



Para ampliar la información
captura el código QR

memoria 2016

02 Presentaciones

04 Ciudad competitiva

28 Ciudad en cifras

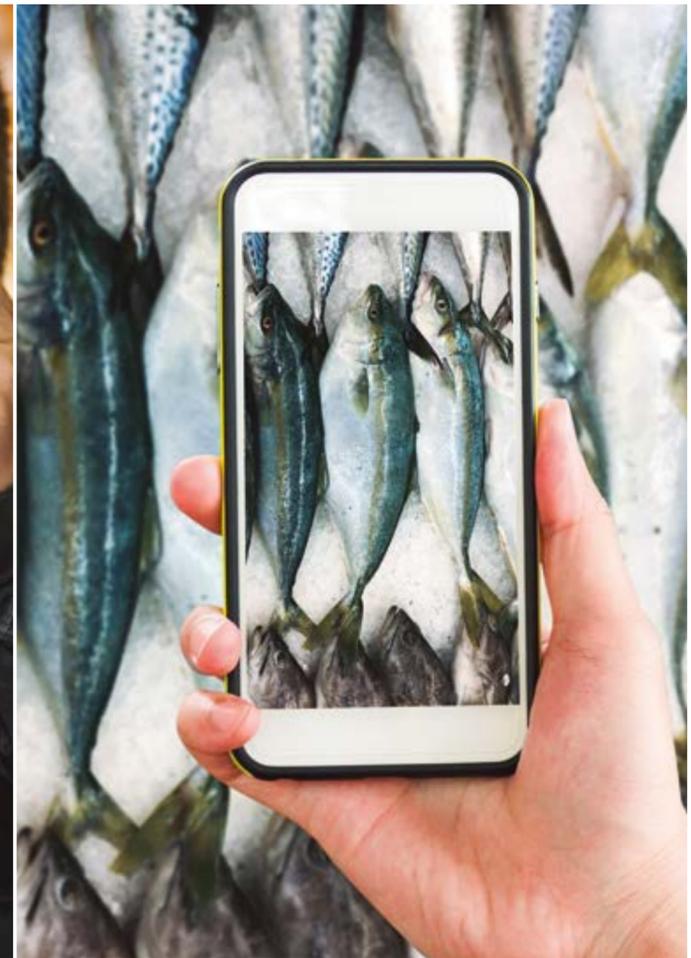
memoria.mercabarna.es

12 Ciudad próxima

32 Estados financieros

20 Ciudad responsable

35 Órganos de representación



Mercabarna, nuevos retos por una ciudad más sostenible

Mercabarna, como Barcelona, tiene todo el potencial necesario para asumir cualquier reto. Este año, Mercabarna se ha propuesto uno muy claro: trabajar para conseguir el desperdicio 0. Es un objetivo ambicioso y que, *a priori*, parece difícil de conseguir, pero las expectativas son muy positivas. Se parte de una base sólida: un compromiso alcanzado en 2016 entre todos los actores implicados, desde la dirección de Mercabarna hasta las asociaciones empresariales que representan a las firmas presentes en esta Unidad Alimentaria. Sin embargo, existe margen de mejora para aprovechar aún más los alimentos y Mercabarna debe trabajar en esta línea. En los próximos años habrá que aplicar medidas en materia de infraestructuras, recogida selectiva y sensibilización para conseguir el objetivo del desperdicio 0.

Otro aspecto en el que Mercabarna participa es el de las políticas para fomentar el empleo. En este sentido, me gustaría destacar un año más el buen funcionamiento de una iniciativa como son las Becas Mercabarna, que ayudan a personas en situación de desempleo y a universitarios recién graduados a tener una oportunidad en el mercado laboral. Enmarcada en este programa, quiero hacer hincapié en la prueba piloto que hemos llevado a cabo conjuntamente Mercabarna y el Ayuntamiento para formar en un oficio e insertar laboralmente en empresas de la Unidad Alimentaria a personas migrantes en situación de vulnerabilidad. Los resultados positivos de esta prueba nos alientan a seguir abordando desde un punto de vista social la situación de este colectivo.

El desperdicio 0 y la inserción laboral son dos patas centrales de la orientación actual de Mercabarna, pero también debe ser esencial en el futuro inmediato la apuesta por la distribución del producto de proximidad y ecológico. En una perspectiva de soberanía alimentaria, es necesario garantizar la distribución de la producción local facilitando que agricultores y productores locales puedan hacer llegar sus alimentos a la ciudadanía. En este aspecto Mercabarna debe jugar un papel clave.

Con todos estos elementos, además de disponer de una gran plataforma dedicada a la alimentación, Mercabarna contribuye a una ciudad más justa y más sostenible.



Ada Colau
Alcaldesa de Barcelona

Un referente en innovación

Mercabarna es un referente en muchos ámbitos y, sin duda, lo es en innovación y en el impulso de nuevas formas de hacer. A lo largo del tiempo esta Unidad Alimentaria ha sabido adaptarse a las diferentes situaciones y a una sociedad que cambia a un ritmo vertiginoso.

Contamos con un potente tejido de empresas, mayoritariamente pequeñas y medianas —no lo olvidemos—, que no quieren vivir solo del pasado y la tradición, y que ponen toda su experiencia acumulada y sus conocimientos en alimentación fresca al servicio de los ciudadanos para abastecerlos y para encontrar nuevas soluciones en productos, formatos, presentaciones, gestión, etc., que se adapten a las demandas de los consumidores.

Siempre hablamos del papel clave de Mercabarna y de las más de 700 compañías que formáis parte en la vertebración de nuestro modelo de comercio de proximidad y en la presencia continuada de estos establecimientos y mercados en los barrios de las ciudades. Pero cuando hablamos de innovación este vínculo también cobra muchísima importancia, ya que en muchas ocasiones estas nuevas maneras de hacer son fruto de la interacción diaria que mantienen los profesionales mayoristas con los minoristas. Esto provoca una transferencia continua de experiencia y de conocimientos sobre el producto fresco y sobre las tendencias de consumo que, sin duda, es indispensable para adaptarnos cada vez mejor a las nuevas necesidades alimentarias de los ciudadanos y para seguir potenciando el consumo de productos frescos, base de nuestra dieta mediterránea.

Las iniciativas que impulsa Mercabarna en este ámbito también tienen un gran valor. Algunas tienen una vida incipiente, pero ya han mostrado su importante papel como potenciadores de la competitividad empresarial. Es el caso del Observatorio de Tendencias, un espacio de estudio, reflexión y debate donde se han tratado por segundo año temas de presente y de futuro que pueden ser buenas oportunidades de negocio para las empresas.

La otra iniciativa son los premios ‘Mercabarna Innova’, unos galardones cuya principal razón de ser es actuar como impulsores de los procesos innovadores dentro de las compañías del recinto.

Como ejemplo de iniciativa ya consolidada quiero mencionar las acciones que año tras año se organizan dentro del Clúster Alimentario de Mercabarna-Barcelona. Su objetivo sigue siendo dar respuesta a las inquietudes y necesidades expresadas por las empresas a través de la celebración de encuentros y actividades donde las empresas pueden contactar con potenciales clientes nacionales y, especialmente, internacionales, conocer nuevos procedimientos y mercados y, por tanto, generar nuevas oportunidades de negocio.

Por último, me gustaría destacar una iniciativa relacionada también en cierta manera con esta voluntad de buscar nuevas formas de hacer y, en este caso, ligada a la potenciación de la marca Mercabarna. Se trata del concurso fotográfico ‘Mercabarna Enfoca’, un proyecto original y rompedor que reunió cerca de un centenar de fotógrafos y que está sirviendo para que muchos ciudadanos conozcan, a través de una exposición itinerante y de las redes sociales, esta ciudad que nos alimenta.



Montserrat Ballarín
Regidora de Comercio y Mercados del Ayuntamiento de Barcelona y presidenta de Mercabarna

Una ciudad en evolución constante

En Mercabarna hemos vivido un 2016 muy intenso, durante el cual hemos impulsado nuevos proyectos y hemos seguido dedicando esfuerzos a iniciativas ya iniciadas. Porque nos gusta asumir nuevos retos que nos ayuden a construir una ‘ciudad alimentaria’ más eficiente y más cercana a las personas. Porque trabajamos para alimentarte y queremos que crezcas a nuestro lado.

Más competitivos, más preparados para el futuro

El 2016 ha sido un año de vital importancia en cuanto a la renovación de las infraestructuras, ya que se han intensificado los trabajos de modernización de varios espacios y equipamientos del recinto. Las principales acciones se han centrado en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas, la zona de productores locales y el Mercado Central del Pescado, pero también en la mejora de la zona comercial, el Centro Directivo, el Pabellón Polivalente o el Multiservicio I. Todas ellas son obras de envergadura que han requerido la colaboración de los diversos actores que integran Mercabarna, en lo que es una clara apuesta para seguir siendo líderes y competitivos.

Además, hemos consolidado dos proyectos que iniciamos en 2015: los premios ‘Mercabarna Innova’ y el Observatorio de Tendencias.

Por un lado, con los galardones hemos vuelto a reconocer a aquellas firmas que integran la innovación en su estrategia empresarial y también las que apuestan por el sector de los productos ecológicos. Por el otro, y a través del Observatorio de Tendencias, hemos seguido analizando los temas emergentes y de futuro que pueden incidir en el posicionamiento de las compañías dentro de un mercado que está en constante transformación.

Más cerca, más internacionales

En la línea de seguir potenciando nuestra marca, hemos abierto de nuevo las puertas para que los ciudadanos (re)descubran esta ‘ciudad que los alimenta’. Y es que por primera vez hemos convocado un concurso de fotografía, el ‘Mercabarna Enfoca’, donde 89 fotógrafos profesionales e *instagramers* han retratado lo que somos y lo que hacemos para que los alimentos llenen las neveras de los hogares catalanes. Como resultado de este concurso, hemos organizado una exposición itinerante que

está impregnando con la ‘Experiencia Mercabarna’ diversos rincones de la ciudad. Además, hemos celebrado la segunda edición de la Carrera Mercabarna, que, con cerca de 4.000 asistentes, se está consolidando como una gran fiesta del deporte, la alimentación saludable y la solidaridad.

Estar junto a los profesionales del sector agroalimentario nos ha llevado a participar en algunas de las principales ferias nacionales e internacionales, donde destaca Alimentaria en Barcelona, Fruit Logística en Berlín y Fruit Attraction en Madrid. Como en los últimos años, hemos continuado promoviendo misiones comerciales para dar a conocer nuestro mercado a potenciales compradores extranjeros.

Más solidarios, más comprometidos

La lucha contra el despilfarro alimentario es uno de los pilares de Mercabarna, un objetivo que debe permitirnos construir una cadena de abastecimiento más sostenible y responsable. Gracias al Plan Estratégico de Aprovechamiento Alimentario, hemos puesto los fundamentos de esta iniciativa, que cuenta con el apoyo imprescindible de las empresas que operan en el recinto. Como en los últimos años, las empresas han continuado colaborando con el Banco de Alimentos y durante 2016 han donado a la entidad 1.300.000 kg de alimentos, una cifra récord que hace que nos sintamos especialmente orgullosos de la vertiente social de las firmas del recinto.

También estamos muy satisfechos del programa Becas Mercabarna, que en su tercera edición ha hecho posible la inserción laboral en empresas del recinto de 17 personas desempleadas y universitarias recién graduados.

Y, como no podía ser de otra manera, hemos divulgado los hábitos alimentarios saludables y de consumo responsable entre los niños y niñas. Además de las campañas infantiles, en las que han participado más de 12.000 escolares, hemos puesto en marcha un campus de verano donde niños procedentes de familias con pocos recursos económicos visitaron Mercabarna para descubrir el mundo de las frutas y las hortalizas.



Josep Tejero
Director general de Mercabarna

Ciudad competitiva

Mercabarna es una ciudad **innovadora** que se mantiene conectada con la actualidad, siempre con la vista dirigida al mañana. Por ello, también impulsa este espíritu entre las empresas del recinto mediante iniciativas donde la creatividad, la reflexión y la estrategia empresarial tienen un peso esencial. Además, Mercabarna se encuentra en constante **transformación** para ser más eficiente y dar un mejor servicio a los usuarios que, al fin y al cabo, dan vida a esta ciudad alimentaria.



Las empresas de Mercabarna apuestan por la innovación

Abstraerse, por un momento, de la vorágine diaria de mails, llamadas, informes y ventas es imprescindible para buscar nuevos proyectos y retos empresariales. Y eso es precisamente lo que incentivan los galardones 'Mercabarna Innova': que las empresas integren la innovación en su estrategia de negocio y que la creatividad forme parte de su ADN.

La presidenta y el director de Mercabarna, con los ganadores y los miembros del jurado durante la entrega de premios

En 2016 se convocó la segunda edición de los 'Mercabarna Innova', unos premios impulsados por Mercabarna con el fin de promover la creatividad y los esfuerzos de las firmas de la Unidad Alimentaria para mejorar su competitividad.

Porque la innovación es primordial si no se quiere perder comba en el mercado y, más importante aún, no es exclusiva de grandes organizaciones.

En esta edición participaron ocho compañías de Mercabarna, que presentaron una amplia variedad de innovaciones vinculadas al desarrollo de nuevos productos, mejoras de *packaging* y aplicaciones tecnológicas.

Como novedad, este año se creó una categoría centrada en los ecológicos, unos productos que cada vez tienen un peso específico mayor en el mercado.

Los proyectos ganadores

Un jurado formado por profesionales de prestigio del sector agroalimentario, universitario y empresarial fue el encargado de valorar los diferentes trabajos. Los resultados de la deliberación se dieron a conocer el 8 de noviembre en una entrega de premios presidida por Montserrat Ballarín, presidenta de Mercabarna.

- **Primer premio (6.000 €): tomate Monterosa, de Gavà Grup.** Nueva variedad que recupera el sabor tradicional de los tomates de la huerta mediterránea durante los doce meses del año.
- **Segundo premio (4.000 €): zumos "The Juice Lover", de Talls i més.** Gama de zumos de frutas y hortalizas elaborados con una tecnología innovadora que preserva sus propiedades sin añadir conservantes ni aditivos.
- **Premio en la categoría de ecológicos (6.000 €): consolidación de la cooperativa agrícola Hortec.** Primera cooperativa de productos ecológicos de España dedicada exclusivamente a la distribución de frutas y hortalizas ecológicas y de proximidad.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre los proyectos ganadores

Entrevistas a los ganadores de los premios

Galería de fotos



Nueva etapa del Clúster Alimentario

El 2016 puede considerarse un año importante para el Clúster, puesto que dejó de ser una asociación con entidad propia para reconfigurarse como servicio de Mercabarna. Aun así, continúa siendo una plataforma que trabaja para estimular las sinergias entre las empresas del sector y el impulso de nuevos proyectos en las diferentes áreas estratégicas:

Comisión *foodservice*

Su acción principal fue la cuarta edición del Restaurant Concepts, una jornada de referencia que convocó a más de un centenar de profesionales de la restauración y mayoristas de producto fresco del recinto. Este escenario permitió compartir las tendencias y los modelos de negocio de actualidad en el sector de la restauración y, a su vez, crear sinergias entre los participantes.

Por otro lado, se organizó un coloquio con los responsables de compras de dos cadenas hoteleras y una visita a una cocina central en la que expusieron sus necesidades de abastecimiento de alimentos frescos.

Comisión de innovación

Se llevaron a cabo encuentros con empresas y expertos en innovación con el objetivo de plantear retos estratégicos de mejora y fomentar la puesta en marcha de procesos de I+D+i dentro de las firmas.

Comisión de exportación y logística

A lo largo del año se planificaron tres misiones comerciales inversas, que trajeron 16 compradores potenciales a Mercabarna procedentes de Irlanda, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido, Escocia, Rumanía y Malta.

Así mismo, y en el campo de la logística, se organizó una jornada informativa con el Puerto de Barcelona para presentar las nuevas rutas y servicios que ofrecen.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

Galería de fotos

PRIMER PREMIO: TOMATE MONTEROSA



"Estos premios han sido un reconocimiento al esfuerzo y a la labor desempeñada en cuatro años de trabajo muy intenso."

Francesc Llonch,
director comercial de Gavà Grup

SEGUNDO PREMIO: ZUMOS "THE JUICE LOVER"



"Desde la ética y el respeto por el entorno, trabajamos para crear unos productos naturales y saludables."

Ramon Pons y Joaquim Font,
socios de Talls i més

TERCER PREMIO: COOPERATIVA AGRÍCOLA HORTEC



"Es importante analizar nuestra realidad con perspectiva, mirar hacia delante y pensar qué y cómo podemos mejorar."

Núria Cantí,
gerente de Hortec, cooperativa agrícola de productos ecológicos

Nuevos estudios del Observatorio de Tendencias

Este servicio de Mercabarna continúa dando respuesta a las inquietudes e intereses de las empresas del recinto a través del análisis y el estudio de temas de presente y futuro del sector alimentario.



El e-commerce de productos frescos, uno de los principales temas de estudio del Observatorio



El 2016 fue el segundo año de vida del Observatorio de Tendencias de Mercabarna, un servicio que estudia los temas emergentes y de futuro que pueden incidir en el modelo de negocio de las empresas del recinto. La finalidad es que estos análisis sean nuevas herramientas para que las firmas mejoren su posicionamiento en un mercado cambiante y competitivo.

Alrededor de 200 profesionales participaron en las dos jornadas organizadas a lo largo del año, en las que se trataron nuevos canales de venta y oportunidades de negocio en el sector agroalimentario:

El e-commerce de productos frescos

Se profundiza en el potencial de negocio de la comercialización de alimentos frescos a través de Internet, un mercado en crecimiento continuo.

El aprovisionamiento alimentario para grandes flujos de transporte

Se presenta un estudio que analiza las posibilidades de las empresas del recinto para abastecer los medios de transporte de pasajeros, principalmente los cruceros.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre las jornadas

Galería de fotos

Acciones creativas y comerciales para dinamizar el sector floral

Durante 2016 se celebraron tres demostraciones florales en Mercabarna-flor, con la finalidad de aportar nuevas ideas a los floristas y potenciar la comercialización de las empresas mayoristas del Mercado. Mercabarna y la Asociación de Empresarios Mayoristas (AEM) organizaron conjuntamente estas acciones, donde participaron más de 2.000 profesionales del sector.

Como ya es tradición, el principal acontecimiento fueron las Mercademostraciones, que bajo el título "Mercabarna-flor abierta al mundo" se convirtieron de nuevo en el escenario de presentación de las últimas tendencias florales, especialmente para la campaña navideña. La edición de este año se centró en la reinterpretación de la ornamentación floral en clave internacional, de la mano de una jornada con demostraciones florales con artistas de primer nivel y cinco escuelas de arte floral, concursos y conferencias.

Los otros actos destacados fueron las demostraciones florales temáticas de la Fiesta de la Primavera y "Cásate con las flores", en que los artistas florales crearon una amplia muestra de trabajos pensados para Sant Jordi, el Día de la Madre, la campaña de la primavera en general y la celebración de bodas.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre las demostraciones florales

Galería de fotos

CÁSATE CON LAS FLORES



MERCADEMOSTRACIONES



FIESTA DE LA PRIMAVERA



Mercabarna, centro formador de referencia en el sector agroalimentario

1.946
ALUMNOS

156
CURSOS

6.401
HORAS LECTIVAS



Durante 2016, un total de 1.946 alumnos participaron en los 156 cursos organizados por los Servicios de Formación de Mercabarna, dirigidos tanto a profesionales en activo como a personas desempleadas.

Formación continuada

Se organizaron 136 cursos, en los que participaron 1.664 alumnos. A pesar de que se experimentó un leve descenso global respecto a 2015, Mercabarna mantuvo unos niveles similares en la formación relacionada con la manipulación de productos frescos, con un aumento destacado de los cursos de pescadería.

Formación ocupacional

A lo largo de 2016 se llevaron a cabo 20 cursos para colectivos con dificultades de

inserción laboral, como es el caso de los desempleados y las personas en riesgo de exclusión social. En total, participaron 282 alumnos, que obtuvieron los certificados de profesionalidad en carnicería, gestión de almacén, pescadería, floristería y comercio, principalmente. Estos cursos se organizan en colaboración con el Servicio de Ocupación de Cataluña, Barcelona Activa y los ayuntamientos de Barcelona y de El Prat de Llobregat.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre los cursos de 2016

Galería de fotos

En transformación



El Centro Directivo de Mercabarna, más eficiente energéticamente
←

La sustitución de las cubiertas de los Mercados Centrales y la mejora de la zona de productores locales
↓

En evolución constante para continuar siendo un referente

A través de la renovación de sus instalaciones y equipamientos, Mercabarna reafirma su liderazgo con el compromiso de seguir avanzando hacia una Unidad Alimentaria más eficiente y preparada para el futuro.

PRINCIPALES ACTUACIONES EN LOS MERCADOS

Durante 2016 continuaron las obras de modernización de los Mercados Centrales, unas actuaciones que son fruto de los acuerdos firmados entre el Ayuntamiento de Barcelona, Mercabarna y los gremios de mayoristas de pescado y de frutas y hortalizas.

Mercado Central de Frutas y Hortalizas

Durante 2016 se procedió al acondicionamiento de la zona de productores locales —cambio de pavimento y renovación del techo de las marquesinas—, el espacio donde algunos agricultores, principalmente de las comarcas del Baix Llobregat y del Maresme, comercializan sus productos.

Además, se reformaron los servicios de cuatro pabellones y se inició el cambio de las cubiertas y la rehabilitación estructural de los pabellones E y F. Así mismo, se prosiguió con la adecuación de la protección antiincendios de los pabellones y la renovación de las instalaciones eléctricas de baja tensión.

Mercado Central del Pescado

En 2016 se renovó la red de aguas y se iniciaron los trabajos para cambiar la cubierta y remodelar los servicios.

OTRAS ACTUACIONES

Food Trade Center

A finales de año entró en funcionamiento este nuevo espacio de oficinas de Mercabarna, ubicado en el edificio de bancos y cajas, que está concebido para que empresas y profesionales puedan tener un lugar donde trabajar durante su estancia en el polígono alimentario.

Zona comercial y Centro Directivo

Uno de los principales proyectos iniciados en 2016 fue la urbanización de la zona

comercial y del área del lago, que comportó el cambio de pavimento, la instalación del nuevo alumbrado y la canalización de aguas.

Paralelamente, se reformó la fachada del edificio del Centro Directivo de Mercabarna para mejorar la eficiencia energética.

Pabellón Polivalente y Multiservicio I

Además de los trabajos en los Mercados Centrales, se pusieron al día las instalaciones eléctricas de baja tensión del Pabellón Polivalente y empezó la mejora de la cubierta del Multiservicio I, obras que finalizarán durante 2017.

Plan de movilidad

Por otro lado, y a raíz de la llegada de la L9 del metro, se habilitó un recorrido seguro para los peatones que acceden al polígono desde la parada, que está situada en la puerta K del recinto.

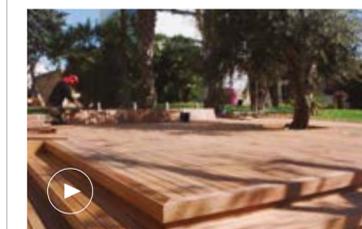


CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

Galería de fotos

Principales proyectos de renovación



Ciudad próxima



Mercabarna trabaja día y noche para alimentarnos, pero a pesar de ejercer esta importante tarea es aún una gran desconocida para los **ciudadanos**. Por esta razón, impulsa iniciativas muy diversas que, además de dar a conocer su particular universo, sirven como transmisoras de sus valores e inquietudes. Sin olvidar, por descontado, el papel fundamental de los **profesionales** que con su esfuerzo y pasión por su trabajo ayudan a posicionar Mercabarna como un referente indiscutible.



A ciudadanos

Mercabarna impulsa un premio de fotografía

La ciudad alimentaria de Barcelona, la encargada de garantizar que los productos frescos lleguen a nuestros hogares, todavía es una gran desconocida entre los ciudadanos y ciudadanas. Por ello, en 2016 Mercabarna convocó los galardones de fotografía 'Mercabarna Enfoca', que han acercado la vida y la gente de este polígono alimentario a la ciudadanía.

La entrega de premios, con la presidenta y el director de Mercabarna, algunos miembros del jurado y los fotógrafos ganadores

La búsqueda de una mirada original y fresca de Mercabarna ha sido el punto de partida de estos premios dirigidos a fotoperiodistas e *instagramers* que, entre los meses de abril y junio de 2016, se convirtieron en espectadores de excepción del día y la noche de la Unidad Alimentaria. En total, 89 fotografías presentaron a concurso más de 1.000 instantáneas, que fueron valoradas por un jurado de prestigio formado por profesionales de la fotografía.

Las imágenes ganadoras: belleza e intensidad

La entrega de premios, celebrada en julio y presidida por Montserrat Ballarín, presi-

denta de Mercabarna, reconoció el reportaje documental "Universo Mercabarna", del fotoperiodista Luis Tato, que con su trabajo fue capaz de mostrar la amalgama de colores, sensaciones y actividades del recinto.

Por otro lado, Angélica Rodríguez, con su serie "Colores y puntos de vista", ganó uno de los premios en la categoría de Instagram, gracias a unas fotografías que combinan la viveza de los colores de las frutas y hortalizas del Mercado con la tecnología. El otro galardón valoró las imágenes de Sonia Troncoso, que con la fuerza del blanco y negro retrata la movilidad, diversa y constante, del polígono alimentario.



"Esta iniciativa reconoce el papel esencial de los mercados de la ciudad como ejes vertebradores de nuestros barrios y como cohesionadores sociales."

Montserrat Ballarín,
presidenta de Mercabarna

Las fotografías, más cerca de los ciudadanos

Para llegar de manera más directa a los ciudadanos, el concurso salió a la calle en forma de exposición itinerante con unas cincuenta imágenes, entre las ganadoras y las finalistas del concurso. De finales de 2016 a principios de 2017, la muestra estuvo expuesta en el Mercado de Sagrada Familia de Barcelona, un espacio por donde se calcula que pasan 14.000 personas a la semana.

En paralelo a las vivencias de los participantes, los ciudadanos pudieron seguir la evolución del concurso a través de las redes sociales, además de conocer el funcionamiento del polígono y las experiencias de trabajadores y empresarios.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

- Entrevista a los ganadores del concurso
- Exposición en el Mercado de Sagrada Familia
- Galería de fotos



89
FOTÓGRAFOS PARTICIPANTES

1.087
FOTOGRAFÍAS A CONCURSO

8.000
EUROS EN PREMIOS

Más presencia en los medios de comunicación

Durante 2016 los medios de comunicación se hicieron mucho eco de las iniciativas impulsadas por Mercabarna, de modo que se consiguió una cobertura mediática superior a la del último año. En total, se difundieron un 13% más de noticias sobre la Unidad Alimentaria.

Los temas con más repercusión mediática

- La 2.ª Carrera Mercabarna y el concurso de fotoperiodismo 'Mercabarna Enfoca'.
- El programa piloto de formación en pescadería dirigido a vendedores ambulantes y las Becas Mercabarna.
- La lucha contra el despilfarro de alimentos a través del Plan Estratégico de Aprovechamiento Alimentario.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

- Más información
- Vídeo del programa El Foraster

EL PROGRAMA EL FORASTER VISITA MERCABARNA

El especial de TV3, rodado en Mercabarna en el mes de mayo y emitido el 14 de septiembre, permitió que los ciudadanos descubrieran este gran Mercado y el importante papel que tiene en el aprovisionamiento de alimentos frescos. Presentado por el humorista Quim Masferrer, en la piel de un visitante curioso e intrépido, El Foraster también se acercó a la vertiente más humana y emocional de la "despensa de Cataluña", de la mano de las vivencias de los trabajadores y compradores que forman parte de la gran familia de Mercabarna.



← De arriba abajo, las fotografías de Luis Tato, Sonia Troncoso y Angélica Rodríguez

500.000 ESPECTADORES

20,4% DE CUOTA DE PANTALLA

Al lado de acciones y eventos para los ciudadanos

Con el objetivo de darse a conocer entre la ciudadanía, Mercabarna ha apoyado actividades diversas de tipo familiar, educativo, deportivo o alimentario. Durante 2016 se han llevado a cabo 16 colaboraciones en las que Mercabarna ha realizado aportaciones económicas y de producto fresco.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre las colaboraciones

Galería de fotos

LAS CUATRO COLABORACIONES MÁS DESTACADAS

Festa&Teca

20 de marzo

Primera edición de esta fiesta familiar impulsada por el Museu Blau y el Instituto Municipal de Mercados con el objetivo de promocionar la alimentación saludable. Mercabarna participó mediante la donación de fruta para los asistentes y de brochetas de fruta para la realización de un taller infantil.

Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea y espacio gastronómico "España, el país de los 100 quesos"

Del 25 al 28 de abril

Un año más, Mercabarna colaboró con estos dos acontecimientos de la feria Alimentaria aportando frutas y hortalizas, tanto para los asistentes al Congreso como para las degustaciones.

Triatlón y biatlón escolar

1 y 8 de junio

Competición que organiza el Instituto Barcelona Deportes, del Ayuntamiento de la ciudad, destinada a promover la práctica deportiva entre los escolares. Mercabarna aportó manzanas y plátanos para los avituallamientos de las pruebas.

Ferías agrícolas del Baix Llobregat

Abril, mayo y junio

Mercabarna apoyó las ferias del espárrago de Gavà y de Sant Isidre de Viladecans y las de la cereza de El Papiol y de Torrelles de Llobregat con la donación de material y herramientas para trabajar en el campo.



2.000

CORREDORES

800

PARTICIPANTES EN LAS ACTIVIDADES INFANTILES

3.000

EUROS RECAUDADOS PARA LA CRUZ ROJA

La 2ª Carrera Mercabarna se convirtió en una jornada festiva para toda la familia



4.000 personas participan en la 2ª Carrera Mercabarna

Si en una mañana combinas deporte, alimentación saludable y solidaridad, tienes la diversión asegurada. Eso debían de pensar las 4.000 personas que el domingo 2 de octubre se sumaron a la segunda edición de la Carrera Mercabarna.

Cuando el reloj marcaba las 8 de la mañana y los más madrugadores empezaban a llegar, Mercabarna ya estaba preparada para vivir una jornada muy emocionante: la 2ª Carrera Mercabarna. Los dorsales se habían agotado días atrás y se preveía una afluencia superior a la de la primera edición. Y así fue.

Casi 4.000 personas —2.000 corredores y el resto acompañantes, cerca de un millar más de asistentes que en 2015— se sumaron a este acontecimiento deportivo y festivo que promueve la vida sana, el ejercicio físico y los buenos hábitos alimentarios. Sin duda, volvió a ser una buena oportunidad de conocer 'la ciudad que nos alimenta' con familia y amigos.

Descubrir la despensa de Cataluña

El circuito, de 5 y 10 km, incluyó el paso por algunos lugares emblemáticos de Mercabarna, como el Mercado Central del Pescado y tres pabellones del Mercado Central de Frutas y Hortalizas. En este último punto, nueve empresas mayoristas aportaron un toque extra de animación y frescura a la fiesta y, pese a ser domingo, engalanaron sus puestos de la mejor manera: con una gran exposición de frutas y verduras.

Y mientras los runners se adentraban en esta ciudad, 800 niños y niñas participaron en una docena de actividades deportivas y de alimentación saludable. Al final, pequeños y mayores recuperaron la energía en la comida solidaria, en la que se repartieron 15.000 sardinas y 3.000 butifarras.

La carrera apoya la alimentación infantil

La responsabilidad y el compromiso social marcaron la 2ª Carrera Mercabarna, que en esta ocasión apoyó la campaña de la Cruz Roja "Démosle la vuelta al plato", que pro-

mueve la alimentación saludable y nutritiva entre los más pequeños. En total, se recaudaron 3.000 € de la comida solidaria y de la aportación voluntaria de los corredores inscritos.

Apoyo de las empresas y gremios de Mercabarna

La 2ª Carrera Mercabarna fue posible gracias a la treintena de patrocinadores, entre firmas del recinto y gremios mayoristas y detallistas. Además de las aportaciones económicas y de los servicios logísticos, los patrocinadores contribuyeron a la causa con una gran cantidad de alimentos frescos para la comida solidaria, los avituallamientos, la bolsa del corredor, los talleres infantiles y los obsequios para los ganadores.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

Galería de fotos

Vídeo de la 2ª Carrera Mercabarna



Mercabarna participa en ferias del sector agroalimentario

Durante 2016, Mercabarna siguió reforzando su posicionamiento nacional e internacional mediante la presencia en ferias profesionales.

La principal cita del año fue el salón biennial Alimentaria, celebrado en Barcelona del 25 al 28 de abril, que se volvió a convertir en el escaparate de las novedades y últimas tendencias en alimentación y bebidas.

Desde su estand, Mercabarna pudo mostrar algunas de las iniciativas solidarias y de responsabilidad social corporativa que lidera, como la colaboración con el Banco de Alimentos, las Becas Mercabarna o las campañas infantiles en las que se promocionan los hábitos de vida saludable y se promueve el consumo responsable. En cuanto a los proyectos en materia de sostenibilidad, se destacó la búsqueda de nuevas fuentes de energía y el fomento del vehículo eléctrico, mientras que el impulso de la competitividad de las empresas se ejemplificó de la mano de acciones como los premios

‘Mercabarna Innova’ o el Observatorio de Tendencias.

Presencia en otras ferias

En cuanto a los acontecimientos del sector hortofrutícola, Mercabarna participó en las ferias Fruit Logistica (Berlín) y Fruit Attraction (Madrid), a las que asistió junto con la Asociación de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas (AGEM) y el Puerto de Barcelona, además de la naviera Grimaldi Lines en el caso de la feria alemana.

Estas ferias sirvieron para poner de relieve el papel de Mercabarna como Hub Alimentario del Mediterráneo-Barcelona, es decir, una plataforma líder en la distribución de alimentos frescos, así como la amplia variedad y calidad de los productos que en ella se comercializan.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre las ferias

Un buen número de empresas del recinto también participan en estas ferias profesionales, ya que son escenarios idóneos para darse a conocer y establecer nuevas relaciones comerciales.

Mercabarna ha estado presente en algunas de las principales ferias del sector agroalimentario



Profesionales de todo el mundo se dan cita en la Unidad Alimentaria

Un año más, Mercabarna volvió a ser un centro de referencia para administraciones públicas, profesionales y empresas de todo el mundo vinculados al sector agroalimentario.

Estos encuentros sirvieron para que los visitantes —principalmente, responsables de instituciones nacionales e internacionales, compañías y profesionales del sector alimentario— pudieran profundizar en diferentes aspectos de la gestión y el modelo de funcionamiento del polígono alimentario, así como conocer la amplia oferta de productos frescos que se comercializan en Mercabarna.

De entre las visitas, destacan las de la *consellera* de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Meritxell Serret, y de la directora general de Comercio de la Generalitat de Cataluña, Montserrat Vilalta.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Consulta la relación de visitas de 2016



Visitas de estudiantes de la restauración y del sector alimentario

903 ALUMNOS DE ESCUELAS DE RESTAURACIÓN

16 CENTROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y CICLOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO

8 UNIVERSIDADES

Como ya es habitual, la visita a Mercabarna ha formado parte del plan de estudios de numerosos estudiantes que actualmente se están formando en los ámbitos de restauración, cocina, alta gastronomía, gestión y comercio alimentario, y en el sector agroalimentario en general. Y es que conocer de primera mano el principal centro de distribución de productos frescos de Cataluña es una experiencia enriquecedora, tanto en su proceso de aprendizaje como en su futuro desarrollo en el mundo laboral.



Jornadas y conferencias sobre la gestión de Mercabarna

A lo largo de 2016, Mercabarna participó en varias jornadas y eventos para profesionales del sector agroalimentario, una buena oportunidad para explicar su funcionamiento y dar a conocer los proyectos estratégicos de presente y futuro para continuar siendo un polígono alimentario de referencia.

Entre las diferentes intervenciones, destacan las ponencias ofrecidas en el Congreso Anual de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM), en el Foro Casablanca-Barcelona del IEMed o en la feria Fruit Attraction.

De arriba abajo, la directora general de Comercio de la Generalitat de Cataluña, la presidenta de Mercabarna y la *consellera* de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información



Ciudad responsable



Mercabarna está comprometida con la **sociedad** y presta especial atención a aquellos colectivos que están en situación de mayor vulnerabilidad: los desempleados, las personas con pocos recursos económicos y los niños, entre otros. Esta vertiente humana, elemento básico para entender el funcionamiento de esta Unidad Alimentaria, se complementa con el respeto por el **entorno** y el esfuerzo constante para construir una ciudad cada vez más sostenible y consciente en el uso de los recursos.



Se consolida el programa de Becas Mercabarna

La entrada de nuevos profesionales en una organización, con experiencias y conocimientos diversos, es un buen estímulo para impulsar la competitividad de las empresas y hacerlas crecer en proyectos y planes de futuro.

Con este planteamiento, las Becas Mercabarna ofrecen desde 2014 ayudas económicas para que las firmas del recinto puedan contratar a personal cualificado, especializado en tareas vinculadas con el comercio, el control de calidad y procesos y la manipulación de producto fresco.

Esta iniciativa, además de impulsar la creación de puestos de trabajo en la Unidad Alimentaria, también favorece la ocupación de dos colectivos que tienen dificultades para introducirse en el mundo laboral, como los jóvenes recién graduados y los parados de larga duración.

Durante la tercera edición de este programa, empresas de la Unidad Alimentaria contrataron a 17 profesionales, de los cuales 13 eran alumnos de formación ocupacional en los Servicios de Formación de Mercabarna y 4 eran graduados de la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona (ESAB-UPC).

Perfiles profesionales

Las Becas Mercabarna presentan un amplio abanico de perfiles profesionales que pueden satisfacer las demandas de las empresas del recinto.

- Especialistas en procesos y calidad, graduados por la Escuela Superior de Agricultura de Barcelona de la Universidad Politécnica de Cataluña.
- Especialistas en negocios y marketing internacional por la Escuela Superior de Comercio Internacional de la Universidad Pompeu Fabra.
- Profesionales procedentes de los cursos de formación ocupacional de los Servicios de Formación de Mercabarna.

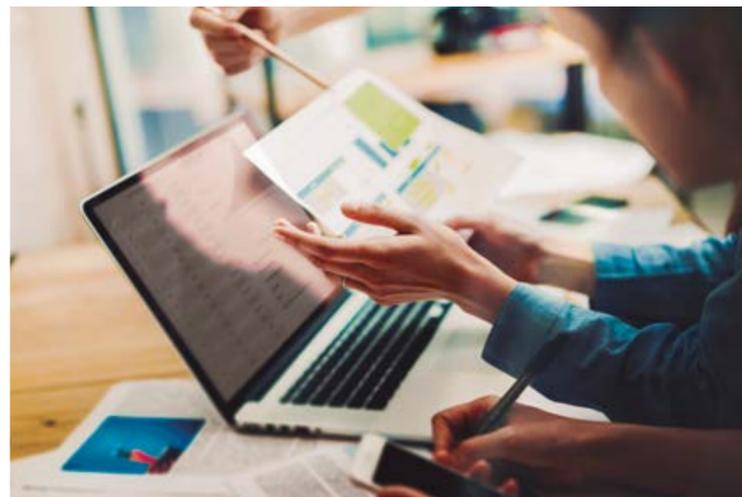
Un programa de éxito

Desde 2014, 48 personas se han beneficiado de las Becas Mercabarna, de las cuales más del 74% continúan en plantilla una vez finalizado el periodo de beca. Hasta el momento ya son 17 las empresas de Mercabarna que han formado parte del programa y buena parte de ellas han repetido la experiencia.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

Galería de fotos



BECAS 2016

17
PROFESIONALES
CONTRATADOS

13
PARADOS PROCEDENTES
DE LOS CURSOS DE LOS
SERVICIOS DE FORMACIÓN
DE MERCABARNA

4
GRADUADOS
UNIVERSITARIOS

+15%
PRESUPUESTO DESTINADO A
LAS BECAS RESPECTO A 2015

Los perfiles especializados en marketing y comercio internacional comienzan a tener demanda en el recinto



De manteros a pescaderos: un futuro laboral y social

Alassane Fall es uno de los participantes en la prueba piloto y actualmente trabaja en una empresa del recinto



Los técnicos de control de calidad, un perfil de futuro en las empresas de Mercabarna

El Ayuntamiento de Barcelona y Mercabarna diseñaron un proyecto piloto de formación en pescadería dirigido a personas que se dedican a la venta ambulante. El objetivo de esta iniciativa, que se enmarca dentro del programa de Becas Mercabarna, fue impulsar su inserción laboral a través de la formación especializada y, finalmente, regularizar su situación.

En total, once personas formaron parte de este innovador programa, que incluyó formación en competencias transversales, el aprendizaje práctico del oficio de pescadero y, por último, la realización de prácticas en empresas del sector del recinto.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Galería de fotos

Entrevista a dos participantes del programa



Los Servicios de Formación de Mercabarna dotan a las empresas de expertos en producto fresco

Mercabarna impulsa un campus de verano para niños en riesgo de exclusión social

Durante el mes de julio, Mercabarna subvencionó un campus de verano dirigido a niños y niñas de familias con pocos recursos económicos. Gracias a los talleres, 162 niños pudieron adentrarse en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas y descubrir su magia, sus colores, sus olores y sus sabores siempre sorprendentes.

Esta prueba piloto, en la que colaboró la Asociación de Empresarios Mayoristas de Frutas y Hortalizas (AGEM), se inspiró en la campaña "5 al día", una iniciativa con la que se promueve el consumo de frutas y hortalizas entre los escolares catalanes.

En total, 162 niños de entre 8 y 12 años procedentes de siete casales de Barcelona y provincia tuvieron la oportunidad de realizar actividades muy especiales en un espacio completamente nuevo: pasear por los pabellones del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, probar nuevos sabores, conocer los hábitos de vida saludable de la mano de monitores especialistas en nutrición y convertirse en pequeños chefs elaborando brochetas de frutas.

Así, los más pequeños disfrutaron de una mañana diferente, con actividades lúdicas y didácticas alrededor de la dieta mediterránea y el no desperdicio de alimentos.

Después de la primera experiencia, Mercabarna volverá a repetir este campus ampliando la duración a los meses de julio y agosto.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

Galería de fotos



El taller de degustación les permitió descubrir nuevos sabores

Paseando por el Mercado, los niños descubrieron nuevas frutas y hortalizas

"Queremos poner nuestro grano de arena para que niños y niñas de familias con pocos recursos económicos pasen un día feliz practicando juegos y hábitos alimentarios saludables."

Josep Tejado,
director general de Mercabarna



Las donaciones al Banco de Alimentos superan el millón de kilos

La implicación de las empresas de Mercabarna a favor del aprovechamiento alimentario sigue fortaleciéndose con la colaboración que mantienen con el almacén del Banco de Alimentos del recinto.

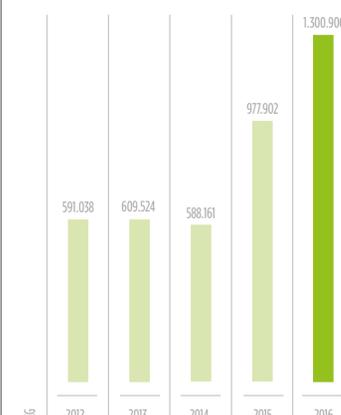
En 2016 se batieron todos los récords de donación de frutas y hortalizas en Mercabarna. Si en el ejercicio pasado las empresas mayoristas colaboraron con 977.902 kg, durante 2016 se sobrepasó la barrera del millón de kilos, con 1.300.900 kg.

Estos datos, además de mostrar el aumento progresivo de las aportaciones, reflejan el compromiso creciente de las firmas ubicadas en el recinto, que año tras año deciden donar sus productos excedentarios, así como la idoneidad de la ampliación del almacén que Mercabarna pone a disposición del Banco de Alimentos.

Pescado, carne, embutido... itodo se aprovecha!

En Mercabarna se imparten cursos en los que el producto fresco es una materia imprescindible. Por ello, los alimentos sobrantes se donan a la ONG Sense Sostre y a la Fundación Busquets, proyectos solidarios que atienden a personas en situación de vulnerabilidad.

Evolución de las donaciones de frutas y hortalizas al Banco de Alimentos (2012-2016)



1.300
TONELADAS DE PRODUCTOS
APORTADOS AL BANCO DE
ALIMENTOS

+32,5%
DONACIONES QUE EN 2015

El incremento de las donaciones demuestra el compromiso por la lucha contra el despilfarró alimentario

Más de 12.000 escolares visitan Mercabarna

Un año más, Mercabarna y los gremios de mayoristas del recinto organizaron campañas infantiles con el objetivo de seguir difundiendo hábitos de alimentación saludables, sensibilizar en el no desperdicio de alimentos y promover el respeto por el entorno natural.

Durante el curso 2015-2016, un total de 12.369 alumnos de 232 escuelas participaron en las actividades de "5 al día", "Crece con el pescado" y "Flores y plantas, cada día".

Al lado de iniciativas solidarias

A lo largo de 2016, Mercabarna colaboró con doce iniciativas solidarias vinculadas a la infancia, la salud y el deporte, principalmente. En total, Mercabarna donó más de 24.000 piezas de frutas y hortalizas y realizó aportaciones económicas a varios acontecimientos vinculados con el deporte, la infancia y la salud.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información sobre las colaboraciones solidarias

LAS TRES COLABORACIONES MÁS DESTACADAS

Barcelona Magic Line (28 de febrero)
Caminata por Barcelona organizada por la Obra Social del Hospital San Juan de Dios para recaudar fondos destinados a proyectos solidarios. Mercabarna realizó una aportación económica y donó 15.000 piezas de frutas para los avituallamientos.

Special Olympics (23-27 de noviembre)
Principal acontecimiento deportivo de Europa para personas con discapacidad intelectual, Mercabarna donó 1.000 kg de fruta para los 1.400 asistentes.

La Marató de TV3 (13 de diciembre)
Programa de la televisión catalana para promover la investigación biomédica y la sensibilización sobre determinadas enfermedades. Mercabarna aportó 700 kg de frutas y hortalizas para los más de 1.600 voluntarios.

Compromiso unánime contra el desperdicio de alimentos

Mercabarna y las asociaciones empresariales del recinto unieron esfuerzos para minimizar los excedentes alimentarios que se generan en la actividad diaria del polígono, a través de la firma de un manifiesto.

Los representantes de Mercabarna y de los gremios empresariales del recinto escenifican su compromiso

El 2016 fue un año clave en la lucha contra el desperdicio alimentario en Mercabarna, objetivo que se materializó en el Plan Estratégico de Aprovechamiento Alimentario, en el que se definieron las líneas de acción principales para reducir los excedentes alimentarios, optimizar la gestión de residuos y sensibilizar sobre el consumo responsable.

El primer paso de este proyecto fue la firma del Manifiesto para la reducción del desperdicio alimentario por parte de Mercabarna, la Asociación de Empresas Concesionarias (Assocome), el Gremio de Mayoristas de Frutas y Hortalizas (AGEM) y el Gremio de Mayoristas del Mercado Central del Pescado (GMP).

Con este acuerdo también se quiso mostrar el compromiso en bloque de la Unidad

Alimentaria para conseguir una cadena de abastecimiento de alimentos cada vez más sostenible y responsable con el entorno y los recursos.

Un estudio previo para diagnosticar la situación

En este análisis se determinó que en Mercabarna se desperdicia un 0,5% de los alimentos. Si bien se trata de un porcentaje bajo respecto a los otros mercados, centros comerciales y hogares, la voluntad de Mercabarna es lograr el desperdicio cero.

Actuaciones previstas para reducir los excedentes de alimentos

Consciente de las implicaciones económicas, sociales y medioambientales de este

“Desde la responsabilidad que implica ser un actor clave en el suministro alimentario de Barcelona, Mercabarna quiere conseguir que la cadena de abastecimiento de alimentos sea más sostenible y responsable.”

Montserrat Ballarín
Presidenta de Mercabarna

fenómeno, Mercabarna está optimizando la recogida y gestión de residuos en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas. Asimismo, también se está trabajando en el aislamiento térmico de los puntos de venta, con el fin de mejorar las condiciones de conservación de los productos frescos, en especial durante el verano.

Además, se iniciará el proceso de creación de un Centro de Aprovechamiento de Alimentos para hacer una selección más exhaustiva de los alimentos aptos para el consumo y propiciar el aumento de la colaboración con las entidades sociales que atienden a personas con pocos recursos.

Finalmente, también se llevarán a cabo campañas de sensibilización y educación dirigidas a los mayoristas y trabajadores del recinto, así como entre los 12.000 niños que cada año visitan Mercabarna en el marco de las campañas infantiles.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

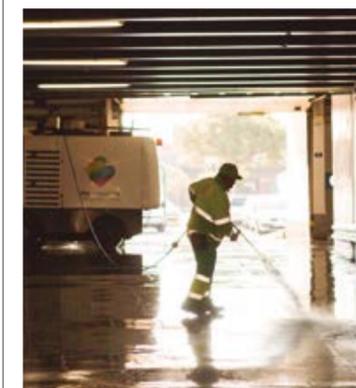
Entrevista con los firmantes del manifiesto



El 73% de los residuos de Mercabarna se reciclan



La política medioambiental de Mercabarna se basa en un sistema específico de recogida y separación de residuos



Durante el 2016 se generaron 30.462 toneladas de residuos comerciales e industriales.

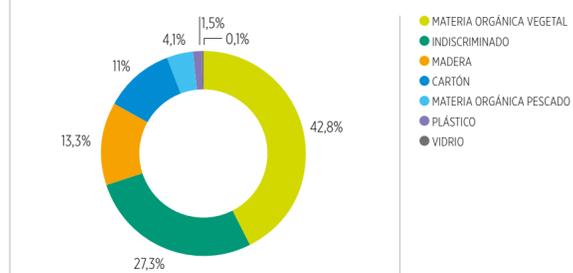
De las 22.802 toneladas de residuos comerciales procedentes de la actividad de mayoristas y detallistas, se recicló el 72,8% gracias al sistema de recogida y de separación de residuos que está implantado en el recinto.

Por otro lado, se recogieron 7.659 toneladas de residuos industriales, procedentes mayoritariamente de la estación depuradora de aguas residuales (EDAR) y de la actividad del Matadero. Estos residuos se transportaron hacia los diferentes gestores autorizados para su correcto tratamiento.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

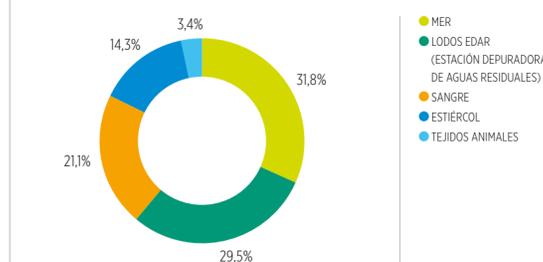
Más información

Residuos comerciales recogidos en Mercabarna* (2016)



* Porcentajes respecto al total de residuos comerciales.

Residuos industriales recogidos en Mercabarna* (2016)



* Porcentajes respecto al total de residuos industriales.

25% de energía verde para la Unidad Alimentaria

Mercabarna y la Asociación de Concesionarios de Mercabarna (Assocome), a través de la comisión de energías, participaron en el mes de marzo en una subasta electrónica para contratar de forma conjunta luz y gas.

Este sistema de contratación, que se puso en marcha en 2013, tiene como finalidad que las empresas suministradoras ofrezcan precios más competitivos y, en consecuencia, poder reducir el volumen de gastos de las firmas del recinto.

La novedad principal de la subasta de 2016 fue que el 25% de la energía que reciben Mercabarna y las empresas del recinto vinculadas a este acuerdo es verde, es decir, que durante su producción no se generarán emisiones de CO₂. Y es que esta fue una de las condiciones de la subasta, en consonancia con las acciones que se impulsan a favor de la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

¿CUÁL ES EL AHORRO ECONÓMICO DE LA SUBASTA ENERGÉTICA?



En 2016 se llegó al nivel máximo de ahorro desde el inicio de la comisión de energía:

- Subasta 2013**
Primera subasta: 7,9% de ahorro en la tarifa de luz y gas respecto al precio vigente en aquellos momentos.
- Subasta 2014**
Tarifa un 0,22% inferior en comparación con la subasta de 2013.
- Subasta 2016**
12,3% menos en la tarifa de luz y gas respecto a la última subasta, que fue en 2014.

Durante 2016, las empresas de Mercabarna han comercializado más de 2 millones de toneladas de alimentos y casi 9 millones de unidades de productos florales.

Mercado Central de Frutas y Hortalizas

El 2016 ha sido un año positivo para el Mercado, en gran medida gracias a la buena campaña de la fruta de hueso (como el melocotón, la nectarina o la cereza) y a la recuperación del consumo del producto exótico. Las ventas globales se han incrementado en un 4,1% respecto al ejercicio anterior, y con 1.105.692 toneladas comercializadas se ha consolidado la tendencia positiva de los últimos años. El precio medio también ha aumentado un 5,3% y se ha situado en los 0,92 €/kg.

Frutas

Durante este ejercicio se han vendido 507.794 toneladas de frutas a una cotización media de 1,13 €/kg. Estas cifras indican un aumento del 4,2% en el volumen comercializado, mientras que el precio medio se mantiene similar al de 2015 y solo experimenta una ligera subida del 0,9%.

Hortalizas

El comportamiento de las hortalizas también confirma la tendencia positiva de los últimos ejercicios, a pesar de que su crecimiento es más moderado. El volumen comercializado ha sido de 571.796 toneladas a un precio medio de 0,62 €/kg, lo que en relación con el año pasado supone un incremento del 1,8% y del 3,3%, respectivamente.

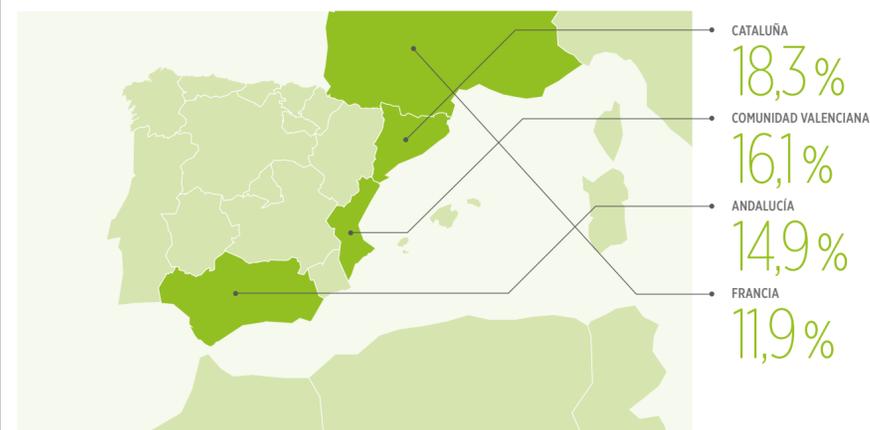
Orígenes de los productos

Los productos de origen español continúan dominando el Mercado y representan el 74,7% del total comercializado, mientras que el 25,3% restante son de importación. Por este orden, Cataluña, la Comunidad Valenciana, Andalucía, Francia y Murcia son los principales proveedores.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información estadística

Orígenes de los productos del Mercado Central de Frutas y Hortalizas (2012-2016)



Evolución de la comercialización y del precio medio (2012-2016)



Mercado Central del Pescado

El volumen de comercialización del Mercado Central del Pescado ha sido de 70.974 toneladas, un 3,2% inferior a los datos registrados en 2015. En cambio, la cotización media sigue la tendencia alcista de los últimos ejercicios, con un aumento de un 6,8%, y se sitúa en los 7,51 €/kg.

Producto fresco

En la misma línea que los resultados globales del Mercado, durante 2016 han disminuido las toneladas vendidas de producto fresco (-2,7%), mientras que el precio medio se ha incrementado (+7,4%). En valores absolutos, se han comercializado 60.094 toneladas a una cotización media de 7,30 €/kg.

Producto congelado

También se aprecia un comportamiento similar en los congelados, que durante 2016 han sufrido un retroceso del 5,8% en las ventas y un aumento del 5,4% en los precios. En total, se han comercializado 10.631 toneladas a una cotización media de 8,65 €/kg.

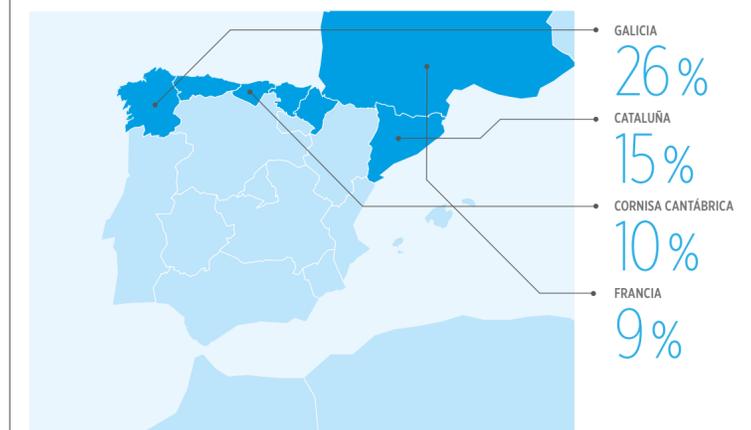
Orígenes del producto fresco

El 61% del pescado y marisco fresco que se comercializa en el Mercado es de origen español, mientras que el 39% es de importación. Los principales proveedores continúan siendo Galicia, Cataluña, la cornisa cantábrica, Francia y países de la Europa no comunitaria, principalmente Noruega y Turquía.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información estadística

Orígenes de los productos frescos del Mercado Central del Pescado (2012-2016)



Evolución de la comercialización y del precio medio (2012-2016)



Mercabarna-flor

El volumen de ventas en Mercabarna-flor durante 2016 se ha reducido un 16,6% respecto a 2015, mientras que la cotización media se ha incrementado un 1,2%. En total, se han comercializado 8.968.729 unidades de flores, plantas y complementos, a un precio de 0,86 €/unidad.

Flores

Durante 2016 se han comercializado 7.460.899 unidades, a un precio medio de 0,67 €/unidad. Estos datos indican un retroceso del 19,2% en el volumen de ventas, al tiempo que sube la cotización media en un 3,1% respecto al ejercicio anterior.

Plantas

La comercialización ha disminuido un 10,1%, lo que en unidades vendidas representa un total de 535.400. Aun así, la caída de precios es todavía más contundente (-25,8%), con un precio medio situado en 1,55 €/unidad.

Complementos

Estos productos sufren un descenso en las ventas del 5,3%, con un total de 197.722 unidades comercializadas. Por otro lado, el precio medio baja hasta los 2,62 €/unidad, un 13,3% menos que en 2015.

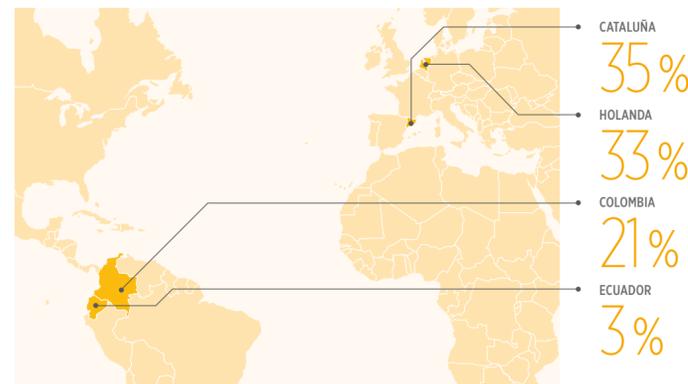
Orígenes de los productos

En 2016 ha crecido el volumen de flores y plantas de origen nacional, que ya representa el 63% del global comercializado, y Cataluña es el productor principal. Por otro lado, el 37,1% son productos de importación y proceden mayoritariamente de Holanda y Colombia y, de forma más residual, de Ecuador.

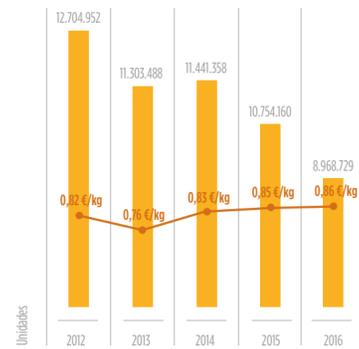
CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información estadística

Orígenes de los productos comercializados en Mercabarna-flor (2012-2016)



Evolución de las unidades comercializadas y precio medio (2012-2016)



Matadero

A lo largo del ejercicio se han sacrificado 22.567 toneladas de ternera, cordero, cabrito y caballo en el Matadero de Mercabarna, lo que supone un incremento del 2,5% respecto a 2015. Esta tendencia positiva también se refleja en el precio, puesto que sube un 1,9% en relación con el año pasado y se sitúa en los 4,24 €/kg.

Ternera

Durante 2016 se han incrementado ligeramente el volumen sacrificado (17.697 toneladas) y el precio medio (3,35 €/kg), con una diferencia porcentual del 1,3% y del 1,5%, respectivamente.

Cordero

Las toneladas sacrificadas se han incrementado un 9,3%, y se ha alcanzado un volumen total de 4.196 toneladas. En cambio, la cotización media se mantiene (-0,6%) y se traduce en un importe medio de 7,70 €/kg.

Cabrito

Su comportamiento ha venido marcado por una estabilidad en los sacrificios (-0,5%) y un descenso del precio medio (-6,4%). En total se han sacrificado 212 toneladas, que se han comercializado a 12,5 €/kg.

Caballo

Con 460 toneladas sacrificadas, esta especie sigue un año más disminuyendo en volumen de sacrificios (-7,2% respecto al 2015). En cambio, la cotización media ha subido un 8,6% y se ha situado en 2,90 €/kg.

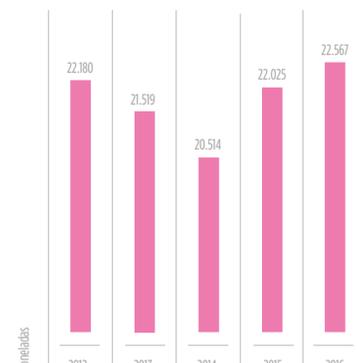
Consumo nacional y exportaciones

En este ejercicio se ha registrado un estancamiento de la comercialización interior. En cambio, las exportaciones han crecido de forma generalizada, gracias a la consolidación de los mercados existentes y a la apertura de nuevos canales de venta.

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información estadística

Evolución de los sacrificios (2012-2016)



Zona de Actividades Complementarias

Las empresas que forman parte de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna, principalmente del sector hortofrutícola, del pescado y marisco, de frigoríficos de servicio y del sector cárnico, distribuyeron 843.146 toneladas de mercancías durante 2016.

Sector de frutas y hortalizas

La actividad de las empresas del sector hortofrutícola ubicadas en la ZAC se ha incrementado ligeramente, en consonancia con los buenos datos registrados en el Mercado durante el ejercicio.

En el caso de las empresas de distribución de frutas y hortalizas, durante 2016 han distribuido 345.800 toneladas, es decir, un 5,2% más que en el pasado ejercicio. En esta categoría se incluyen las empresas de distribución y elaboración, las cadenas de fruterías, las centrales de compras de supermercados y los proveedores del canal *foodservice*.

Este comportamiento positivo se repite en el caso de las compañías de maduración y distribución de plátanos y bananas, que han experimentado un crecimiento del 7% y han alcanzado un volumen total de 126.456 toneladas.

Aun así, la cotización al alza de la patata durante prácticamente todo 2016 ha provocado que las empresas especializadas experimenten un retroceso del 4,7% en la distribución, lo que ha significado un total de 183.384 toneladas.

Sector del pescado

Desde las instalaciones de la ZAC, durante 2016 se ha registrado una distribución de pescado de 70.562 toneladas (-2,8%) y un movimiento de mercancías en los frigoríficos de servicio de 82.787 toneladas (-7,2%).

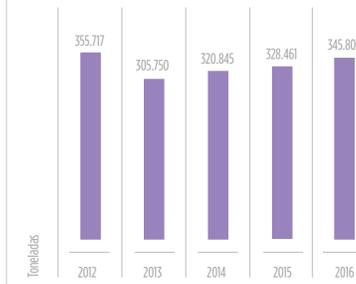
Sector cárnico

La actividad de las empresas cárnicas de la ZAC ha crecido un 6,1%, y alcanza un volumen global de 34.157 toneladas. El Matadero de Mercabarna provee el 56,4% de la materia prima que utilizan estas compañías, un 14,3% más que en 2015.

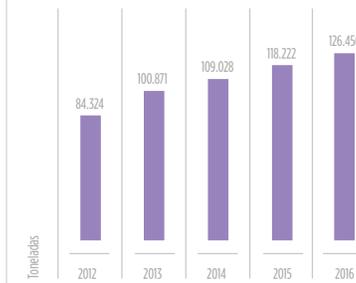
CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información estadística

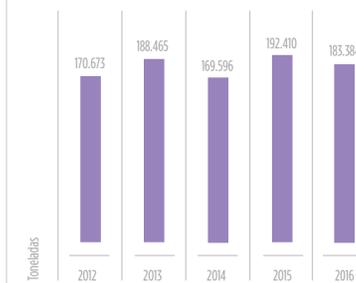
Evolución de la comercialización de las empresas de distribución de frutas y hortalizas (2012-2016)



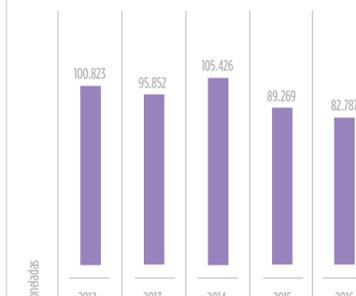
Evolución de la comercialización de las empresas especializadas en plátanos y bananas (2012-2016)



Evolución de la comercialización de las empresas especializadas en patatas (2012-2016)



Evolución del volumen de congelados distribuidos por las empresas frigoríficas de Mercabarna (2012-2016)



Accesos

Durante 2016 han accedido a Mercabarna 3.494.546 vehículos, un 1% menos que el año pasado. Este porcentaje no es significativo en cuanto al volumen global, puesto que, además de representar un descenso muy bajo, este tipo de variaciones suelen estar vinculadas a la distribución de los días festivos en el calendario laboral. Así mismo, este año hay que añadir otro elemento: la llegada del metro a Mercabarna en febrero de 2016.

Entradas en Mercabarna según el tipo de vehículo (2015-2016)

	2015	2016	%
Turismos	1.777.311	1.732.076	-2,50
Furgonetas	601.191	590.137	-1,80
Camiones	616.686	627.830	+1,80
Tráileres	243.783	249.982	+2,50
Motos	190.712	192.969	+1,02
Servicio público	101.581	101.552	-0,03
Total	3.531.264	3.494.546	-1,00

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

Más información

EL METRO HA LLEGADO A MERCABARNA

El 12 de febrero de 2016 entró en funcionamiento el tramo sur de la línea 9 de metro, que mejora la conexión entre Mercabarna y el Área Metropolitana con transporte público. La parada está ubicada en la entrada de la puerta K del recinto, y se ha habilitado un acceso peatonal específico.

Aunque en las estadísticas de entradas no se contabiliza el volumen de usuarios que acceden a Mercabarna en metro, Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) calcula que desde la puesta en marcha del metro esta estación tuvo 587.632 usuarios, una media mensual de 48.969.





Mercabarna mantuvo la tendencia positiva del ejercicio anterior y logró un beneficio antes de impuestos de 6.238.757 euros. Así mismo, la cifra de negocio fue de 28.459.287 euros, cifra que representa un ligero incremento del 1,5% respecto a 2015.

Los otros ingresos de explotación aumentaron un 2%, gracias a la reactivación de los traspasos entre empresas ubicadas en la Zona de Actividades Complementarias. Así mismo, los gastos de explotación fueron un 2% superiores a 2015, principalmente por los gastos asociados al mantenimiento y conservación del recinto y de sus instalaciones.

Inversiones

Durante 2016 se invirtieron 7,2 millones de euros, destinados mayoritariamente a los trabajos vinculados con el cambio de cubiertas y la instalación de las protecciones contraincendios del Mercado Central de Frutas y Hortalizas. Por otro lado, la sustitución de la cubierta y la renovación de la red de aguas fueron los principales gastos en el marco del proyecto de modernización del Mercado Central del Pescado.

Las previsiones para el próximo ejercicio estiman la realización de actuaciones por valor de 18 millones de euros, en las que se incluirán nuevas acciones de renovación en los Mercados, la reforma del edificio de locales y oficinas, el mantenimiento del Matadero y las mejoras en el alumbrado público.

Activo

	2015	2016
ACTIVO NO CORRIENTE	83.787.016,66	89.934.294,18
Inmovilizado intangible	319.697,40	267.168,94
Aplicaciones informáticas	260.101,82	209.154,00
Otro inmovilizado intangible	59.595,58	58.014,94
Inmovilizado material	76.957.078,79	79.581.566,63
Terrenos y construcciones	68.870.764,55	68.302.948,52
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	7.770.206,21	7.934.861,37
Inmovilizado en curso y anticipos	316.108,03	3.343.756,74
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	90.151,82	90.151,82
Instrumentos de patrimonio	90.151,82	90.151,82
Inversiones financieras a largo plazo	6.010.413,75	9.568.753,77
Créditos a terceros	3.998.720,25	3.365.201,09
Otros activos financieros	2.011.693,50	6.203.552,68
Activos por impuesto diferido	409.674,90	426.653,02
ACTIVO CORRIENTE	25.887.674,04	25.263.070,44
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	3.428.963,04	3.591.440,46
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	3.267.118,52	2.840.079,23
Clientes empresas del grupo y asociados	17.914,80	92.934,52
Deudores varios	112.508,38	98.213,84
Personal	30.215,56	42.632,10
Activos por impuesto corriente	0,00	517.580,77
Otros créditos con las administraciones públicas	1.205,78	0,00
Inversiones financieras a corto plazo	20.643.655,29	20.155.416,50
Créditos a empresas	515.202,30	330.377,64
Otros activos financieros	20.128.452,99	19.825.038,86
Periodificaciones a corto plazo	119.264,43	74.233,55
Efectivo y otros activos líquidos	1.695.791,28	1.441.979,93
TOTAL ACTIVO	109.674.690,70	115.197.364,62

Patrimonio neto y pasivo

	2015	2016
PATRIMONIO NETO	86.913.810,45	91.724.640,45
Fondos propios	85.985.294,77	91.023.845,24
Capital escrutado	14.287.813,40	14.287.813,40
Reservas	65.510.136,97	70.584.314,94
Legal y estatutarias	2.857.620,23	2.857.620,23
Otras reservas	62.652.516,74	67.726.694,71
Acciones y participaciones en patrimonio propias	-101.297,71	-101.297,71
Resultado del ejercicio	6.288.642,11	6.253.014,61
Subvenciones, donaciones y legados	928.515,68	700.795,21
PASIVO NO CORRIENTE	15.464.197,03	14.770.466,59
Provisiones a largo plazo	1.482.931,22	818.992,32
Otras provisiones	1.482.931,22	818.992,32
Pasivos por impuestos diferidos	96.958,88	87.498,54
Periodificaciones a largo plazo	13.884.306,93	13.863.975,73
PASIVO CORRIENTE	7.296.683,22	8.702.257,58
Provisiones a corto plazo	178.698,18	0,00
Otras provisiones	178.698,18	0,00
Deudas a corto plazo	2.555.480,25	3.942.453,29
Otros pasivos financieros	2.555.480,25	3.942.453,29
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.518.454,01	3.582.048,06
Proveedores empresas del grupo y asociadas	80.046,25	57.647,76
Acreedores varios	2.405.550,35	2.692.535,44
Personal, remuneraciones pendientes de pago	469.908,83	485.960,34
Pasivo por impuesto corriente	98.278,54	0,00
Otras deudas con administraciones públicas	464.670,04	345.904,52
Periodificaciones a corto plazo	1.044.050,78	1.177.756,23
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	109.674.690,70	115.197.364,62

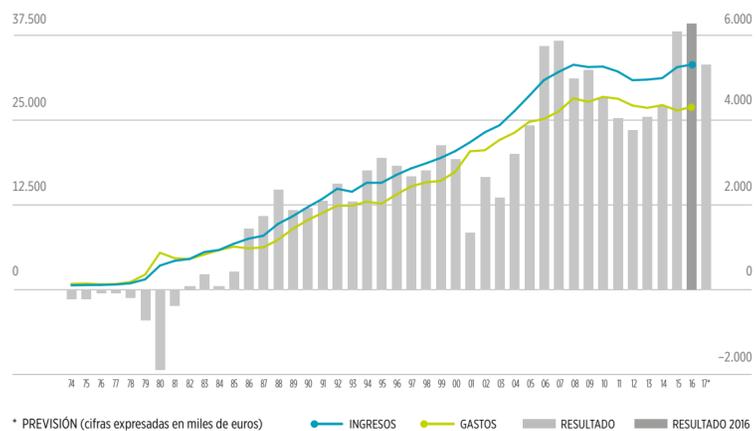
Cuentas de pérdidas y ganancias

	2015	2016
OPERACIONES CONTINUADAS		
Importe neto de la cifra de negocios	28.038.439,25	28.459.286,86
Prestación de servicios	28.038.439,25	28.459.286,86
Aprovisionamientos	-2.582.790,30	-2.663.447,32
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	-251.368,79	-244.722,76
Trabajos realizados por otras empresas	-2.331.421,51	-2.418.724,56
Otros ingresos de explotación	4.157.611,68	4.238.623,96
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	3.978.034,57	4.084.871,38
Subvenciones de explotación incorporadas a resultado del ejercicio	179.577,11	153.752,58
Gastos de personal	-7.039.194,53	-7.136.800,32
Sueldos, salarios y similares	-5.129.002,11	-5.028.104,89
Cargas sociales	-1.910.192,42	-2.108.695,43
Otros gastos de explotación	-12.541.449,48	-12.783.757,61
Servicios exteriores	-10.086.282,57	-10.264.327,07
Tributos	-2.456.456,72	-2.471.659,27
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	1.289,81	-47.771,27
Amortización del inmovilizado	-3.956.372,37	-4.200.945,59
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	97.033,83	237.180,81
Deterioro y resultado de enajenaciones del inmovilizado	-232.633,70	-120.060,84
Resultados por enajenaciones y otros	-232.633,70	-120.060,84
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	5.940.644,38	6.030.079,95
Ingresos financieros	465.207,41	364.166,61
De valores negociables y otros instrumentos financieros		
De terceros	465.207,41	364.166,61
Gastos financieros	-167.647,50	-110.731,76
Por deudas con terceros	-167.647,50	-110.731,76
Diferencias de cambio	2.851,16	242,24
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00	0,00
Deterioro y resultado por enajenaciones y otras	0,00	0,00
RESULTADO FINANCIERO	300.411,07	253.677,09
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	6.241.055,45	6.283.757,04
Impuesto sobre beneficios	47.586,66	-30.742,43
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP. CONTINUADAS	6.288.642,11	6.253.014,61
Operaciones interrumpidas		
Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas netas de impuestos	0,00	0,00
RESULTADO DEL EJERCICIO	6.288.642,11	6.253.014,61

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

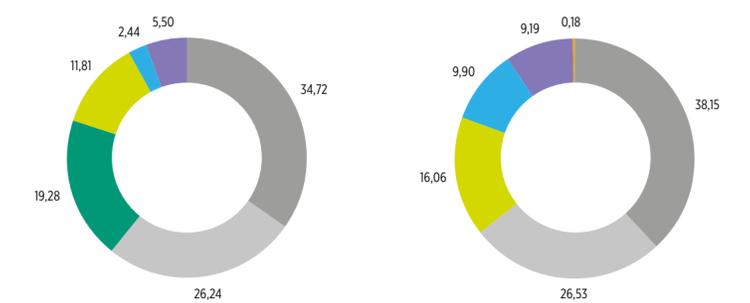
Ingresos, gastos y resultados antes de impuestos

Evolución (1974-2017)*



* PREVISIÓN (cifras expresadas en miles de euros) — INGRESOS — GASTOS — RESULTADO — RESULTADO 2016

Ingresos y gastos de explotación



INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

- ZAC, PABELLONES Y LOCALES 34,72%
- MERCADOS CENTRALES 26,24%
- MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS 17,91%
- MERCADO CENTRAL DEL PESCADO 8,33%
- MATADERO 19,28%
- ACCESOS 11,81%
- MERCABARNA-FLOR 2,44%
- OTROS 5,50%

GASTOS DE EXPLOTACIÓN

- SERVICIOS EXTERIORES 38,15%
- PERSONAL 26,53%
- AMORTIZACIONES, DETERIOROS Y BAJAS 16,06%
- APROVISIONAMIENTOS 9,90%
- TRIBUTOS Y OTROS 9,19%
- OTROS 0,18%

Ejercicio 2016

PROPUESTA Y DISTRIBUCIÓN DE RESULTADOS	
Resultado del ejercicio	6.253.014,61
Dividendos	1.214.464,14
Reserva voluntaria	5.038.550,47

Órganos de representación

CONTENIDOS EXTRA EN LA WEB

- Relación de personal
- Asociaciones empresariales de Mercabarna

Accionistas

Barcelona de Serveis Municipals, SA (50,69%)
 Empresa Nacional Mercasa (36,79%)
 Consejo Comarcal del Barcelonés (12,16%)
 Autocartera (0,36%)

Consejo de Administración

PRESIDENTE/A
 Agustí Colom Cabau (1)
 Montserrat Ballarín Espuña (2)

VICEPRESIDENTE PRIMERO
 Miguel Ramírez González

VICEPRESIDENTE SEGUNDO
 Jordi Torrades Aladren (1)
 Agustí Colom Cabau (2)

CONSEJEROS/AS
 Barcelona de Serveis Municipals, SA
 Sònia Recasens i Alsina
 Raimond Blasi i Navarro
 Francisco Sierra López
 Alfred Bosch Pascual (3)
 Trini Capdevila Bruniol (4)
 Jordi Torrades Aladren (2)
 Xavier Mulleras Vinzia
 Xavier Idrach Queral (5)
 Xavier Monge Profitós (6)

Empresa Nacional Mercasa
 José A. Crespo Albelda
 Manuel Estrada-Nora Rodríguez
 M.ª Jesús Prieto Jiménez
 María Vázquez González
 Vanessa Moreno Vincent

Consejo Comarcal del Barcelonés
 José M.ª García Mompel
 Jordi Martí i Galbís

SECRETARIA
 Lidia Redón Palaín

DIRECTOR GENERAL
 Josep Tejedo Fernández

(1) Hasta el 20/07/2016 | (2) Desde el 20/07/2016
 (3) Hasta el 29/03/2016 | (4) Desde el 29/03/2016
 (5) Hasta el 01/12/2016 | (6) Desde el 01/12/2016

Comisión Ejecutiva

Montserrat Ballarín Espuña (2)
 Miguel Ramírez González
 Agustí Colom Cabau (2)
 Jordi Torrades Aladren (2)
 María Vázquez González

Equipo Directivo

DIRECTOR GENERAL
 Josep Tejedo Fernández

SUBDIRECCIÓN GENERAL Y DIRECCIÓN DEL ÁREA DE GESTIÓN:
 Lidia Redón Palaín

- > **Dirección Económica y Financiera**
 Arantxa González Pelegrín
- > **Administración**
 Ferran González Torras
- > **Dirección de Organización y Recursos Humanos**
 Maite Palat Gubert
- > **Tecnologías de la Información**
 Teresa Febré Muniente
- > **Relaciones Laborales**
 Rosa Arró Mañé
- > **Servicios Jurídicos**

DIRECCIÓN DEL ÁREA DE NEGOCIO

- Ingrid Buera Nadal
- > **Mercado Central de Frutas y Hortalizas y ZAC**
 Tomàs Quesada Bautista
- > **Matadero**
 Diana Sumelzo Pradas
- > **Mercado Central del Pescado**
 Jordi Defez Torelló
- > **Mercabarna-flor**
- > **Seguridad y Vigilancia**
 Juan Carlos Oviedo Sierra
- > **Comunicación**
 Montse Diego Pérez
- > **Medios de comunicación**
 Roser Lapuente Camins
- > **Responsabilidad Social Corporativa**
 > **Back Office y Relaciones Institucionales**

DIRECCIÓN DEL ÁREA DE ESTRATEGIA

- Pablo Vilanova Montagut
- > **Dirección Comercial**
 Josep Garcia Quintana
- > **Desarrollo de Infraestructuras**
 Teresa Ricol Carreras
- > **Medio Ambiente y Limpieza**
 Georgina Cepas Ordax
- > **Oficina Técnica y Nuevos Proyectos**
 > **Consultoría Internacional**