalla.”



Confiesa que, en realidad, su día a día era el mismo, aunque tiene una hija y llegar a casa después de pasar toda la noche rodeado de personas se le hacía raro. “La gente solo salía a pasear al perro y tú estabas todas las noches ahí, con mucha gente, y era como un mundo paralelo que sabías que no se podía parar”. Por eso dice que tenía un sentimiento agri dulce: “Por una parte pensaba qué bien que esté haciendo esto por la sociedad, pero por la otra tenía un poco de miedo por la familia.” Cuando llegaba a casa, ponía en marcha el otro protocolo: lavadora, ducha y todo limpio, “porque veías que el vecino o la vecina o el compañero estaban enfermos... todo el mundo tiene a alguien que lo ha pasado mal”.

“Considero que esta pandemia es historia viva y trabajar en ella nos ha hecho sentir muy esenciales.”

También explica que se ha sentido muy recompensado por parte de la gente, “considero que esta pandemia es historia viva y trabajar en ella nos ha hecho sentir muy esenciales”. Y recuerda con agradecimiento que “a veces se me acercaba gente y me decía: cuidaos porque Mercabarna no puede cerrar, y era bonito eso”.

Cuando hablamos sobre lo que nos ha dejado la pandemia como aprendizaje, Pablo dice que ahora ha aprendido a valorar mucho más todos esos momentos que antes quizás nos parecían insignificantes, “salir a pasear o ir a tomar algo... todas estas cosas ahora se han vuelto un poco extraordinarias”. Vive en Vilassar, en el Maresme, y una de las cosas que no perdonaba el fin de semana era ir a hacer el vermut al lado de la playa, “ahora valoras esos momentos, de juntarte con la familia y los amigos”. De hecho, recuerda como uno de los momentos más bonitos

del confinamiento el día de fin de año, cuando su familia de Granada le preparó una sorpresa por videollamada, “fue muy emocionante y me encantó. Para mí es el resumen de quien quiere y no puede, que quiero ir allí y no puedo”. Y tiene toda la razón. Resume muy bien lo importante que ha sido la tecnología para tener un poco más cerca a los seres queridos,

Nos despedimos hablando un poco de cocina, que le encanta. Para comer, se queda con el pescado, del que está rodeado en su trabajo, y nos recomienda el atún a la plancha o la merluza al horno con patatas, “sencillos pero buenísimos, también para la salud”.

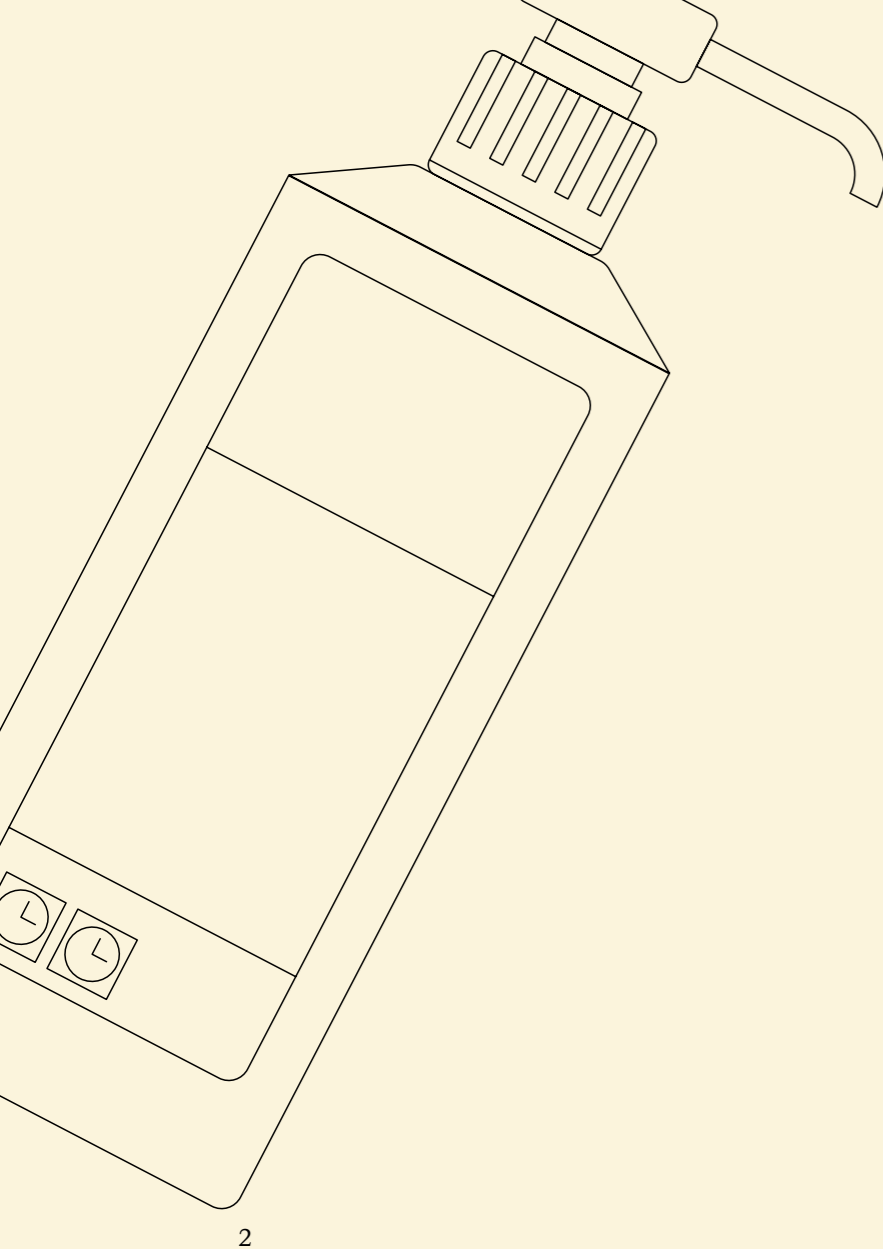
“Salir a pasear o ir a tomar algo... todas estas cosas ahora se han vuelto un poco extraordinarias.”



Equipados para una pandemia. Una recopilación de elementos que enseguida se convirtieron en cotidianos e indispensables para el control del virus y para la seguridad de las personas en Mercabarna. Todos los ojos en la salud.

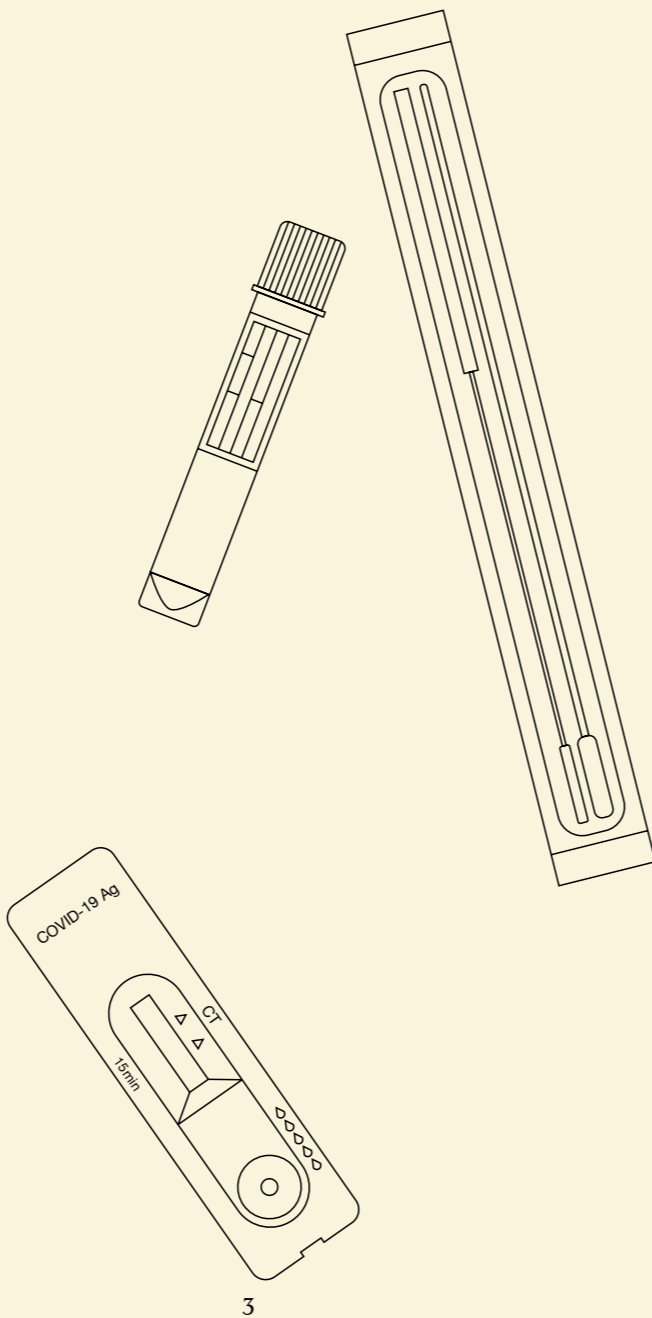


1. Mochila pulverizadora.  
Este complemento de limpieza fue útil para las tareas de desinfección, ya que permite a los servicios de limpieza actuar con rapidez y precisión.



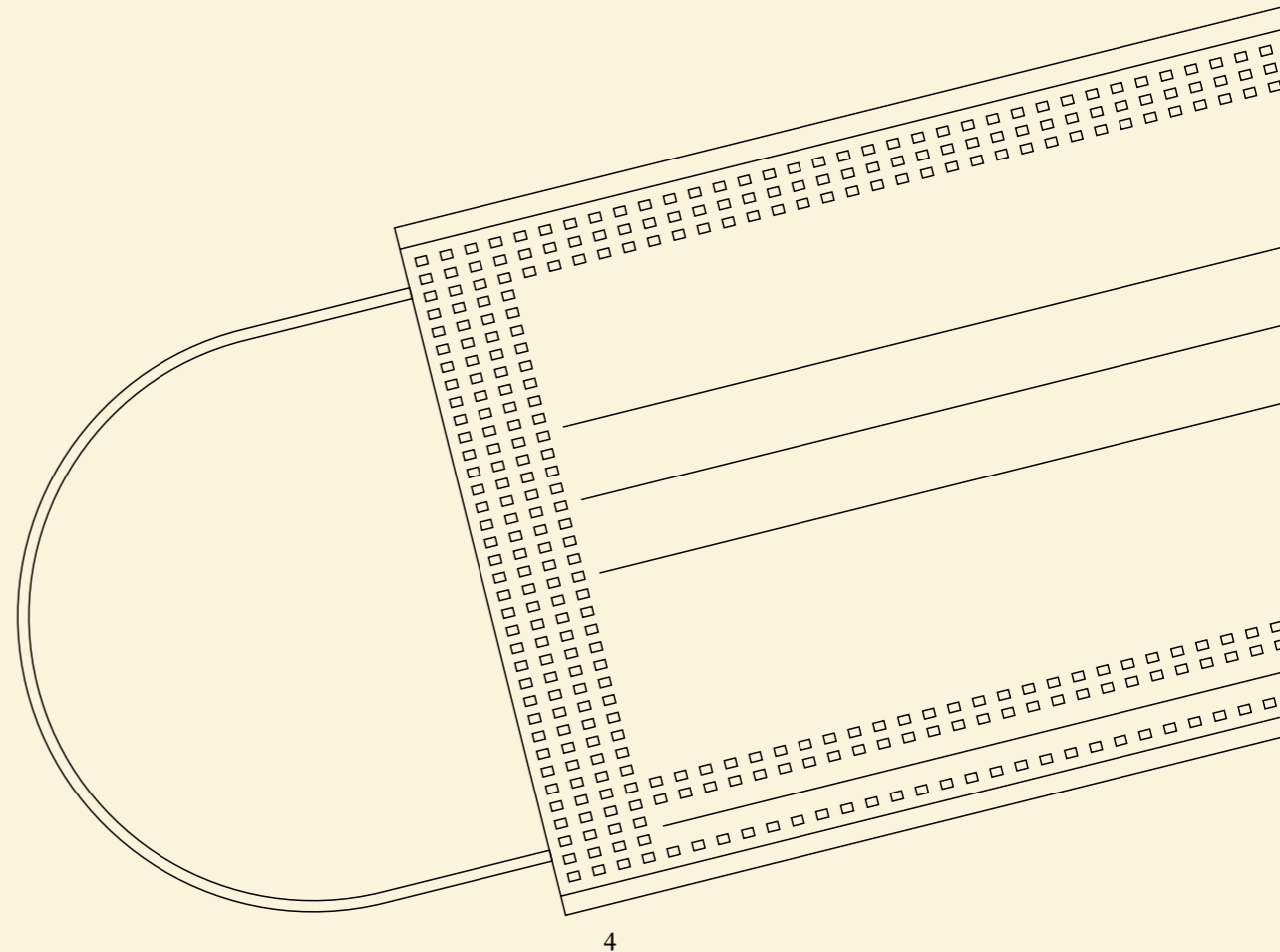
**2. Gel hidroalcohólico.**

La limpieza constante de las manos es otro elemento primordial en el control de la pandemia. Se instalaron dispensadores automáticos de gel por todo Mercabarna para la correcta desinfección sin contacto.



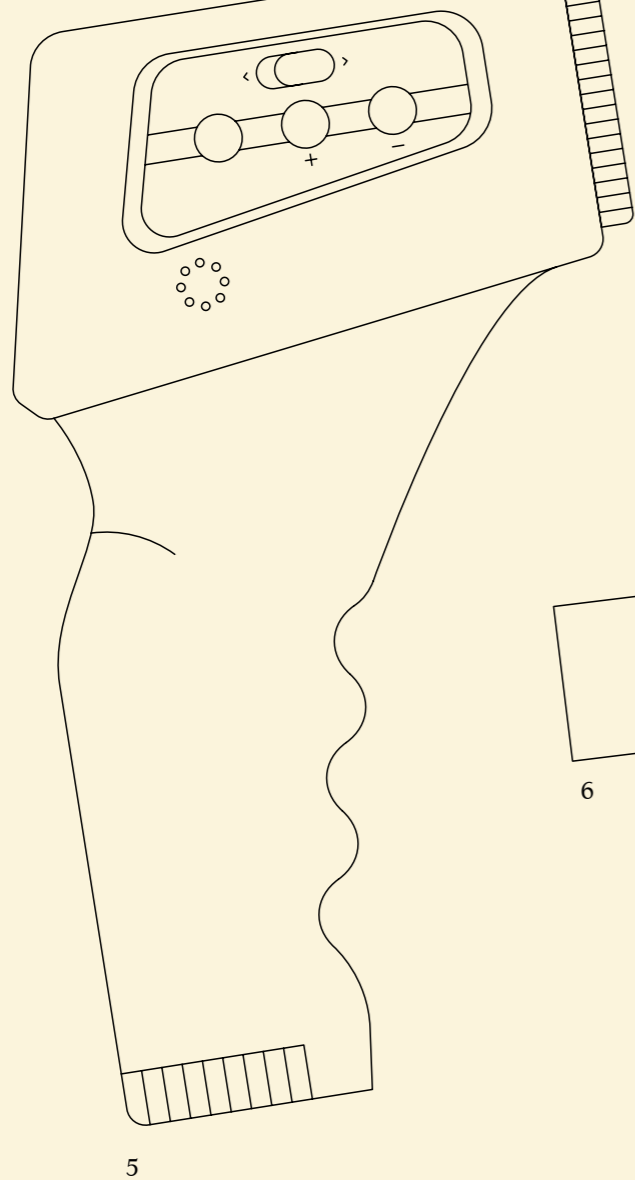
**3. Test de antígenos.**

Con el objetivo de detectar y aislar los casos positivos por coronavirus, se realizó una campaña de test masivos a los trabajadores de Mercabarna. Este tipo de prueba permite la detección de forma rápida.



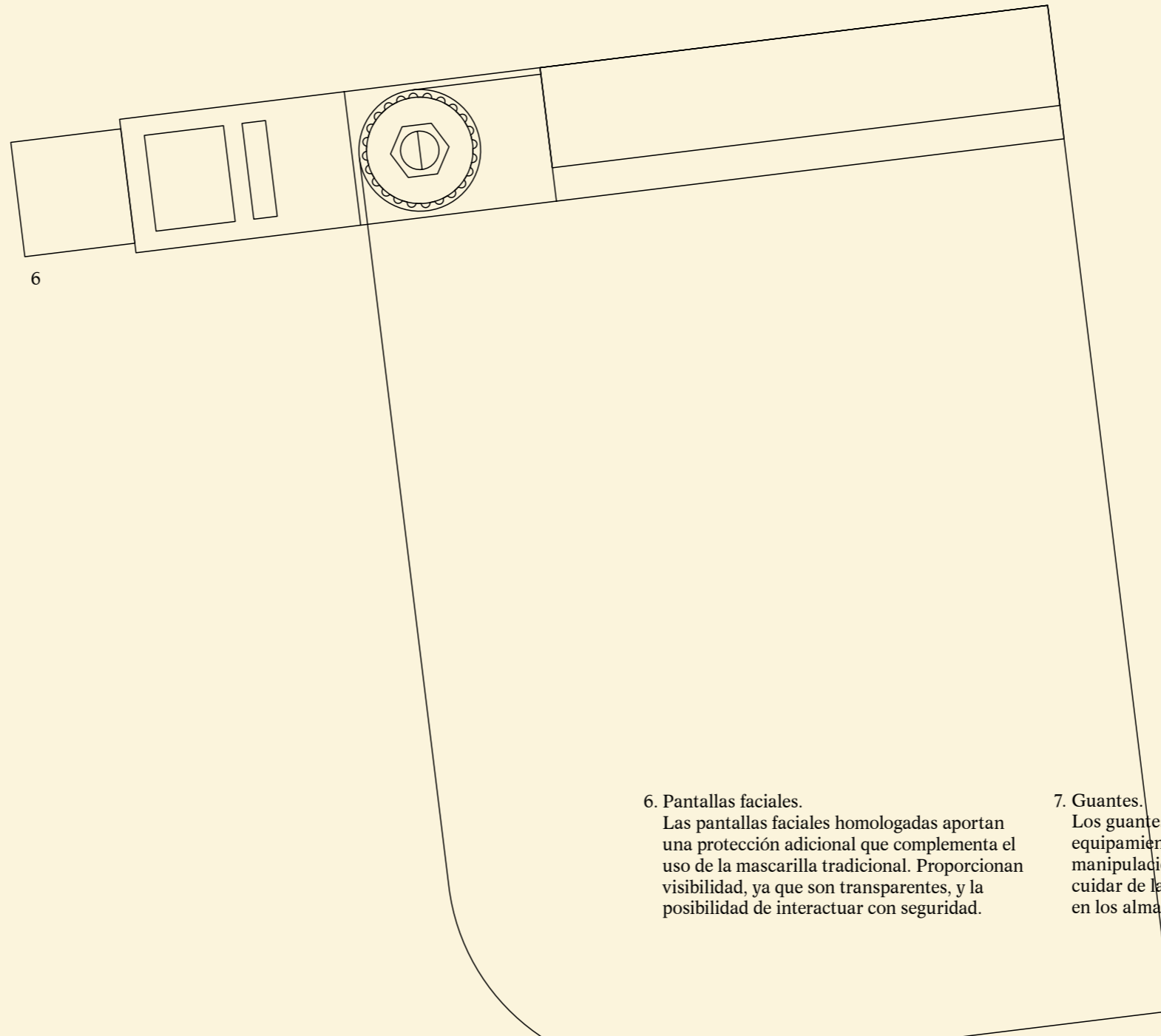
**4. Mascarillas.**

De uso obligatorio, la mascarilla es el elemento más icónico y probablemente el más necesario para evitar la propagación del virus, en especial cuando no es posible mantener la distancia. Además de las higiénicas y FFP2, Mercabarna distribuyó mascarillas propias y del Biomarket.



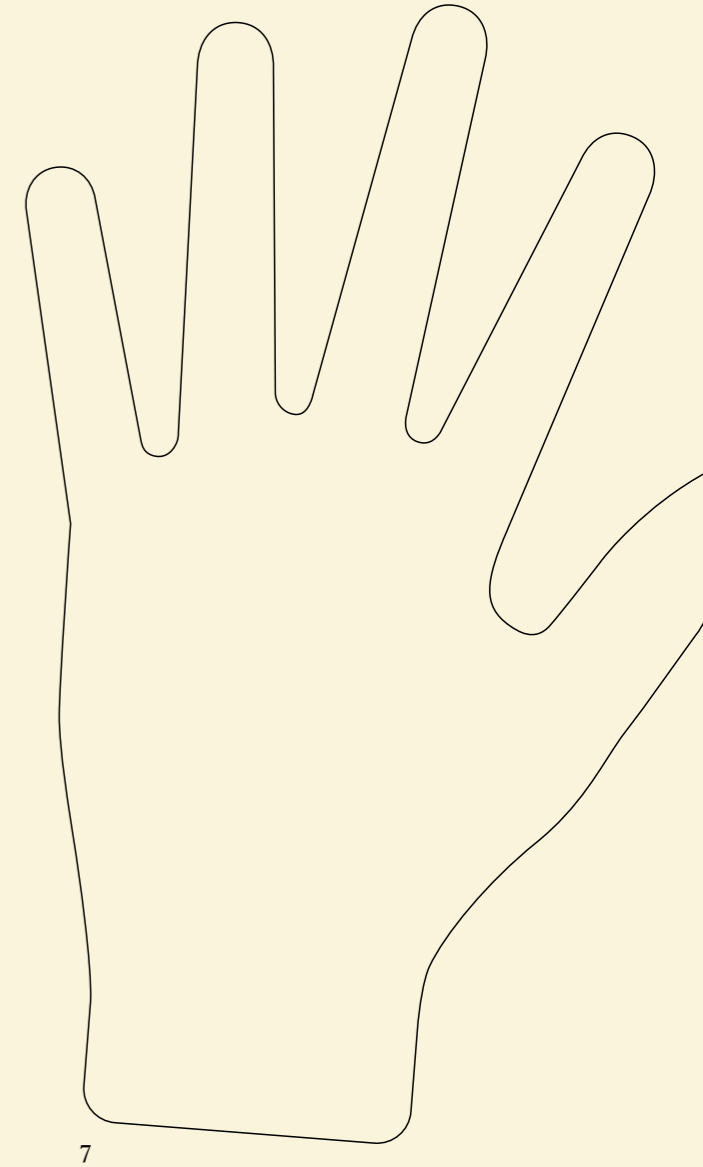
**5. Termómetros.**

Los termómetros de infrarrojos digitales se convirtieron en habituales para controlar los accesos. También se instalaron termómetros de pared en el Centro Directivo. Esta tecnología permite detectar la temperatura de forma rápida y sin contacto.



**6. Pantallas faciales.**

Las pantallas faciales homologadas aportan una protección adicional que complementa el uso de la mascarilla tradicional. Proporcionan visibilidad, ya que son transparentes, y la posibilidad de interactuar con seguridad.



**7. Guantes.**

Los guantes higiénicos son un equipamiento indispensable para la manipulación de alimentos y para cuidar de la salud de todo el mundo en los almacenes y pabellones.



# La NASA dentro de casa. Conversación con Míriam Pérez, gerente de la empresa logística TAE.

Cuando hablas con Míriam, te transmite un optimismo que se contagia. Tuvo que hacer malabares para combinar trabajo y vida familiar. Dice que aquellos días su casa parecía la NASA. Reconoce que no puede vivir sin la gente y que ir cada día a trabajar la ayudó a sobrevivir. Parece que su receta es ponerle a todo un gran sentido del humor y otra gran dosis de energía.



Eres gerente de una empresa logística y de transportes en Mercabarna.  
¿Cómo os impactó la pandemia al principio?

Nosotros estamos especializados en el tema del frío, y el transporte a temperatura controlada supone más de un 80% de nuestro volumen. Hacemos exportación e importación a escala europea y también distribuimos a cadenas de supermercados. Además, también somos proveedores de los palés rojos para la alimentación. Los primeros meses compensamos mucho a nivel de negocio porque la gente se volvía loca por comprar y no paramos en la distribución, pero la exportación bajó mucho al cerrar fronteras. Lo que sí que se paró del todo fue la importación; tuvimos problemas porque continuábamos exportando pero no teníamos mercancía para retornar.

¿Y cómo combinaste tu vida laboral con la familiar durante aquellos meses de confinamiento?

Soy gerente de una empresa en un mundo de hombres, madre de dos niñas, y mi marido es transportista. Claro, no teníamos cole, teletrabajaba por la mañana en casa e iba a Mercabarna cada tarde. No paré porque aquí había gente todo el día. Me lo combiné como pude, haciendo inventos. Tenemos la suerte de que mi marido es transportista en el Puerto de Barcelona, es autónomo y tenía más flexibilidad. Yo por la mañana teletrabajaba y estaba con las niñas, era profesora y trabajaba, y después me marchaba al mediodía hasta la noche. Hacía lo que podía, fueron meses complicados. Además, al principio te daban información que cambiaba: ahora la mascarilla, ahora no, ahora compra guantes, pero no había guantes... ¡y el gel hidroalcohólico a precio de gasoil!

“Yo por la mañana teletrabajaba y estaba con las niñas, era profesora y trabajaba, y después me marchaba al mediodía hasta la noche.”

Al tener niñas pequeñas, ¿cómo hacíais para entretenerlas?

La primera semana era “no tabletas, no móviles, juguemos y leamos” y a la segunda semana era “coged lo que queráis”, porque tenían un ratito de cole pero muy poco. A mi hija pequeña, de seis años, le mandaban hacer manualidades y yo hablaba con la profesora y le decía “estoy teletrabajando por la mañana y no puedo ponerme a hacer castillos y dibujos, ¿dónde compro todo esto que pedís si todo está cerrado?”. La mayor tiene once años,

“Mi casa parecía la NASA: un ordenador por aquí, otro por allá, la etiquetadora, la impresora, el escáner.”

pero tampoco es mayor, tenías que estar con ellas para que hiciesen caso. Mi casa parecía la NASA: un ordenador por aquí, otro por allá, la etiquetadora, la

impresora, el escáner. Y claro, nosotros salíamos a trabajar, pero ellas no. Me ponía en su lugar y pensaba “pobrecitas, aquí todo el día”, y con un balcón de tres metros cuadrados. Al final creo que lo pasamos peor nosotros que ellas, que lo hacen muy bien, tienen un nivel de adaptación tan rápido. Yo no me imagino todo el día con mascarilla y mis niñas van todo el día con ella.

¿Te costó adaptarte a la nueva situación?

¿Cómo te sentías?

Pues mira, yo he sobrevivido porque trabajaba en Mercabarna. Esto es como un mundo aparte. Es como una ciudad y cualquiera que viene a trabajar aquí te lo dice, incluso viene el director de un banco y te dice “ostras, yo esto no lo había visto nunca”, porque todo es movimiento, es un “todo lo queremos para ayer”. Sí que tuvimos que adaptarnos mucho, pero aquí podíamos ir a buscar el desayuno y la comida en los bares, teníamos farmacia; es que no nos faltaba de nada. Aunque llevases mascarilla, podías estar con personas, mientras que mucha gente ha estado en su casa un montón de meses sin ver a nadie. Era una realidad aparte. Estábamos confinados, pero venías aquí y veías movimiento, es como que nos afectaba diferente. No parabas, y eso te daba vidilla. A mí en casa me cuesta concentrarme, necesito estar aquí, oír qué dicen, ir a un pabellón de fruta y hablar con un cliente, hacer compras, ¿adónde vais, qué hacéis, podemos colaborar? Este es el día a día y eso no se perdió. De lunes a viernes estabas trabajando, trabajando y trabajando, y se llevaba mucho mejor.



Al dedicarte al mundo del transporte, ¿has sentido responsabilidad?  
¿Qué papel ha desempeñado el sector en la pandemia?

Obviamente no hemos sido tan visualizados, pero también hemos hecho nuestra parte, porque sin transporte no tenemos gasolina para ir a trabajar, no tenemos alimentación para poder comer, es que no tenemos de nada. Todo lo que tienes en casa alguien lo ha traído. Y bien, tú haces tu trabajo, sabes que eres esencial, te tienes que adaptar, tienes que buscar soluciones. Ha sido un año duro, pero a la vez hemos aprendido mucho. Tenías dos responsabilidades diferentes. La de no parar porque la gente tiene que poder comer. Y la responsabilidad de que todo el mundo estuviese bien en el trabajo. Porque no es lo mismo el que estaba en la oficina o podía teletrabajar desde casa, que el señor que está subido a un camión, o los que están en el almacén. Venían transportistas desde Francia o desde Italia y todos “¡ah, un italiano!”. Y tenías que hacer que todo el mundo estuviese bien para no parar. En los almacenes tuvimos que poner muchas restricciones, tenías que hacer que todos se sintiesen seguros, porque nadie es imprescindible pero todo el mundo es necesario.

“Hemos hecho nuestra parte, porque sin transporte no tenemos gasolina para ir a trabajar, no tenemos alimentación para poder comer, es que no tenemos de nada. Todo lo que tienes en casa alguien lo ha traído.”

En un mundo parado, no habéis dejado de moveros.

¿Cómo ha cambiado la logística desde entonces?

Te ponen tantas medidas y te cambian tanto las cosas de un día para el otro... Muchos cambios que hicimos después no servían de nada y las directrices no eran demasiado concretas. Era un poco “me lo invento”, tiremos por aquí, investiguemos, miremos qué han hecho empresas más grandes. Ahora todo es muy diferente. Por ejemplo, el tema de las mamparas, el tema de las mascarillas, el gel... ¡y a ver de aquí a cinco años cómo tenemos las manos! También es verdad que a raíz de esto nos hemos preparado muchísimo para teletrabajar. Nosotros antes no teníamos a nadie teletrabajando, ni siquiera lo visualizábamos, y ahora estamos superpreparados, hemos cambiado muchísimo la forma de funcionar, desde la centralita misma. Si volviese a pasar, ya tenemos todo un cuadrante de turnos para que siempre haya alguien para el tema documentación. Porque, al principio, correos no funcionaba y no podíamos enviar documentación ni facturar, y si los clientes no la recibían no nos podían pagar. Además, justo en marzo habíamos cambiado el sistema y la persona que nos tenía que dar la formación estaba en Madrid y no podía venir e hicimos las formaciones telemáticas. Al final, se hizo todo por supervivencia pura y dura. Ahora miras hacia atrás y piensas “lo hemos pasado mal, pero estamos muy preparados para lo que venga”. Cualquier cosa que pase, ya sabemos que tenemos unos protocolos por escrito, y eso te da seguridad y tranquilidad, “ahora me pilla peinada”.

¿Has aprendido algo de la pandemia?

Me he dado cuenta de que somos capaces de adaptarnos a situaciones extremas y con medidas extremas. Me ha enseñado a valorar mucho más todo el tema de la libertad. Poder hacer lo que quieras cuando quieras, e ir adonde quieras sin horarios y ver a quién quieras. Es que no te das cuenta hasta que te dicen “esto no lo puedes hacer”. También el contacto con la gente, que nos hace tanta falta, a mí al menos. He aprendido que no sé vivir sin la gente, soy una persona muy sociable, muy de tocar, y me hace mucha falta.

¿Con qué recuerdo te quedas del confinamiento?

En casa hemos jugado mucho a juegos de mesa: la oca, el Uno... Cuando mis hijas ya estaban cansadas de jugar entre ellas, nos sentábamos los cuatro en la mesa y jugábamos. Me quedo con estos momentos familiares. Al final se trata de hacernos caso y estar juntos, porque a veces todos estamos en casa y no nos hacemos caso. Y de hecho lo seguimos haciendo. Antes era algo muy puntual y ahora cada semana lo hacemos un ratito.

Tú que estás rodeada de alimentos,  
¿cómo te llevas con la cocina?

Nosotros no cocinamos demasiado, y el tema de la cocina ha sido un poco duro, porque antes comíamos todos fuera y me encontré con que “¿ahora qué hago tantos días para cocinar cosas diferentes?”. Me faltaba imaginación. Probamos algunas cosas, aunque no nos salían demasiado bien. Pasteles y repostería con las niñas, sí (cuando encontrabas harina). E hicimos galletas de mantequilla, que les salían muy ricas.



# Las flores que se mueven y dan alegría. Conversación con Rosó Amat, comercial de Reigmat en Mercabarna-flor.

Como las flores que más le gustan, las que se mueven, Rosó y su marido no dejaron de moverse durante el confinamiento para que la gente no dejase de recibir flores en casa cuando más las necesitaba. Valiente y trabajadora incansable, repartir un poco de alegría fue su motor para seguir día a día.



“Tenga que estar o no, estoy”, así responde Rosó cuando le pregunto si tiene que estar cada día en el mercado de la flor. Resume muy bien su pasión y dedicación: “Básicamente lo que hago es atender al cliente; muchos quieren que sea yo misma quien lo haga. También me encargo de la facturación y la contabilidad de la empresa”. Lleva el negocio junto con su marido, Josep, con quien pasa todas las horas del día. Por eso, cuando empezó la pandemia, tuvieron que enfrentarse a decisiones difíciles. “La primera decisión que tuvimos que tomar como empresarios fue poner a todo el mundo en el ERTE, porque en el mercado se decidió cerrar la persiana y solo dejarla abierta para la venta online”. Al final, optaron por continuar abiertos, pero solo con ellos dos al frente: “Fíjate que las puertas cerradas en el mercado no las habíamos visto en la vida”. Aquellos primeros días de confinamiento



quedaba poco para San José, que es una fecha señalada para los floristas. “Nosotros tenemos cultivos y ya teníamos todos los pedidos hechos y los campos llenos de flores”.

Al principio, como a todo el mundo, les invadió la incertidumbre. Y cuando, al cabo de unos días, la situación empeoraba, explica que “comenzamos a tirar flores, tirar y tirar... no entraba nada, solo tirábamos, y empezó a ser duro”. A pesar del miedo a contagiarse, siguieron adelante para servir a las empresas que se dedicaban al negocio online, a las cuales les aumentó mucho el volumen de trabajo: “Ellos tenían más trabajo y tú no los podías dejar”. Tampoco fue fácil, porque llegó un momento en el que no les llegaba el producto, e importadores como los holandeses cerraron. Aquí recurrieron a sus años de experiencia y a la ventaja de ser cultivadores ellos mismos: “Mi marido pudo conseguir flores debajo de las piedras”. Recuerda que pedían flores directamente a cultivadores conocidos suyos, pero que nadie quería salir de casa. “Ellos recogían las flores, las dejaban y nosotros las íbamos a buscar sin vernos. Nadie quería vernos, pensaban que estábamos locos por seguir trabajando”. Sus hijos también les decían lo mismo, “te sentías un poco como un delincuente, esta fue mi primera sensación, porque no sabía si estaba haciendo bien o mal”. Además, muy al principio tampoco había mascarillas y Rosó aún recuerda con ternura que la primera que llevó se la hizo la suegra de su hermana, cosiéndola: “Ella, mirando las mascarillas que llevaban los médicos, nos hizo para toda la familia. Ahora las tengo como recuerdo, guardadas”.



“Los cultivadores recogían las flores,  
las dejaban y nosotros las íbamos a  
buscar sin vernos. Nadie quería vernos,  
pensaban que estábamos locos por  
seguir trabajando.”



“Fíjate que las puertas cerradas en el mercado no las habíamos visto en la vida.”

De esta manera continuaron trabajando cada día, incluso los domingos, porque las empresas de venta online tampoco se detenían. Fueron meses muy duros, por la incertidumbre y por no poder ver a sus hijos porque estaban en contacto con más gente en el mercado: “El cambio lo notamos porque los veíamos normalmente y después ya no podíamos”. Sin embargo, trabajar con su marido la ayudó porque “tienes en casa a la persona que está contigo, los dos hacemos lo mismo, salimos de casa juntos y volvemos juntos, estamos las 24 horas del día juntos. En este sentido quizás la vida no me cambió tanto porque estaba con él y nos apoyábamos el uno al otro”. Cuando se decretó que dentro de un coche solo podía desplazarse una persona se quedó ocho días en casa trabajando. “Pero vimos que no era factible porque Josep iba de cabeza y entonces yo volví e íbamos en dos coches”. Después de trabajar, cuando volvía a casa desde Mercabarna hasta Cabrils, tiene la imagen grabada de las carreteras vacías.

Y una vez en casa, se sentaba en su rinconcito de la cocina, desde donde puede mirar el jardín sea la hora que sea.

Rosó y su marido sentían la responsabilidad de que las flores no dejasen de llegar. La de no dejar tirados a los clientes que continuaban y la de contribuir con las flores a hacer llegar un poco de alegría a las personas. Por eso, enviaron flores al Hospital de Mataró, a los vecinos y vecinas o a los

compañeros de trabajo. “Tenemos amigos de mis hijos que son médicos, chicos jóvenes, y cuando llegaba por la noche a casa a veces les llevaba un ramito de flores, y cuando veías la alegría que les daba te decías que tenías que continuar”. Estos son los momentos felices que recuerda, “cuando regalabas una florecilla, incluso a la gente que trabaja en Mercabarna o a los transportistas, aunque no los conocieses, y veías la cara de alegría y satisfacción que tenían”. Cuando le pregunto por sus flores preferidas, Rosó me vuelve a recordar la importancia de esta alegría de la que habla. “Personalmente, me gusta toda la flor que da alegría y que se mueve, las que están cerradas y se van abriendo”.

“Cuando regalabas una florecilla, incluso a la gente que trabaja en Mercabarna o a los transportistas, aunque no los conocieses, y veías la cara de alegría y satisfacción que tenían.”



La cápsula del tiempo.  
¿Qué representa para las  
personas de Mercabarna  
este año de pandemia?


Un objeto, unas palabras,  
una imagen. Guardamos  
aquí sus recuerdos para  
tenerlos presentes en  
el futuro.

CORONAVIRUS



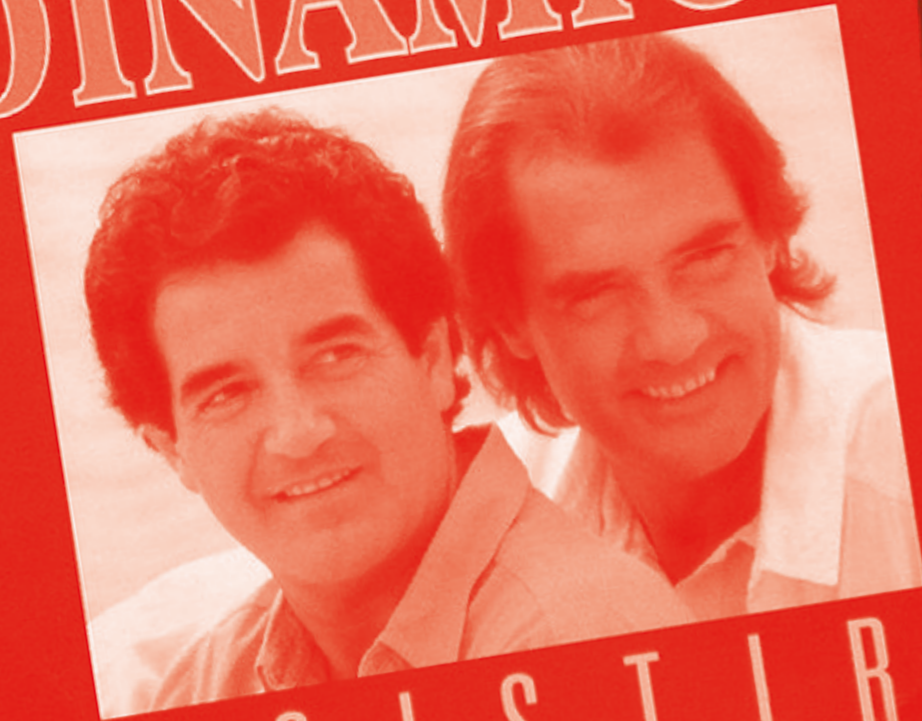
TRAVESÍA  
INTERMINABLE

150 gr de harina de trigo.  
200 ml de agua  
50 ml de leche.  
40 gr de mantequilla sin sal.  
4 huevos M.  
5 gr de levadura química o polvos de hornear.  
Una pizca de sal.  
10 gr de azúcar blanco.  
Azúcar glas y canela en polvo para decorar.  
Abundante aceite para freír.





DUO  
DINAMICO

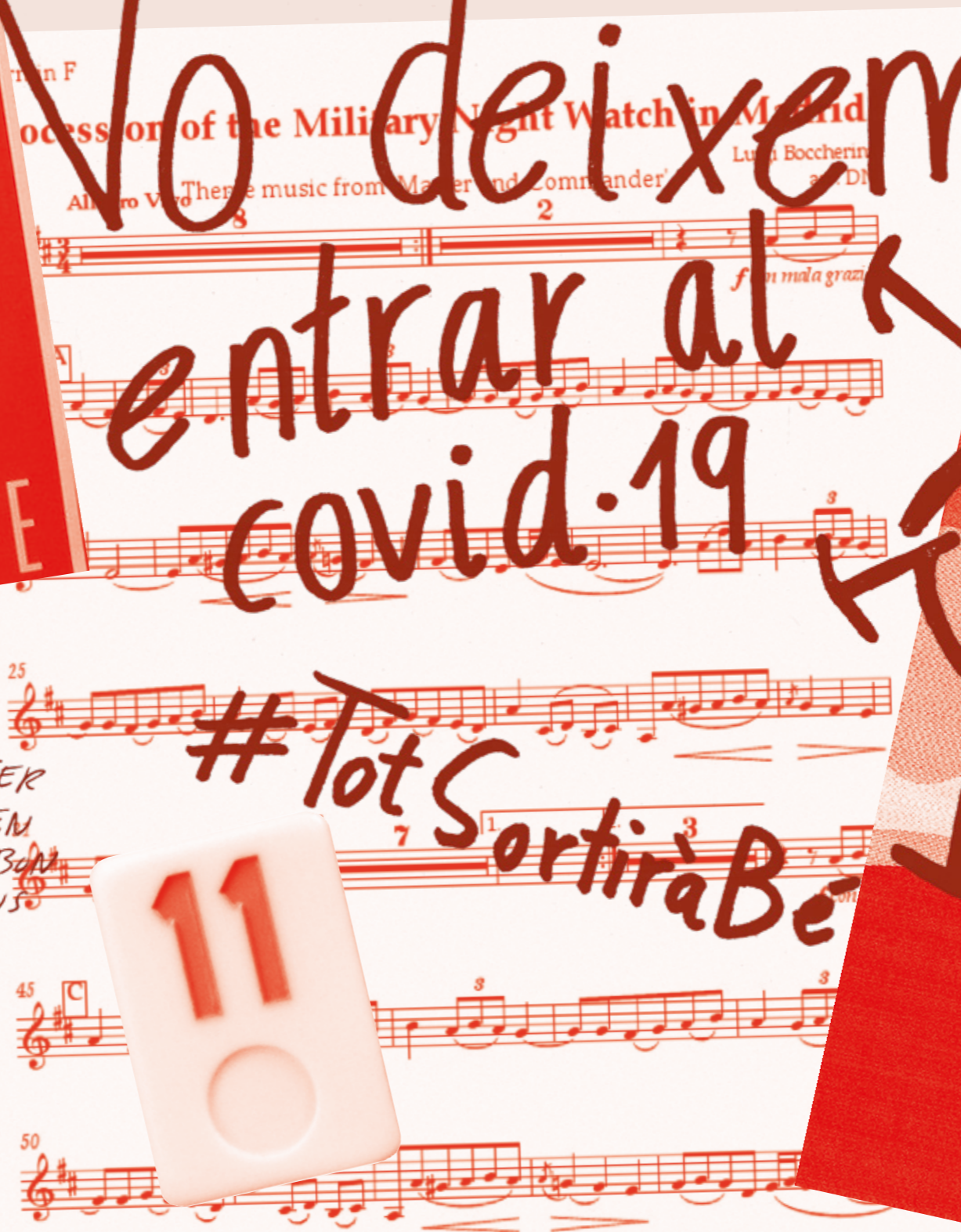


RESISTIRE

A CASA DURANT EL CONFINAMENT ENS VAM FER UN TIP D'ESCOLTAR LA CANÇÓ JERUSALEMA EN VERSIÓ ORIGINAL (ZULÚ), ENS DONAVA MOLT BONA ROTLLO!! DESPRÉS LA VERSIÓ CASTELLANA ENS HO VA CONFIRMAR 😊



No deixem  
entrar al  
covid-19



11

#TotSortiràBe





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

Textos  
Blanca Bassols  
Mercabarna

Ilustraciones  
Zena Kay

Fotografías  
Enric Badrinas (pág. 32-33)

Concepto y diseño  
Atipus  
atipus.com

Impresión  
Novatesa gràfiques

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

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

Depósito legal: B 12230-2020

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

Gracias a quienes...

Planifican las rutas logísticas nacionales e internacionales.  
Conducen furgonetas, camiones y tráileres para transportar los alimentos.  
Van de aquí para allá transportando mercaderías con los toros.  
Dan servicio a las empresas logísticas.  
Vigilan la circulación en las cabinas de los peajes de entrada.  
Organizan internamente sus equipos para reducir riesgos.  
Verifican que los profesionales dispongan de los EPI necesarios.  
Desempeñan tareas de mantenimiento de los servicios informáticos.  
Implementan medidas para impulsar nuevas formas de trabajar.  
Desarrollan tareas administrativas.  
Verifican que se cumplan las medidas de seguridad.  
Toman la temperatura a los usuarios que se desplazan en metro.  
Controlan la trazabilidad de los productos.  
Realizan tareas de mantenimiento en el recinto.  
Hacen posible la continuidad de las obras y las mejoras en infraestructuras.  
Se encargan de limpiar y desinfectar cada rincón del recinto.  
Gestionan los residuos que se generan a diario.  
Mantienen informados a los usuarios a través de los diferentes canales de comunicación.  
Proveen de alimentos a las empresas del recinto.  
Ponen a punto los puestos de los mercados para cuando lleguen los compradores.  
Gestionan los almacenes y los frigoríficos de servicio.  
Realizan labores comerciales en las empresas de la Unidad Alimentaria.  
Adaptan el negocio a las necesidades de los clientes.  
Trabajan en la farmacia y en la óptica.  
Están detrás de la barra preparando desayunos y comidas.  
Reparten “a domicilio” cafés y bocadillos para los pabellones.  
Dedican su tiempo libre a hacer voluntariado en el Banco de Alimentos.