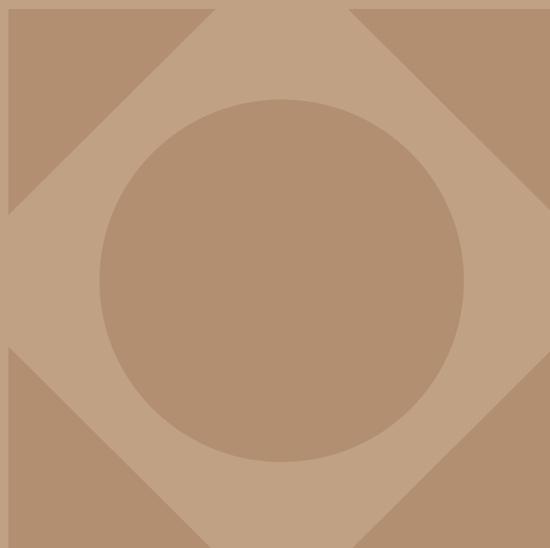
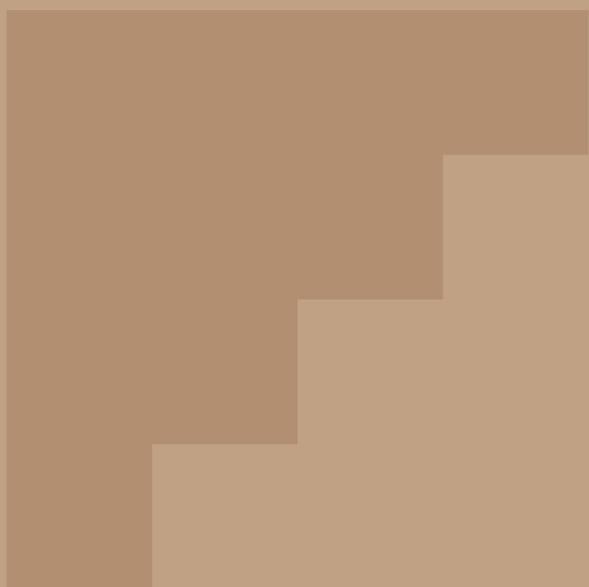


Memoria
de actividades

Mercabarna
2021



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

Studio Carreras

Impresión

Agpograf

© 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.

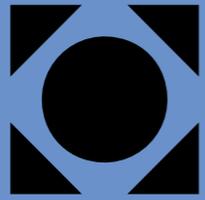
Depósito legal: B 12231-2021

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

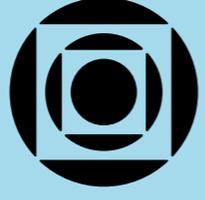
Índice de contenidos



7
**Balance
comercial**



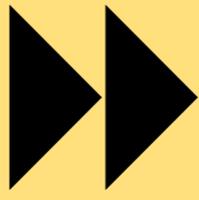
23
**Más
grande**



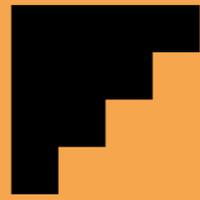
29
**Más
segura**



35
**Más
sostenible**



47
**Más
eficiente**



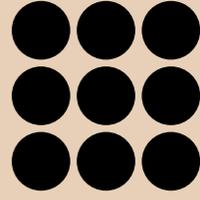
56
**Más
competitiva**



64
**Más
preparada**



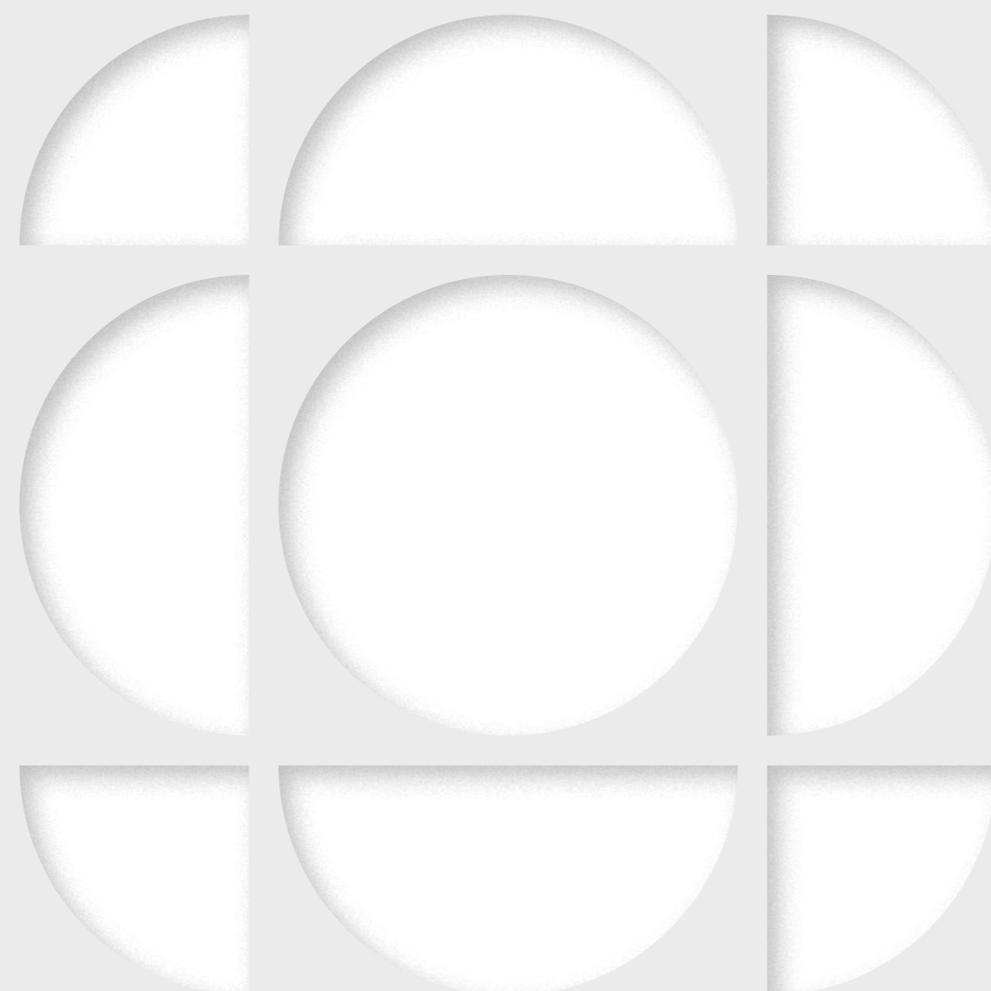
75
**Más
próxima**



91
**Estados
financieros**

En 2021 el conjunto de empresas
 mercadería comercializada
 341.29 toneladas de alimento
 (frutas y hortalizas, pescado y
 mariscos y productos cárnicos).
 Asimismo en Mercadería a-flor
 hierba 189.55 toneladas
 flores, plantas y complementos.

Balance comercial



10
**Mercado Central
 de Frutas y Hortalizas**

12
**Mercado Central
 del Pescado**

14
**Zona de Actividades
 Complementarias**

16
Mercabarna-flor

18
Biomarket

20
Accesos

En 2021 el conjunto de empresas de Mercabarna comercializaron 2.341.293 toneladas de alimentos (frutas y hortalizas, pescado y marisco, y productos cárnicos). Asimismo, en Mercabarna-flor se vendieron 6.489.554 unidades de flores, plantas y complementos.

Balance comercial

Mercado Central de Frutas y Hortalizas

El volumen de comercialización del Mercado Central de Frutas y Hortalizas fue de 1.123.627 toneladas, un 2,3% menos que en el anterior ejercicio, principalmente por los efectos de las restricciones derivadas del COVID-19. El precio medio se incrementó un 3,1% y alcanzó los 1,05€/kg.



EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DEL PRECIO MEDIO (2018-2021)

AÑO	TONELADAS	PRECIO MEDIO
2018	1.176.292	0,89€/kg
2019	1.212.275	0,99€/kg
2020	1.149.701	1,02€/kg
2021	1.123.627	1,05€/kg

FRUTAS

Las ventas de frutas retrocedieron un 5,6%, mientras que el precio aumentó un 3,6% en relación con 2020. En términos absolutos, esto se traduce en la comercialización de 527.139 toneladas a 1,32€/kg de cotización media.

En términos generales, la mayoría de familias de frutas sufrieron una caída de las ventas. Sin embargo, destaca especialmente el comportamiento del plátano de Canarias, cuya producción se vio afectada por la explosión del volcán de La Palma.

FRUTAS MÁS COMERCIALIZADAS

PLÁTANO	121.364 TONELADAS
NARANJA	60.576 TONELADAS
SANDÍA	40.460 TONELADAS
MANDARINA	33.307 TONELADAS
MELÓN	28.345 TONELADAS

HORTALIZAS

En cuanto a las hortalizas, durante 2021 se comercializaron 574.255 toneladas a un precio medio de 0,74€/kg, que en comparación con el anterior ejercicio suponen un incremento del 0,1% y del 4,7%, respectivamente.

HORTALIZAS MÁS COMERCIALIZADAS

PATATA	208.027 TONELADAS
TOMATE	76.834 TONELADAS
CEBOLLA	47.931 TONELADAS
LECHUGA	33.291 TONELADAS
PIMIENTO	32.744 TONELADAS

ORIGEN DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS

El producto de origen nacional representa el 67,7% del total comercializado en el Mercado, mientras que el producto de importación se sitúa en el 32,3%.

Producto nacional

PRINCIPALES ORÍGENES DE LOS PRODUCTOS DE ESPAÑA (2021)*

ANDALUCÍA	16,5%
CATALUÑA	14%
COMUNIDAD VALENCIANA	11%
CANARIAS	7,6%

* RESPECTO AL TOTAL DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Producto de importación

PRINCIPALES ORÍGENES DE LOS PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN (2021)*

FRANCIA	15,1%
BRASIL	3,7%
SUDÁFRICA	3,4%
COSTA RICA	2,7%

* RESPECTO AL TOTAL DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

EXPORTACIONES

El volumen de exportaciones de frutas y hortalizas se situó entre el 30 y el 35% del total comercializado, aunque se vio afectado por las restricciones de circulación derivadas de la pandemia y por la buena climatología en Europa.

Mercado Central del Pescado

Durante 2021, el Mercado Central del Pescado comercializó 67.527 toneladas a un precio medio de 8,31 €/kg. Esto supuso un incremento del 12,4% en el volumen de ventas y del 8,2% en la cotización respecto al año anterior.

En este ejercicio se aprecian los efectos positivos de la reducción gradual de las restricciones por el COVID-19 en el sector HORECA. Sin embargo, el volumen de actividad del Mercado aún no alcanzó los niveles de normalidad anteriores a la pandemia.



EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DEL PRECIO MEDIO (2018-2021)

AÑO	TONELADAS	PRECIO MEDIO
2018	69.576	7,73€/kg
2019	71.373	7,66€/kg
2020	60.105	7,68€/kg
2021	67.527	8,31€/kg

PRODUCTO FRESCO

En la línea de los resultados globales del Mercado, el producto fresco aumentó tanto en volumen comercializado (+15,1%) como en cotización media (+9,4%). En valores absolutos se traduce en 59.263 toneladas vendidas a un precio medio de 8,16 €/kg.

Con 5 puntos más respecto a 2020, el pescado de cultivo gana peso específico en el global del Mercado y ya supone el 36% del total. En este grupo se sitúa el salmón, que duplica su comercialización en relación con el ejercicio anterior y se consolida como el producto fresco más comercializado.

El producto fresco representa un 88% del total comercializado en el Mercado, dos puntos más que en 2021.

PRODUCTOS FRESCOS MÁS COMERCIALIZADOS

SALMÓN	8.127 TONELADAS
MEJILLÓN	4.075 TONELADAS
MEJILLÓN DE ROCA	2.695 TONELADAS
RAPE NACIONAL	2.605 TONELADAS
MERLUZA DE PALANGRE NACIONAL	2.594 TONELADAS

PRODUCTO CONGELADO

En 2021 se comercializaron 8.020 toneladas de congelados a un precio medio de 9,29 €/kg. Estos datos suponen un descenso del 4,2% en ventas y un incremento del 5,1% de la cotización en relación con el pasado ejercicio.

Las ventas de producto congelado suponen el 12% del total del Mercado.

PRODUCTOS CONGELADOS MÁS COMERCIALIZADOS

CALAMAR NACIONAL	533 TONELADAS
GAMBA LANGOSTINERA	522 TONELADAS
SEPIA LIMPIA GRANIZADA	521 TONELADAS
GAMBA ROJA	374 TONELADAS
AROS DE CALAMAR	344 TONELADAS

ORIGEN DEL PESCADO Y MARISCO

El producto nacional representa el 53% del total comercializado en el Mercado, mientras que el 47% restante es de importación.

Producto nacional

PRINCIPALES ORÍGENES DE LOS PRODUCTOS FRESCOS NACIONALES (2021)*

GALICIA	25,4%
CATALUÑA	9,9%
CORNISA CANTÁBRICA	6,6%

* RESPECTO AL TOTAL DE PRODUCTOS FRESCOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO CENTRAL DEL PESCADO.

Producto de importación

PRINCIPALES ORÍGENES DE LOS PRODUCTOS FRESCOS DE IMPORTACIÓN (2021)*

NORUEGA	14,5%
FRANCIA	9%
GRAN BRETAÑA	2,3%

* RESPECTO AL TOTAL DE PRODUCTOS FRESCOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO CENTRAL DEL PESCADO.

Zona de Actividades Complementarias

La Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de Mercabarna está formada por casi 200 empresas que aportan valor añadido al producto fresco y ofrecen servicios a los usuarios. En 2021 las empresas de la ZAC distribuyeron 1.150.139 toneladas de productos.



SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Durante 2021, el volumen de actividad de las empresas de la ZAC del sector hortofrutícola fue un 7% superior al de 2020 y llegó a las 990.227 toneladas.

Se trata de empresas de distribución y manipulación de frutas y hortalizas (elaboradores de cuarta y quinta gama, cadenas de fruterías, plataformas de compras de supermercados, proveedores del canal foodservice y firmas de import-export), procesadores de tubérculos y maduradores de plátanos y bananas.

El volumen de comercialización del sector hortofrutícola de Mercabarna, que incluye la actividad del Mercado Central y de la ZAC, fue de 2.113.854 toneladas.

SECTOR DE PESCADO Y MARISCO

La ZAC del sector de pescado y marisco obtuvo unos buenos resultados, ya que con 127.703 toneladas comercializadas experimentó un aumento del 26,6% en el volumen de actividad.

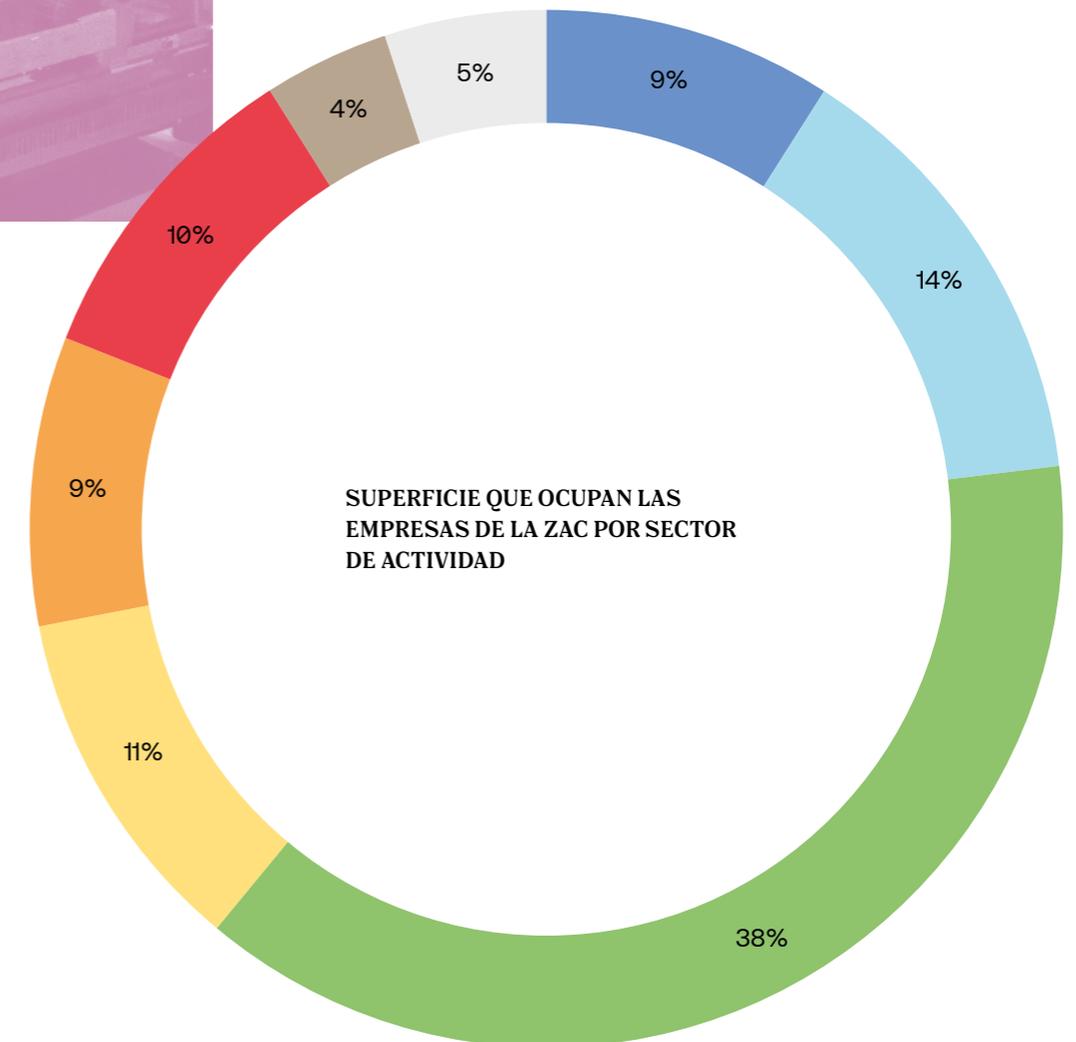
En este grupo se incluyen los frigoríficos de servicio, las firmas de elaboración de pescado y los viveros de marisco.

El volumen de comercialización del sector de pescado y marisco de Mercabarna, que incluye la actividad del Mercado Central y de la ZAC, fue de 195.230 toneladas.

SECTOR CÁRNICO

La actividad de las empresas cárnicas de la ZAC creció un 43,2% y alcanzó un volumen global de 32.209 toneladas distribuidas.

- Sector del pescado
- Servicios a los usuarios
- Sector de frutas y hortalizas
- Frigoríficos de servicio
- Canal HORECA
- Sector cárnico
- Cadenas de fruterías
- Plataformas de supermercados



Mercabarna-flor

En 2021 las empresas de Mercabarna-flor comercializaron 6.489.554 unidades de flores, plantas y complementos, un 9,7% menos que en el ejercicio anterior. El precio medio subió un 17,6% y se situó en 1€/unidad.

Las restricciones para controlar la pandemia, que afectaron a la restauración y la organización de eventos, impactaron negativamente en la actividad comercial del Mercado, principalmente en el sector de flor cortada.



EVOLUCIÓN DE LAS UNIDADES COMERCIALIZADAS Y PRECIO MEDIO (2018- 2021)

AÑO	UNIDADES	PRECIO MEDIO
2018	7.783.289	0,89€/u.
2019	8.613.184	0,86€/u.
2020	7.185.134	0,85€/u.
2021	6.489.554	1€/u.

FLOR

En relación con el ejercicio anterior, las ventas de flor cortada se redujeron un 13,6% (5.378.046 unidades comercializadas), mientras que el precio medio subió un 10,3% (0,75€/unidad). En este contexto, cabe destacar la marcha de un operador de *e-commerce*, que supuso un descenso notable de las ventas de flor cortada.

Si bien la rosa es la flor más vendida del Mercado, las restricciones por el COVID-19 y la falta de producto también afectaron negativamente a la campaña de Sant Jordi. En este sentido, se comercializaron un 9,4% menos de rosas, disminución que se suma a la caída de casi el 37% experimentada en 2020.

FLORES MÁS COMERCIALIZADAS

ROSA	1.663.500 UNIDADES
CLAVEL	865.300 UNIDADES
CRISANTEMO	320.610 UNIDADES
ALSTROEMERIA	304.950 UNIDADES
TULIPÁN	302.170 UNIDADES

COMPLEMENTOS

Durante 2021, se vendieron 285.645 unidades a un precio medio de 3,58€/unidad. En comparación con 2020, supuso un incremento del 19,5% en el volumen comercializado y del 14,4% del precio de venta. El aumento de la cotización media de los complementos se debe a la subida de los gastos de producción y logística.

PLANTA

Pese al descenso de la actividad en Mercabarna-flor, el sector de planta comercializó 372.183 unidades (+20%) a 2,06€/unidad (+10,8%). Estos datos se explican por la consolidación de las ventas online del *e-commerce* ubicado en el Mercado y, en menor medida, por los buenos resultados de las campañas para el Día de la Madre y Navidad. De hecho, en 2021 se vendieron un 48,5% más de ponesetias que en el anterior ejercicio.

PLANTAS MÁS COMERCIALIZADAS

PONSETIA	77.510 UNIDADES
AROMÁTICAS	22.153 UNIDADES
CACTUS	19.424 UNIDADES
GERANIO	18.719 UNIDADES
KALANCHOE	18.355 UNIDADES

ORÍGENES DE LOS PRODUCTOS

El 32% de los productos comercializados en el Mercado durante el año 2021 fue de origen nacional, mientras que el 68% fue de importación. Sin embargo, es importante resaltar que los productos nacionales ganan peso específico en el global del Mercado y España se sitúa por delante de Holanda y Colombia.

PRINCIPALES ORÍGENES

ESPAÑA	32%
HOLANDA	31,6%
COLOMBIA	30%
ECUADOR	3,9%
RESTO	2,5%

* PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL COMERCIALIZADO EN EL MERCADO.

Biomarket

El 2021 fue el primer año de actividad del mercado mayorista de productos ecológicos de Mercabarna, el Biomarket. La pandemia y sus consecuencias económicas han marcado la puesta en marcha de esta infraestructura pionera en España. Aunque no se dispone de datos concretos de comercialización, se estima que el volumen de comercialización es inferior a las previsiones iniciales, formuladas en un contexto socioeconómico muy diferente al actual.

El principal reto a abordar es la evolución del Biomarket hacia un mercado mayorista de alimentación sostenible que, además de alimentación ecológica, incluya productos de proximidad o circuito corto, de producción integrada o comercio justo y servicios de distribución sostenible de última milla.



UN EDIFICIO SOSTENIBLE

El diseño y la construcción del mercado bio responden a criterios de sostenibilidad, ya que reducen al máximo el consumo eléctrico gracias al uso de fuentes de energías renovables y elementos pasivos de climatización. Así, por ejemplo, las cubiertas disponen de placas fotovoltaicas, los materiales utilizados son ecoeficientes y la madera procede de bosques gestionados de forma sostenible.



Accesos

Durante 2021 accedieron a Mercabarna 3.075.333 vehículos, un 3,9% menos que en el año anterior. Aunque se produce un incremento del número de accesos, no se recuperan los niveles previos a la pandemia. Hay que recordar que los confinamientos de 2020 provocaron un descenso de entradas al recinto del 12%.

Por otro lado, según datos de 2021 de Transports Metropolitans de Barcelona, una media diaria de 1.907 usuarios llegan a Mercabarna en metro. Esto representa un volumen de casi 500.000 viajeros al año.

ACCESOS AUTOMATIZADOS PARA LOS TURISMOS ABONADOS

Desde octubre, los turismos abonados pueden acceder a Mercabarna sin tener que acercar la tarjeta al lector de proximidad. Esta medida, habilitada en las tres vías de acceso automático con limitación de altura, agiliza la entrada al recinto y favorece la comodidad de los usuarios.

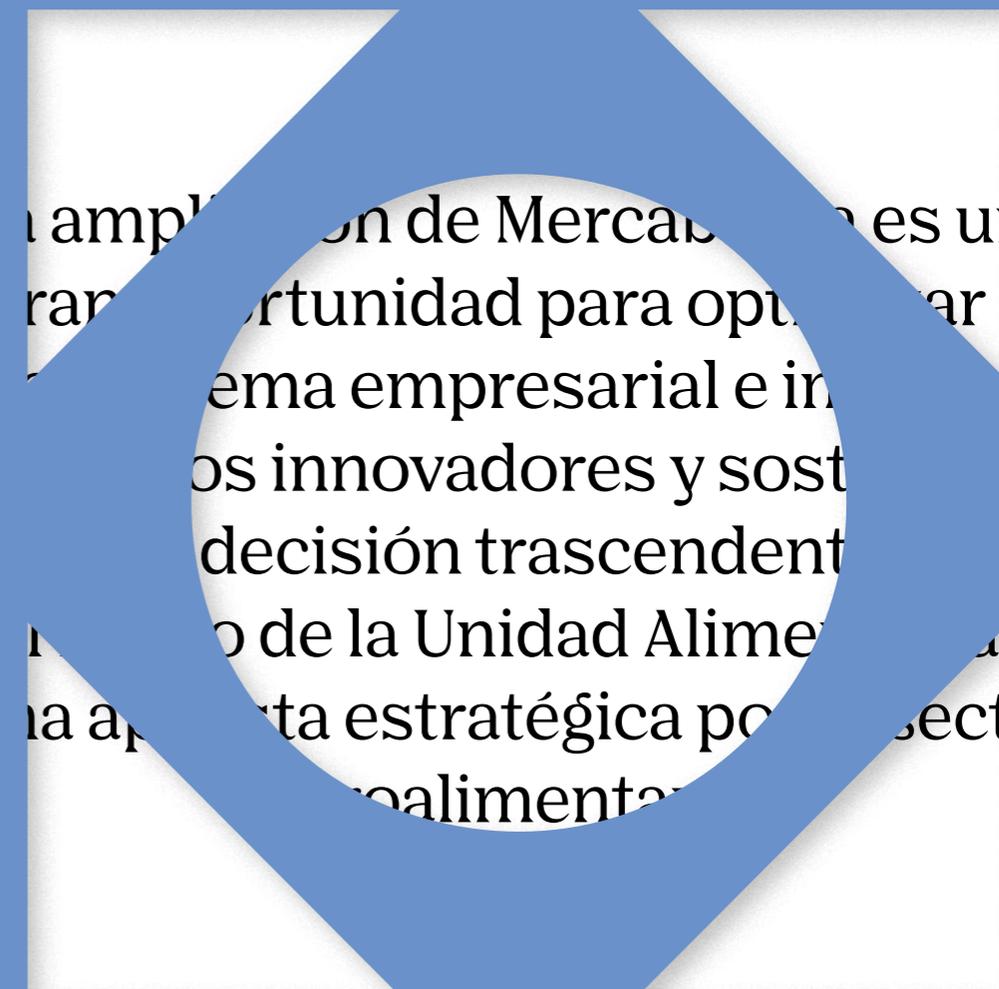
ENTRADA DE VEHÍCULOS EN EL RECINTO (2020-2021)

	2020	2021	VARIACIÓN
TURISMOS	1.517.305	1.556.560	2,6%
FURGONETAS	384.988	403.130	4,7%
CAMIONES	558.449	561.901	0,6%
TRÁILERES	258.643	275.864	6,7%
SERVICIO PÚBLICO (AUTOBÚS Y TAXI)	80.307	100.370	25%
MOTOS	161.295	177.508	10,1%
	2.960.987	3.075.333	3,9%

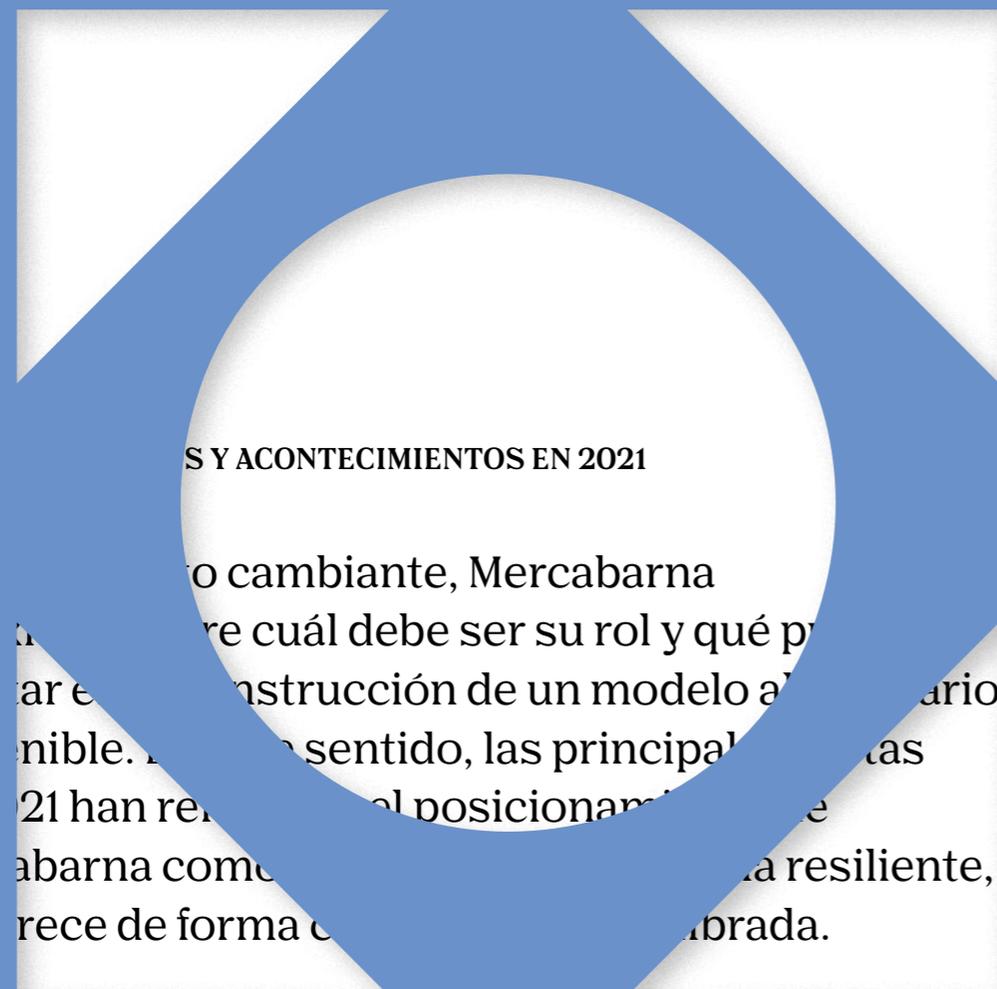


PRINCIPALES HITOS Y ACONTECIMIENTOS EN 2021

En un contexto cambiante, Mercabarna reflexiona sobre cuál debe ser su rol y qué puede aportar en la construcción de un modelo alimentario sostenible. En este sentido, las principales metas de 2021 han reforzado el posicionamiento de Mercabarna como una Unidad Alimentaria resiliente, que crece de forma consciente y equilibrada.



Más grande



La ampliación de Mercabarna es una
 gran oportunidad para optimizar el
 ecosistema empresarial e impulsar
 proyectos innovadores y sostenibles.
 Es una decisión trascendental para
 el futuro de la Unidad Alimentaria y
 una apuesta estratégica por el sector
 agroalimentario.

Más grande

Mercabarna amplía un 22% su superficie

La incorporación de la nueva parcela convertirá el polígono alimentario en uno de los clústeres agroalimentarios más importantes de Europa.

Mercabarna y el Consorcio de la Zona Franca acordaron la compraventa de la parcela 22AL, que anexionará 173.194m² al recinto. Gracias al aumento de espacio, el polígono alimentario podrá adaptarse mejor a los cambios del sector y a las demandas de los consumidores, y se convertirá en uno de los clústeres agroalimentarios más importantes de Europa.

Con esta ampliación se pretende acelerar el desarrollo del ecosistema alimentario de Mercabarna en términos de reactivación de la actividad empresarial, la innovación y el impulso de proyectos de sostenibilidad. El acuerdo evidencia además la apuesta de Barcelona por una infraestructura alimentaria pública clave para el presente y futuro del comercio de proximidad.

MÁS ESPACIO PARA SECTORES ESTRATÉGICOS

Aunque todavía no están definidas las actividades del nuevo espacio, Mercabarna priorizará la presencia de proyectos estratégicos que potencien el carácter innovador del polígono. En este sentido, se quieren incorporar empresas relacionadas con el producto (de valor añadido, especialistas en producto ecológico y de proximidad o desarrollo de nuevos productos), la logística (sistemas de grupaje y última milla) y nuevos canales del comercio mayorista (*e-commerce*, plataformas de compra sinérgicas). Además, también se quiere impulsar una incubadora de sandbox para proyectos de alimentación sostenible, nutrición y hábitos alimentarios saludables.

Además de la incorporación del 22AL, el recinto ganará 30.000 m² de superficie del espacio que ocupaba el Matadero. Esta instalación cesó en su actividad en septiembre de 2020 y se prevé que durante 2022 se acaben los trabajos de derribo y se proceda a la reurbanización.



Para dar a conocer los detalles del acuerdo, se organizó una rueda de prensa que contó con la participación de la alcaldesa de Barcelona y presidenta del Consorcio de la Zona Franca, Ada Colau; el primer teniente de alcaldía, Jaume Collboni; el delegado especial del Estado del Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, Pere Navarro; y la concejala de Comercio, Mercados, Consumo, Régimen Interno y Hacienda y presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín.



El incremento de superficie permitirá optimizar el ecosistema agroindustrial, potenciar el sector logístico y crear infraestructuras de sostenibilidad agroalimentaria.

La ampliación de Mercabarna convertirá el polígono alimentario en uno de los clústeres agroalimentarios más importantes de Europa.

Los principales desafíos de la zona son claves en la agenda de la ciudad. La pandemia de COVID-19 ha acelerado la transformación digital y la sostenibilidad. Mercabarna ha adoptado medidas para proteger la salud de las personas y garantizar el funcionamiento de la zona.

Más segura

Los profesionales de la Unidad Alimentaria son claves en la cadena de abastecimiento de alimentos. Habida cuenta de la situación de pandemia, Mercabarna ha adoptado medidas para proteger la salud de las personas y garantizar el funcionamiento de esta infraestructura esencial.



32

Se refuerza la lucha contra el COVID-19 en el recinto

34

Un recinto más seguro para el peatón

Más segura

Se refuerza la lucha contra el COVID-19 en el recinto

Durante el año se intensificó la campaña de pruebas de antígenos gratuitas dirigida a las personas usuarias del polígono alimentario.



LIMPIEZAS EXTRAORDINARIAS

Durante 2021 se implementó un calendario de desinfección intensiva en las calles y en los espacios públicos e interiores de los Mercados de Frutas y Hortalizas y del Pescado.

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN PARA PROMOVER LA VACUNACIÓN

Con el eslogan “Temporada de vacuna”, la campaña pretendía sensibilizar a los profesionales de la Unidad Alimentaria sobre la importancia de vacunarse contra el COVID-19. Además, esta acción se planteaba como un reconocimiento al trabajo esencial de las personas que trabajan en el recinto y al papel de la vacunación para seguir ofreciendo un servicio básico para la ciudadanía.



Desde el inicio de la pandemia, Mercabarna ha puesto en marcha medidas de contingencia para garantizar el desarrollo de la actividad esencial con las máximas garantías. Eso ha permitido obtener, por segundo año consecutivo, la certificación de AENOR por las buenas prácticas de prevención ante el COVID-19 y la implementación de protocolos de seguridad. Durante 2021, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

COORDINACIÓN CON LOS GREMIOS DEL RECINTO Y ACCIONES INFORMATIVAS PARA LAS EMPRESAS

A lo largo del año se mantuvieron reuniones para actualizar las informaciones relacionadas con la evolución de la pandemia y las restricciones vigentes y para determinar siguientes medidas. También fue constante la comunicación con las empresas del recinto a través de los mailings “INFO COVID” y los demás canales de difusión (web y redes sociales).

CRIBADOS MASIVOS PARA LOS USUARIOS DEL POLÍGONO

Mercabarna y ASSOCOME, con el apoyo de Fomento del Trabajo, realizaron test de antígenos gratuitos para los usuarios y profesionales del recinto. Esta medida, ya iniciada a finales de 2020, continuó a lo largo de 2021 y se intensificó en los periodos en que el índice de contagios era más elevado. En total, se calcula que se realizaron en torno a 1.700 pruebas de antígenos.

Cabe destacar que la campaña de cribados masivos recibió el premio Atlante en reconocimiento a los esfuerzos en materia de prevención de riesgos laborales. En la concesión del galardón, el jurado valoró el alcance y la complejidad logística de la iniciativa, cuyo objetivo es garantizar el funcionamiento de la infraestructura crítica.

Un recinto más seguro para el peatón

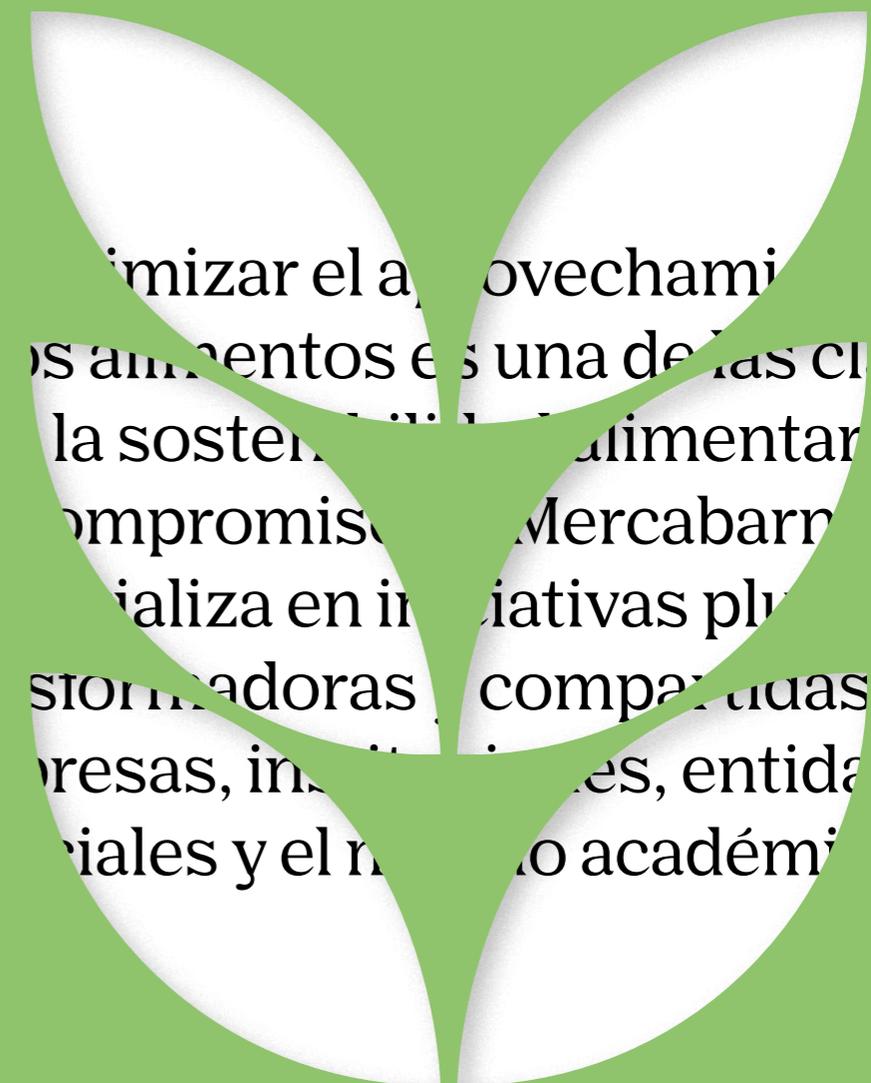
De las principales actuaciones, destaca el trazado de un camino peatonal seguro que enlaza el metro con la zona comercial.

La movilidad en Mercabarna es intensa, ya que diariamente acceden a ella unos 14.000 vehículos –en su mayoría de mercancías–, que se suman a las cerca de 1.400 carretillas elevadoras que circulan por el recinto. Por este motivo, durante 2021 se llevaron a cabo actuaciones destinadas a proteger el peatón y reforzar la seguridad vial del polígono alimentario.

A tal fin, se trazó una ruta segura entre la estación de metro y la zona comercial, ya que concentra la mayor parte de usuarios que se desplazan a pie, cuyo número se ha visto incrementado a raíz de la puesta en marcha del Instituto de los Alimentos. Además, se incrementó el número de pasos de peatones, tanto alzados como convencionales, y se mejoró su señalización. También destaca la apertura

de un nuevo acceso peatonal en la calle 4, junto a la parada de autobús 1618, que facilita la entrada y salida del recinto a las personas que trabajan en los alrededores del Biomarket.

Por otra parte, se instauró la velocidad máxima de 30 km/h en todo el polígono, salvo en las calles que forman parte de la ruta peatonal segura, donde el límite permitido es de 20 km/h. Por último, se actualizó la señalización con la incorporación del mercado bio y el Foodback, el Centro de Aprovechamiento Alimentario.



Más sostenible



Maximizar el aprovechamiento de los alimentos es una de las claves de la sostenibilidad alimentaria. El compromiso de Mercabarna se materializa en iniciativas plurales, transformadoras y compartidas con empresas, instituciones, entidades sociales y el mundo académico.

38

Se duplica el espacio del Banco de Alimentos en el recinto

40

La Cátedra Mercabarna-UPC contra el despilfarro alimentario, en marcha

42

Entrega de los premios Paco Muñoz a los mejores proyectos de aprovechamiento alimentario

45

Mercabarna, actor clave en el debate internacional sobre sostenibilidad

Más sostenible

Se duplica el espacio del Banco de Alimentos en el recinto

Durante 2021, las empresas mayoristas aportaron desinteresadamente 1.163.287 kilos de frutas y hortalizas, que se repartieron entre 113 entidades sociales.



A partir de junio, el Banco de Alimentos trasladó su actividad a un nuevo almacén con el doble de espacio e instalaciones específicas para aumentar la recuperación y donación de alimentos. Además, amplió su horario, de 7h a 17h, para ofrecer un servicio más amplio a las empresas mayoristas y las entidades sociales.

Se trata de un equipamiento de 900m², dotado de cámaras frigoríficas más grandes y espacio de carga y descarga, que facilita la labor del Banco de Alimentos y de las entidades sociales usuarias. La nueva ubicación, junto al Mercado Central de Frutas y Hortalizas, del Biomarket y del Punto Verde, también es positiva para las empresas mayoristas, ya que está más cerca de sus centros de trabajo.

COLABORACIÓN CON EL BANCO DE ALIMENTOS

EVOLUCIÓN DE LAS DONACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS AL BANCO DE ALIMENTOS (2017- 2021)

2017	1.444.690 kg
2018	1.275.154 kg
2019	1.333.238 kg
2020	1.576.659 kg
2021	1.163.287 kg

Desde 2016, el despilfarro alimentario en la Unidad Alimentaria se ha reducido en un 69%.



FUTURA SEDE DEL FOODBACK

A partir de febrero de 2022 esta nueva instalación acogerá el Foodback, el Centro de Aprovechamiento Alimentario de Mercabarna, un equipamiento pionero de bioeconomía circular que articulará el nuevo sistema de gestión de residuos orgánicos vegetales.

En este nuevo escenario, el Banco de Alimentos será el coordinador del proyecto y responsable de la distribución de los alimentos, mientras que Formación y Trabajo aportará la experiencia en inserción sociolaboral de personas en situación de vulnerabilidad. Asimismo, intervendrán otros partners, como Cruz Roja, Cáritas, Fundación "la Caixa", el Programa Alimentario impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona y el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Cataluña.

La Cátedra Mercabarna-UPC contra el despilfarro alimentario, en marcha

Durante tres años, la Cátedra avanzará en el estudio del desaprovechamiento alimentario y propondrá medidas para reducirlo y concienciar del valor de los alimentos.

Tras su presentación en noviembre de 2020, la Cátedra Mercabarna-UPC contra el despilfarro alimentario inició su andadura en 2021. La Cátedra tiene por objeto analizar el impacto económico, social y ambiental del despilfarro alimentario, principalmente en el entorno mayorista y detallista. Pretende además desarrollar herramientas innovadoras de prevención, reducción y reaprovechamiento, así como promover la sensibilización a lo largo de la cadena alimentaria, desde el sector productivo hasta el consumidor.

Se trata de una iniciativa que durará tres años y que nace de la colaboración entre Mercabarna y la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), a través de la Escuela de Ingeniería Agroalimentaria y Biosistemas de Barcelona (EEABB) y del Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA).

ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN

En 2021 también se llevaron a cabo iniciativas para concienciar de la importancia del aprovechamiento alimentario, como la jornada virtual “Con el desperdicio alimentario no tenemos nada que perder”, organizada en el marco del ciclo de UPC Diálogos Agroalimentarios, y la actividad “Ingenio e innovación contra el desperdicio alimentario”, dentro del marco del cincuentenario de la UPC.



BAJA EL DESPILFARRO DE ALIMENTOS EN MERCABARNA

En el ámbito de la cuantificación y el diagnóstico, la Cátedra actualizó el estudio sobre despilfarro alimentario en Mercabarna, elaborado en 2015 por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), la empresa Spora Synergies y la Plataforma Aprovechemos los Alimentos (PAA).

Con el nuevo análisis, se concluyó que el despilfarro alimentario en Mercabarna es del 0,14%, es decir, que en seis años las pérdidas alimentarias han pasado de las 9.400 a las 3.000 toneladas. Esta disminución del 69% es una muestra del esfuerzo conjunto de Mercabarna y las empresas mayoristas de frutas y hortalizas de la Unidad Alimentaria.

Entrega de los premios Paco Muñoz a los mejores proyectos de aprovechamiento alimentario

En su segunda edición los galardones reconocen el compromiso en la lucha contra el despilfarro de alimentos de Caprabo, Too Good To Go y Nutrición Sin Fronteras.

En julio de 2021 se concedieron los premios Mercabarna-Paco Muñoz, que destacan los mejores proyectos de aprovechamiento alimentario desarrollados en Cataluña. El nombre de estos galardones es un homenaje póstumo al fundador de la Plataforma Aprovechemos los Alimentos (PAA), referente de la lucha contra el despilfarro y del consumo responsable.

Doce entidades y empresas participaron en los premios, dotados con 5.000€ por categoría.

Mejor iniciativa del sector privado: Caprabo

Se reconoció el sistema de recogida de la materia orgánica de origen animal no aprovechable para el consumo humano y el reciclaje para la obtención de piensos, jabones y biogás.

Mejor iniciativa de emprendimiento: Too Good To Go

Se premió la implantación de esta app, que facilita la venta de excedentes diarios de comida a precios reducidos.

Mejor iniciativa del tercer sector: Nutrición Sin Fronteras

Se destacó el esfuerzo por conectar proveedores de alimentos e iniciativas solidarias y atender el incremento de la demanda de comida por parte de colectivos vulnerables.



Los ganadores de los premios y el jurado.

UN JURADO MULTIDISCIPLINAR

Los integrantes del jurado pertenecían a los ámbitos empresarial, institucional, académico y del tercer sector. En esta segunda edición los encargados de valorar y decidir los proyectos ganadores fueron Casimir Llorens, presidente de ASSOCOME; Eduard Vicente, coordinador del Programa Alimenta del Ayuntamiento de Barcelona; Gaby Susanna, directora de la Plataforma Aprovechemos los Alimentos (PAA); Glòria Cugat, subdirectora general de Inspección y Control Agroalimentario del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Cataluña; José María Gil, director del Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agrario (CREDA) y de la Cátedra UPC-Mercabarna para la lucha contra el desperdicio alimentario; y Lluís Fatjó-Vilas, presidente de la Fundación Banco de los Alimentos de Barcelona.

Doce empresas y entidades presentan iniciativas de aprovechamiento alimentario en la segunda edición de los galardones.



Jordi Valls, director general de Mercabarna, acompañado por los miembros del jurado.

Mercabarna, actor clave en el debate internacional sobre sostenibilidad

La Unidad Alimentaria da a conocer los proyectos de alimentación sostenible, aprovechamiento alimentario y economía circular en diversos espacios.

El Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán es el primer tratado internacional de ciudades en materia de alimentación. Trabaja en el desarrollo de sistemas alimentarios sostenibles e impulsa el acceso a alimentos saludables para combatir el hambre y la malnutrición.

En 2021 Barcelona fue la Capital Mundial de la Alimentación Sostenible y promovió espacios de reflexión con la transición alimentaria como punto de partida. Mercabarna formó parte de esta conversación sobre la necesidad de construir un sistema alimentario más saludable, con menor impacto medioambiental y más justo.

El 7.º Foro Global del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán fue la principal

cita del año. Del 19 al 21 de octubre tuvo lugar el séptimo encuentro del Pacto, centrado en el nexo entre alimentación y emergencia climática.

El director general de Mercabarna, Jordi Valls, fue uno de los miembros de la mesa redonda sobre el papel de los mercados mayoristas en la transformación del sistema alimentario, en la que participaron representantes de otros mercados centrales, como los de París, Milán o Buenos Aires.

En paralelo, un grupo de asistentes al Foro visitó el Mercado Central de Frutas, el Biomarket y el Centro de Aprovechamiento Alimentario de Mercabarna. Durante esos días, también se atendieron visitas de representantes del Mercado de Buenos Aires y del Consejo Municipal de Maputo.



Visita de asistentes al Foro Global del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán.



Mesa redonda celebrada durante la cumbre.

Mercabarna participa activamente en actos y eventos para presentar su estrategia de sostenibilidad 360°.

LA SOSTENIBILIDAD MARCA LA AGENDA PÚBLICA DE MERCABARNA

Además de la intervención en el foro internacional del Pacto de Milán, a lo largo del año Mercabarna impulsó y participó en actos y eventos que giraron alrededor de la sostenibilidad y la economía circular. Destacamos:

- La organización de la 3.ª edición de la Universidad de Verano de Mercabarna (del 5 al 7 de julio), sobre sostenibilidad alimentaria.
- La participación en espacios de debate impulsados por diferentes instituciones y organismos, como la Universidad Politécnica de Cataluña (11 de febrero), el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (18 de marzo y 1 de julio), el Colegio de Economistas de Cataluña (14 de abril y 21 de octubre), Agroecociudades (28 de septiembre), el Colegio de Ingenieros Agrónomos de Cataluña (21 de octubre), el BCN Tourism Summit (26 de octubre) y el Círculo Tecnológico de Cataluña (28 de octubre), entre otros.
- La visita a Mercabarna de los participantes de la 5.ª edición del Circular Economy Hotspot Cataluña (17 de noviembre), para conocer la estrategia de aprovechamiento alimentario del recinto.
- La coorganización del “Foro Frutas y Verduras, parte esencial de la dieta mediterránea” (3 de noviembre) con la Fundación Dieta Mediterránea y el Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural.

Mercabarna trabaja para reducir el impacto ambiental de su actividad, mediante la gestión eficiente de los recursos, la apuesta por energías menos contaminantes y el impulso de proyectos innovadores en la economía circular y digitalización.

Más eficiente

Mercabarna trabaja para reducir el impacto medioambiental de su actividad, mediante la gestión eficiente de los recursos, la apuesta por energías menos contaminantes y el impulso de proyectos basados en la economía circular y la digitalización.



Asistentes al Foro Global del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán.



foro
Milán, a lo
só y partic
giraron alre
y la economía ci

ización de la 3.ª edición c
Universidad de Verano de Mercab
del 5 al 7 de julio), sobre sostenib
alimentaria.

– La participación en espacios de d
impulsados por diferentes instituc
y organismos, como la Universida
Politécnica de Cataluña (11 de febr
el Plan Estratégico Metropolitano
de Barcelona (18 de marzo y 1 de
llo), el Colegio de Economistas c
Cataluña (14 de abril y 21 de octub
ciudades (28 de septiemb
de Ingenieros Agrónom
de octubre), el BCN T
octubre) y el Círcul
Cataluña (28 de o

50

Clara apuesta por la energía fotovoltaica

52

La gestión de residuos en Mercabarna avanza hacia la economía circular

54

Digitalización y 5G para mejorar los servicios del recinto

Más eficiente

Clara apuesta por la energía fotovoltaica

En 2021 se instalaron placas solares en el Centro Directivo y en el edificio comercial destinadas al autoconsumo.



Uno de los objetivos estratégicos de Mercabarna es la reducción del impacto medioambiental, mediante la implementación de medidas que incrementan la eficiencia energética y minimizan las emisiones.

En este sentido, se está impulsando la energía fotovoltaica: en 2021 se instalaron placas solares en el Centro Directivo y en el edificio comercial del recinto para el autoconsumo. Gracias a este equipamiento de 160,13 kWp, se ahorró la emisión de 21,57 toneladas de CO₂.

Además de estos paneles y de los ya existentes en el Biomarket y en Mercabarna-flor, se está trabajando para ampliar la instalación de placas fotovoltaicas en las cubiertas de los edificios que son propiedad o están gestionados por Mercabarna.

LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

A lo largo de los años, Mercabarna ha adoptado medidas para reducir la contaminación y las emisiones de gases de efecto invernadero. Las principales son:

- Apuesta por la energía de electricidad verde, que ha permitido reducir las emisiones asociadas al consumo eléctrico en un 100% entre 2015 y 2021.
- Apuesta por la energía fotovoltaica, con instalaciones en las cubiertas de Mercabarna-flor, el Biomarket, el Centro Directivo y el edificio comercial.
- Implementación del software de gestión energética para monitorizar los consumos de los edificios de Mercabarna.
- Instalación de nueve puntos de recarga para vehículos eléctricos.



Se estima que en los próximos años se autogenerará el 40% de la energía consumida por Mercabarna.

La gestión de residuos en Mercabarna avanza hacia la economía circular

Durante 2021 se inició el proyecto de ampliación del Punto Verde y se ultimaron los detalles del nuevo sistema de gestión de residuos vegetales.

El compromiso de Mercabarna con la sostenibilidad medioambiental se consolida con la puesta en marcha de nuevos proyectos. Uno de los más ambiciosos es la ampliación del Punto Verde, que optimizará su funcionamiento gracias a la digitalización de las herramientas de gestión y de la adecuación a la normativa vigente. Aunque las obras se iniciaron en 2021, el equipamiento mantuvo su actividad para no interrumpir el servicio que presta a los usuarios.

También acabó de definirse el nuevo sistema de gestión de la materia orgánica vegetal, que, además del Punto Verde, incluirá los compactadores inteligentes y el Foodback, el Centro de Aprovechamiento Alimentario. Estas nuevas infraestructuras, que entrarán en funcionamiento en 2022, incrementarán el aprovechamiento de las frutas y hortalizas excedentarias.



RESIDUOS COMERCIALES E INDUSTRIALES EN LA UNIDAD ALIMENTARIA

Durante 2021 se recogieron 25.173 toneladas de residuos comerciales, un 7,5% menos que en 2020, y el volumen de revalorización se situó en el 75%.

En este ejercicio también se redujeron prácticamente a cero los residuos industriales como consecuencia del cierre del Matadero de Mercabarna en septiembre de 2020. A raíz de la suspensión de la actividad, se pasó de las 4.816 toneladas registradas en 2020 a las 28,81 toneladas en 2021.

ENVASES MÁS SOSTENIBLES

El 6 de mayo el Clúster Alimentario Mercabarna-Barcelona coordinó un workshop con operadores del Mercado Central del Pescado para explorar soluciones de packaging innovadoras con viabilidad de mercado que sean una alternativa al uso del poliestireno expandido. Esta actividad se enmarca dentro del programa de ayudas a la economía circular de la Agencia de Residuos de Cataluña y está liderada por Hinojosa Packaging y marketAAD.

RESIDUOS COMERCIALES RECOGIDOS EN LA UNIDAD ALIMENTARIA* (2021)

42,27%

Materia orgánica vegetal

25,17%

Indiscriminado

12,04%

Madera

9,76%

Cartón

5,02%

Materia orgánica pescado

4,02%

Materia orgánica vegetal recuperada

1,59%

Plástico

0,07%

Vidrio

0,06%

Poda

0,01%

Envases ligeros

*PORCENTAJES RESPECTO AL TOTAL DE RESIDUOS COMERCIALES.

Digitalización y 5G para mejorar los servicios del recinto

Durante 2021 se llevaron a cabo pruebas piloto para desarrollar un sistema de smart parking y un robot de limpieza que funciona con tecnología 5G.

Como parte del programa de digitalización de Mercabarna, se dieron los primeros pasos para la futura implementación de un sistema de aparcamiento inteligente, el *smart parking*. Durante seis meses, se instalaron paneles con información actualizada sobre el nivel de ocupación del aparcamiento del Mercado Central del Pescado.

El análisis de los resultados ha permitido conocer las dinámicas de aparcamiento de los usuarios del recinto y podrá servir para plantear futuros planes de movilidad.

En 2019 se desplegó la tecnología 5G en la Unidad Alimentaria. Gracias a este despliegue, el recinto se dotó de la infraestructura idónea para desarrollar proyectos innovadores como el “5G Anti Collision”, presentado a finales de 2020, o el “Robot de limpieza 5G”.

En este proceso de investigación y experimentación es imprescindible la colaboración de Mercabarna con *partners* estratégicos del ámbito tecnológico.



NUEVA PRUEBA PILOTO CON 5G

Durante el Mobile World Congress 2021, se dio a conocer un robot autónomo que desempeña labores de limpieza y desinfección de zonas potencialmente contaminadas por virus, bacterias y otros microorganismos nocivos. El proyecto se ha desarrollado con ACCIONA, Orange y Mobile World Capital a través de la iniciativa 5G Barcelona, y ha contado con el apoyo de la Generalitat de Cataluña.

La aplicación de la conectividad 5G permite operar la maquinaria a distancia y reducir los problemas de latencia, de modo que se incrementaría la eficiencia de los procesos actuales de desinfección y la reforzaría en los espacios con una accesibilidad más difícil.

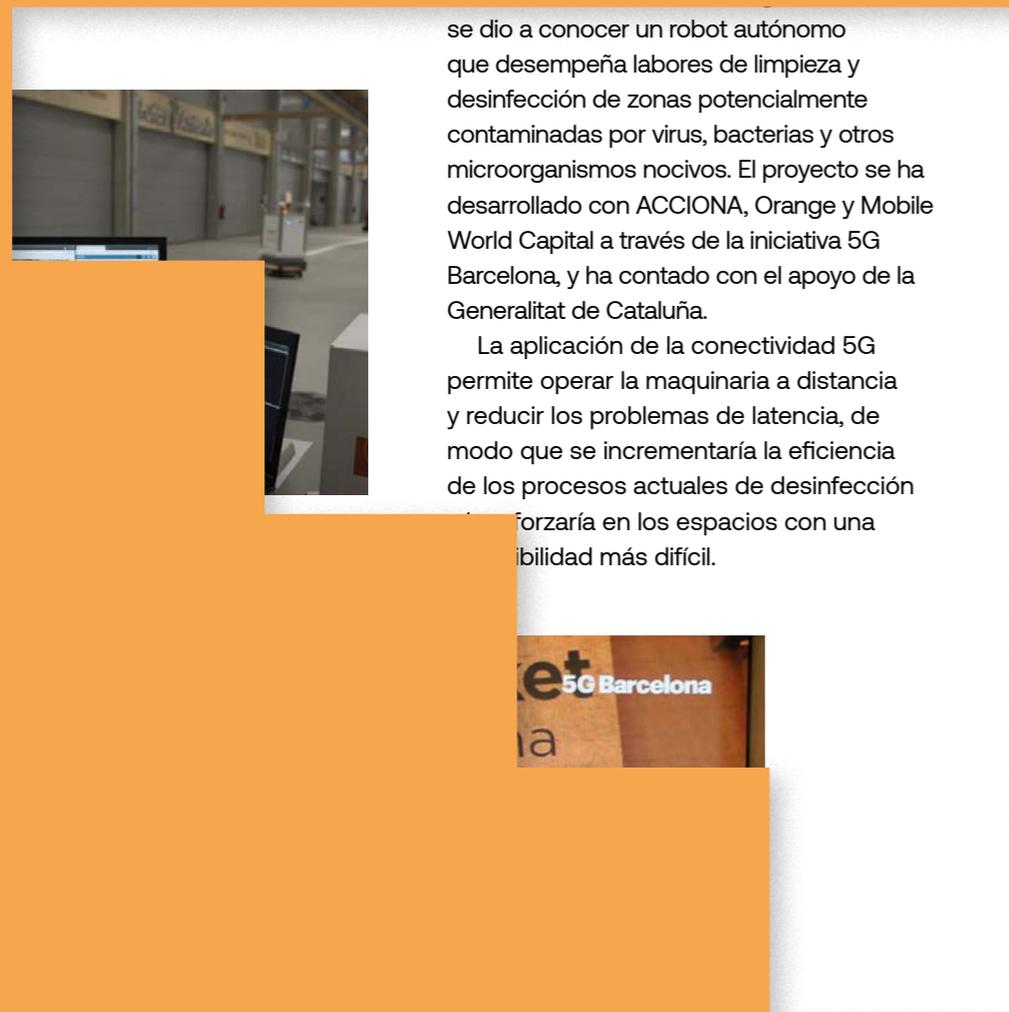


Arriba, el robot desinfectante en el Biomarket.
Abajo, presentación de la prueba piloto en el Mobile World Congress 2021.



La Unidad Alimentaria se caracteriza por su dinamismo y rasgo indispensable para adaptarse a un entorno que cambia rápidamente. Esto con Mercabarna en resiliente, que nuevos retos y ma

Más competitiva



La Unidad Alimentaria se caracteriza por su dinamismo, rasgo indispensable para adaptarse a un entorno que cambia rápidamente. Esto convierte Mercabarna en un ecosistema resiliente, que da respuesta a nuevos retos y que trabaja para mantener su liderazgo.

60

Participación
en ferias del sector
agroalimentario

62

Mercabarna-flor,
referente en arte floral

64

Mercabarna fomenta
el empleo y la captación
de talento

Más competitiva

Participación en ferias del sector agroalimentario

Durante 2021, Mercabarna siguió reforzando su posicionamiento nacional e internacional con su presencia en ferias profesionales.

SECTOR HORTOFRUTÍCOLA

Después de una edición 100% online, Fruit Attraction (Madrid, del 5 al 7 de octubre) retomó el formato presencial. Junto con el Puerto de Barcelona y la AGEM, Mercabarna se presentó como la principal plataforma de importación y exportación hortofrutícola del sur de Europa, gracias a su ubicación estratégica y a la amplia oferta de productos.

La representación de la Unidad Alimentaria se reforzó con la presencia de 13 empresas mayoristas de Mercabarna. Además, el Clúster Alimentario Mercabarna-Barcelona organizó 24 encuentros B2B entre operadores del polígono y compradores internacionales.



El stand de Mercabarna en el Gastronomic Forum Barcelona.

SECTOR ECOLÓGICO

En el marco de la campaña de posicionamiento del Biomarket, Mercabarna participó en las ferias BioCultura (Barcelona, 8 y 9 de julio) y Organic Food Iberia (Madrid, 8 y 9 de septiembre).

Con 27 ediciones, BioCultura es el mayor salón de productos ecológicos y consumo responsable de España. En este caso, Mercabarna presentó el mercado bio entre los profesionales del sector de los ecológicos.

La segunda cita fue el Organic Food Iberia, una feria de carácter internacional que da respuesta al auge del sector ecológico. En esta ocasión, Mercabarna y las empresas del Biomarket estuvieron presentes con un stand conjunto y la participación en la conferencia "Cómo romper mitos sobre comercialización de productos ecológicos".

Asimismo, el Biomarket también jugó un papel destacado en la Fruit Attraction de Madrid y se presentó en el BioFruit Congress, un seminario internacional sobre demanda ecológica y consumo sostenible organizado en el marco de la feria.

SECTOR HORECA

La participación de Mercabarna en el Gastronomic Forum Barcelona (del 18 al 20 de octubre) sirvió para posicionar la Unidad Alimentaria como proveedor de referencia para los profesionales del sector HORECA y *foodservice*.

Cabe destacar la participación de Mercabarna en la mesa redonda "Comercio verde y alimentación sostenible", una de las actividades del ForumLab Alimentación Sostenible 2021.

Asimismo, seis empresas de Mercabarna tenían stand en la feria.

MISIONES COMERCIALES PARA DINAMIZAR LAS EXPORTACIONES

Tras un 2020 marcado por las restricciones del COVID-19, el Clúster Alimentario Mercabarna-Barcelona reanudó las misiones comerciales. La primera, en el mes de mayo, fue de carácter virtual y reunió a empresas hortofrutícolas del recinto con compradores de Europa y el norte de África. En octubre, coincidiendo con la Semana de la Alimentación Sostenible de Barcelona, una delegación institucional y empresarial del Mercado de Milán de los sectores del pescado y de frutas y hortalizas visitó Mercabarna y participó en 32 reuniones B2B. Por último, en el mes de noviembre se realizó una visita al mercado mayorista de Châteaurenard, donde se mantuvieron 22 encuentros comerciales.

EL SECTOR FOODSERVICE, A ESTUDIO

En el marco de la jornada "Los retos del canal HORECA, nuevos modelos de negocio y de distribución" (16 de noviembre), se presentaron los resultados del primer Barómetro de Mercabarna. Se trata de una radiografía del sector *foodservice*, que analiza las afectaciones del COVID-19 en el desarrollo de la actividad. El objetivo es que sea una herramienta para que las empresas del recinto conozcan y se adapten a sus necesidades y den respuesta a las tendencias del sector.

Mercabarna-flor, referente en arte floral

Las Mercademostraciones, que cumplen 37 ediciones, se reafirman como el gran escaparate de las tendencias del sector.

Tras un año de ausencia debido a la pandemia, Mercabarna-flor y la Asociación de Empresarios Mayoristas (AEM) recuperaron las ya clásicas Mercademostraciones florales. El florista Daniel Santamaría fue el encargado de la dirección artística del evento, que se centró en la decoración de temática navideña. Prueba de ello fue el trabajo de gran formato que daba la bienvenida al mercado, realizado por las escuelas de arte floral Rosa Valls-formació, Disseny Floral i Paisatgisme, Smilax y Escuela Andaluza de Arte Floral.

El plato fuerte de la jornada fue la demostración de Per Benjamin, maestro floral de renombre internacional y que desde 2015 es el responsable de la decoración del banquete de los premios Nobel.



Daniel Santamaría y Per Benjamin, durante las Mercademostraciones.



Per Benjamin elabora un ramo durante la demostración floral.

Al finalizar se subastaron algunas de las creaciones de Benjamin y los fondos recaudados se destinaron a la entidad social Andròmines.

Otras actividades de la jornada fueron el I Concurso Nacional de Arte Floral de Mercabarna-flor, la conferencia sobre marketing del florista Mike Bourguignon y un taller infantil.

El artista floral Per Benjamin presentó trabajos de inspiración navideña en el marco de las Mercademostraciones.

Mercabarna fomenta el empleo y la captación de talento

Las ayudas a la contratación Mercabarna Impulsa y el portal de trabajo MercabarnaJobs son herramientas que incentivan el empleo y la búsqueda de profesionales especializados en el sector agroalimentario.

MERCABARNA IMPULSA

Desde 2014, el programa Mercabarna Impulsa concede subvenciones para impulsar la competitividad del tejido empresarial del polígono y del comercio de proximidad, mediante la incorporación de personal cualificado. Gracias a esta iniciativa, se favorece el empleo de colectivos con dificultades para incorporarse al mercado laboral, como las personas en situación de paro formadas en Mercabarna y los jóvenes recién graduados.

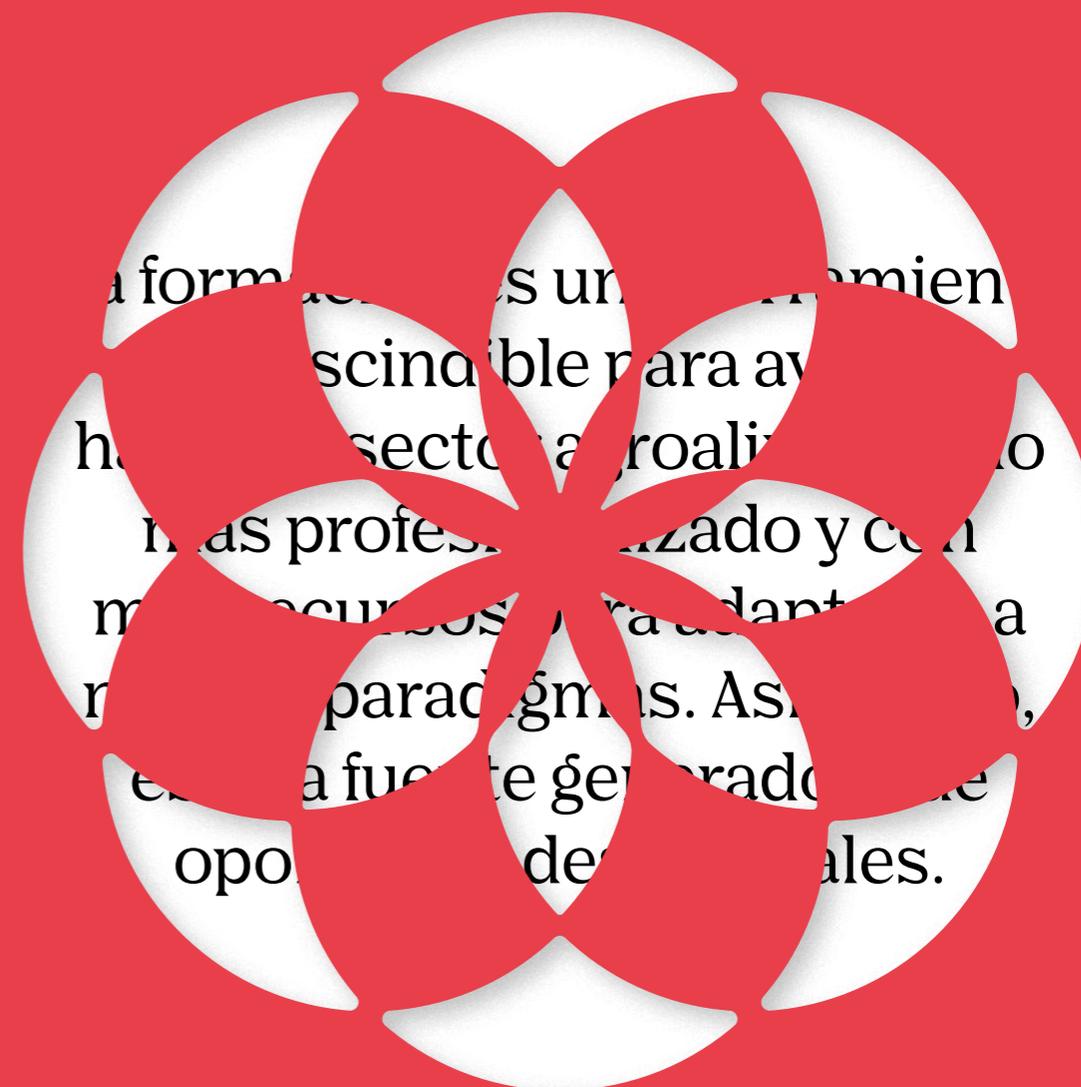
Durante el ejercicio, 17 personas se incorporaron al mercado laboral, 4 de las cuales eran jóvenes recién titulados y 13, exalumnos de los Servicios de Formación. En cuanto a las 16 empresas beneficiadas, 8 están ubicadas en el polígono alimentario, 4 pertenecen al Gremio de Floristas de Cataluña, 3 al Gremio de Carniceros

y 1 al Gremio de Pescaderos. Desde 2014, Mercabarna Impulsa ha concedido 111 ayudas a la contratación a un total de 48 empresas.

MERCABARNAJOBS

La plataforma online MercabarnaJobs impulsa y facilita la captación de talento a las empresas del polígono y los comercios minoristas agroalimentarios.

Durante 2021 se gestionaron 62 ofertas de trabajo, un 86,7% de las cuales recibieron más de 10 candidaturas relevantes. Actualmente, la bolsa cuenta con 3.950 candidatos en búsqueda de trabajo activos.



Más preparada

La formación es una herramienta imprescindible para avanzar hacia un sector agroalimentario más profesionalizado y con más recursos para adaptarse a nuevos paradigmas. Asimismo, es una fuente generadora de oportunidades laborales.



68

La Universidad de Verano reflexiona sobre la alimentación sostenible

71

El nuevo Instituto de los Alimentos se instala en Mercabarna

73

Más de 2.000 personas se forman en Mercabarna

Más preparada

La Universidad de Verano reflexiona sobre la alimentación sostenible

Tras un año de parón por el COVID-19, Mercabarna recupera una cita que propicia la reflexión sobre los retos y tendencias del sector agroalimentario.

Del 5 al 7 de julio, Mercabarna celebró la 3.ª Universidad de Verano con la programación de conferencias, mesas redondas y espacios de debate con representantes del mundo académico, institucional, empresarial y del tercer sector.

El objetivo de esta iniciativa es mostrar el impacto de la sostenibilidad a lo largo de la cadena alimentaria y crear un foro de intercambio de ideas para la construcción de un modelo alimentario más sostenible, saludable y justo. Con esta temática, Mercabarna vincula su Universidad de Verano con el debate generado en Barcelona alrededor de la Capital Mundial de la Alimentación Sostenible.

En la edición de este año se apostó por un formato híbrido (presencial y por *streaming*) para llegar a un público más

amplio y paliar las restricciones de aforo debidas a la situación de la pandemia.

GRANDES TEMAS DE LA UNIVERSIDAD DE VERANO

Durante la primera jornada se analizó el impacto del despilfarro alimentario y se presentaron iniciativas en favor del aprovechamiento de los alimentos. Algunos de los temas tratados fueron la Ley de Prevención de Pérdidas y Desperdicio Alimentario, aprobada por el Parlamento de Cataluña, y los retos de la cadena agroalimentaria o proyectos de aprovechamiento alimentario, como Espigoladors, “La alimentación no tiene desperdicio” de AECOC o la ONG World



Ponencia sobre la ley contra el desperdicio alimentario a cargo de Glòria Cugat, subdirectora general de Inspección y Control Agroalimentario del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya.

El aprovechamiento alimentario, las oportunidades de negocio y la innovación tecnológica centran el debate de la 3.ª Universidad de Verano.

Las conferencias se pueden recuperar en el canal de YouTube de Mercabarna.

Central Kitchen. Este foro también fue el escenario de presentación de la Cátedra UPC-Mercabarna contra el despilfarro alimentario.

Las oportunidades de negocio de la agricultura local y el comercio de proximidad protagonizaron el segundo día de la Universidad. Durante la jornada, se habló de proyectos como Comercios Verdes, el Biomarket, la Red de Municipios por la Agroecología o Foodcoop BCN, y se presentó la reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria.

El último día versó sobre la innovación tecnológica y su relación con la alimentación sostenible y saludable. Además del ecosistema food tech, se presentaron proyectos tecnológicos que profundizan en la sostenibilidad de la cadena alimentaria, como la estrategia buying circular, o el desarrollo de nuevos productos.



Una de las mesas redondas celebradas en la Universidad de Verano de Mercabarna.

El nuevo Instituto de los Alimentos se instala en Mercabarna

Se trata de un centro educativo que concentra la formación profesional especializada en industria agroalimentaria.

En septiembre entró en funcionamiento el Instituto de los Alimentos de Barcelona, un centro de nueva creación que integra diferentes ciclos formativos del ámbito de las tecnologías de la alimentación. El Consorcio de Educación y Mercabarna han colaborado en este proyecto, que se enmarca en el sector agroalimentario, uno de los principales motores de la economía catalana.

Su ubicación en Mercabarna, el principal hub alimentario del sur de Europa, representa una gran oportunidad para generar sinergias entre el mundo educativo y el empresarial. Por un lado, el alumnado entra en contacto con el mundo laboral, ya que el modelo de estudio combina las clases lectivas con las prácticas en empresas. Por el otro, también mejora la competitividad de las empresas, que

pueden acceder con más facilidad a profesionales preparados.

CURSO 2021-2022

El Instituto de los Alimentos inició la actividad lectiva con 350 alumnos matriculados. Los estudios con mayor demanda fueron los ciclos formativos de grado superior en Dietética y Procesos y calidad de la industria alimentaria, y los de grado medio en Panadería, pastelería y confitería y Elaboración de productos alimenticios.



De izquierda a derecha, el entonces consejero de Educación, Josep Bargalló, el entonces vicepresidente y consejero de Economía, Pere Aragonés, la presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín, y el director general de Mercabarna, Jordi Valls, visitan el Aula del Fresco.

El Instituto de los Alimentos imparte toda la formación profesional en tecnologías alimentarias de Barcelona.

Este proyecto, liderado por el Consorcio de Educación y Mercabarna, genera sinergias entre el mundo formativo y el empresarial.

Más de 2.000 personas se forman en Mercabarna

La inserción laboral de profesiones del sector alimentario se sitúa por encima del 70%.



Los Servicios de Formación de Mercabarna imparten cursos del ámbito agroalimentario relacionados mayoritariamente con el tratamiento y la comercialización de producto fresco. Durante 2021 se realizaron 146 cursos, en los que participaron 2.091 personas.

TIPO DE CURSO	NÚMERO DE CURSOS	ALUMNOS PARTICIPANTES
Formación profesionalizadora	25	281
Formación continuada	121	1.810



FORMACIÓN PROFESIONALIZADORA

Este tipo de formación persigue la inserción laboral de personas desempleadas al tiempo que facilita a las empresas la incorporación de perfiles profesionales especializados en el ámbito agroalimentario.

Durante 2021 se realizaron 25 cursos, en los que participaron 281 personas. En primer lugar, se impartieron los certificados de profesionalidad, aunque no se recuperaron los niveles previos a la pandemia debido al descenso de la formación subvencionada por el Servicio de Ocupación de Cataluña (SOC).

En segundo lugar, se impartieron píldoras formativas gratuitas en el marco del programa Reskilling, una iniciativa de Barcelona Activa que impulsa la formación especializada en sectores económicos generadores de empleo. Por último, se organizaron formaciones de iniciación en carnicería, charcutería y pescadería con la colaboración de los ayuntamientos de Esplugues de Llobregat, L'Hospitalet de Llobregat y Mataró, y de las fundaciones Moviment per la Pau y Secretariado Gitano.

FORMACIÓN CONTINUADA

En 2021 se observó la recuperación de la formación a demanda de las empresas, con el aumento de la modalidad online y de formaciones de menor duración. En cuanto a las especialidades, las empresas de distribución detallista están más interesadas en los cursos de manipulación y comercialización de producto fresco, mientras que las empresas de la Unidad Alimentaria demandan mayoritariamente cursos de higiene de los manipuladores de alimentos y de prevención de riesgos en la conducción de carretillas.

En total, se realizaron 121 cursos, en los que participaron 1.810 trabajadores.

Mercabarna concede ayudas a colectivos vulnerables, que consisten en descuentos del 50% del importe total del curso. Durante 2021 se beneficiaron 26 personas.

INSERCIÓN LABORAL

La inserción laboral del sector agroalimentario es muy elevada, ya que tiene una gran demanda de profesionales cualificados.

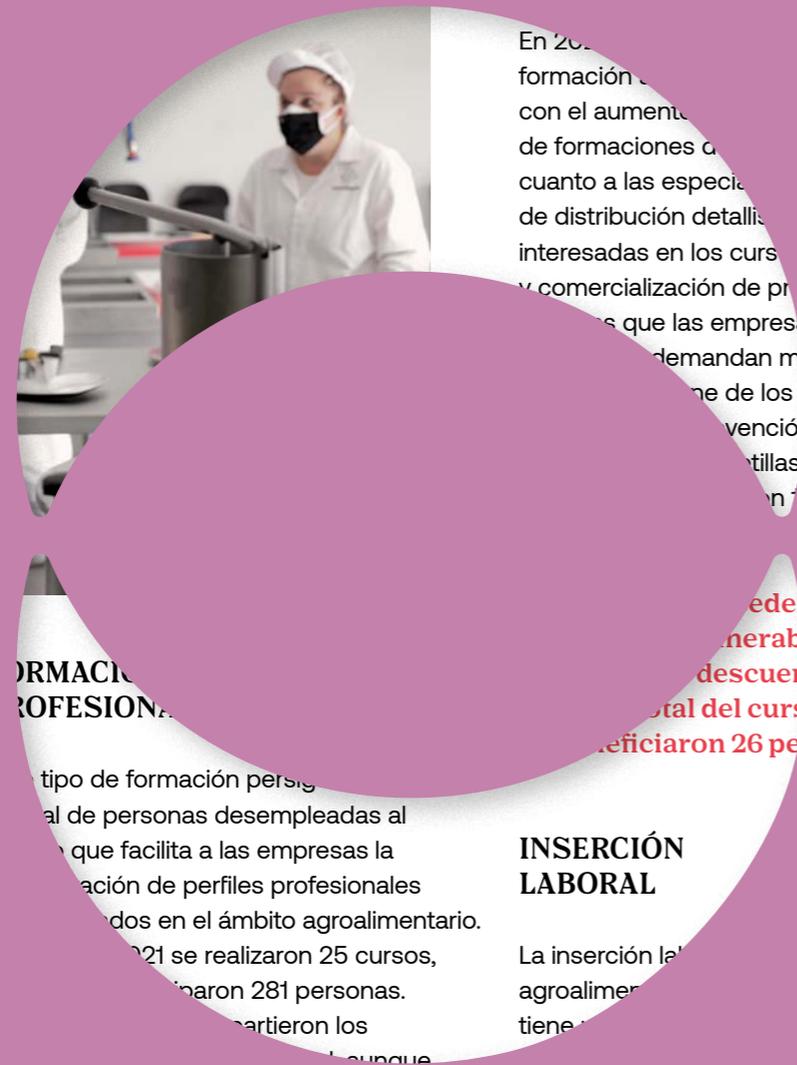
INSERCIÓN LABORAL SEGÚN LA FAMILIA PROFESIONAL*

CARNICERÍA Y PESCADERÍA	81,48%
FLORISTERÍA	71,43%
MOZOS DE ALMACÉN Y AUXILIARES DE COMERCIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS	68,18%

*DATOS CONTRASTADOS POR EL SOC CON LA AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL.

Mercabarna
Asociación
Ocupación
Empresarial
SOCIAL

Más próxima



Mercabarna impulsa iniciativas para darse a conocer, transmitir sus valores y objetivos y posicionarse como un agente comprometido con la realidad social de su entorno.

78

Cerca de 6.000 escolares participan en las campañas infantiles

79

Nueva edición del campus de verano "Refréscate con 5 al día"

80

El Mercado Central de Frutas y Hortalizas celebra medio siglo de vida en Mercabarna

82

El Biomarket estrena un gran mural de *street art*

84

Vuelven las visitas de estudiantes a la Unidad Alimentaria

86

Apoyo a iniciativas solidarias

89

Presencia en los medios de comunicación

Más próxima

Cerca de 6.000 escolares participan en las campañas infantiles

Una vez superada la etapa más complicada de la crisis sanitaria, “5 al día” y “Crece con el pescado” recuperaron las visitas a Mercabarna durante el curso 2021-2022.



Un año más, Mercabarna y los gremios de mayoristas AGEM y GMP organizaron las campañas infantiles con el objetivo de promover el consumo de productos frescos como parte de una dieta saludable y equilibrada. Se hizo hincapié además en la importancia de consumir de forma responsable y de no derrochar alimentos. En total, 5.829 niños y niñas de 112 escuelas participaron en estas campañas a lo largo del año.

Para reducir los riesgos derivados del COVID-19, durante el curso 2020-2021 las actividades pedagógicas se trasladaron a las escuelas. Gracias a la mejora de la situación sanitaria, desde octubre “5 al día” y “Crece con el pescado” recuperaron el funcionamiento habitual y se reanudaron las visitas a Mercabarna. El retorno a la Unidad

Alimentaria permite que los niños y niñas vivan una experiencia inmersiva mientras pasean por los mercados centrales y aprenden hábitos de alimentación saludable.

Desde octubre, Mercabarna vuelve a ser el escenario de las campañas “5 al día” y “Crece con el pescado”.

Nueva edición del campus de verano “Refréscate con 5 al día”

Esta iniciativa, que se puso en marcha en 2016, se dirige a niños y niñas en situación de vulnerabilidad.



del trabajo en equipo y se adaptan a las características de cada grupo, que incluyen a niños y niñas de 4 a 16 años.

Mercabarna subvenciona el campus de verano, que también cuenta con el apoyo de la AGEM y de empresas de la Unidad Alimentaria que aportan el producto.

La edición 2021 del campus de verano tuvo un 60% más de participantes que en el año anterior.

Durante el mes de julio, Mercabarna organizó el campus “Refréscate con 5 al día”, en el que participaron 602 menores de 13 entidades sociales, un 60% más que en el año anterior. Gracias a esta iniciativa, se ofrecen actividades lúdicas gratuitas en casals de verano de Barcelona y el área metropolitana que atienden a menores en situación de vulnerabilidad.

Tal y como ya pasó en 2020, como medida de precaución se sustituyeron las visitas a Mercabarna por talleres en las propias instalaciones de los casals. Estos talleres giran en torno a la alimentación saludable y los valores de la amistad y

El Mercado Central de Frutas y Hortalizas celebra medio siglo de vida en Mercabarna

El traslado del Born a la Zona Franca impulsó el desarrollo del sector hortofrutícola, hoy por hoy uno de los líderes de Europa.



Exposición sobre la historia del mercado.

El 7 de noviembre tuvo lugar el acto central de los cincuenta años del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, con la organización de una jornada festiva dirigida a los profesionales del mercado y a sus familias. Para revivir el traslado del Born a Mercabarna, se organizó una bicicletada virtual en la que se recreó el recorrido desde el barrio de la Ribera hasta la Zona Franca.

Los asistentes también pudieron visitar una exposición fotográfica, probar productos de otoño y disfrutar de un concierto de rumba. Además, se organizaron talleres infantiles para que los niños y niñas experimentaran con frutas y hortalizas.

Esta efeméride también protagoniza el calendario del mercado 2022, editado anualmente por la AGEM y Mercabarna.



Photocall para los asistentes a la fiesta.

UN POCO DE HISTORIA

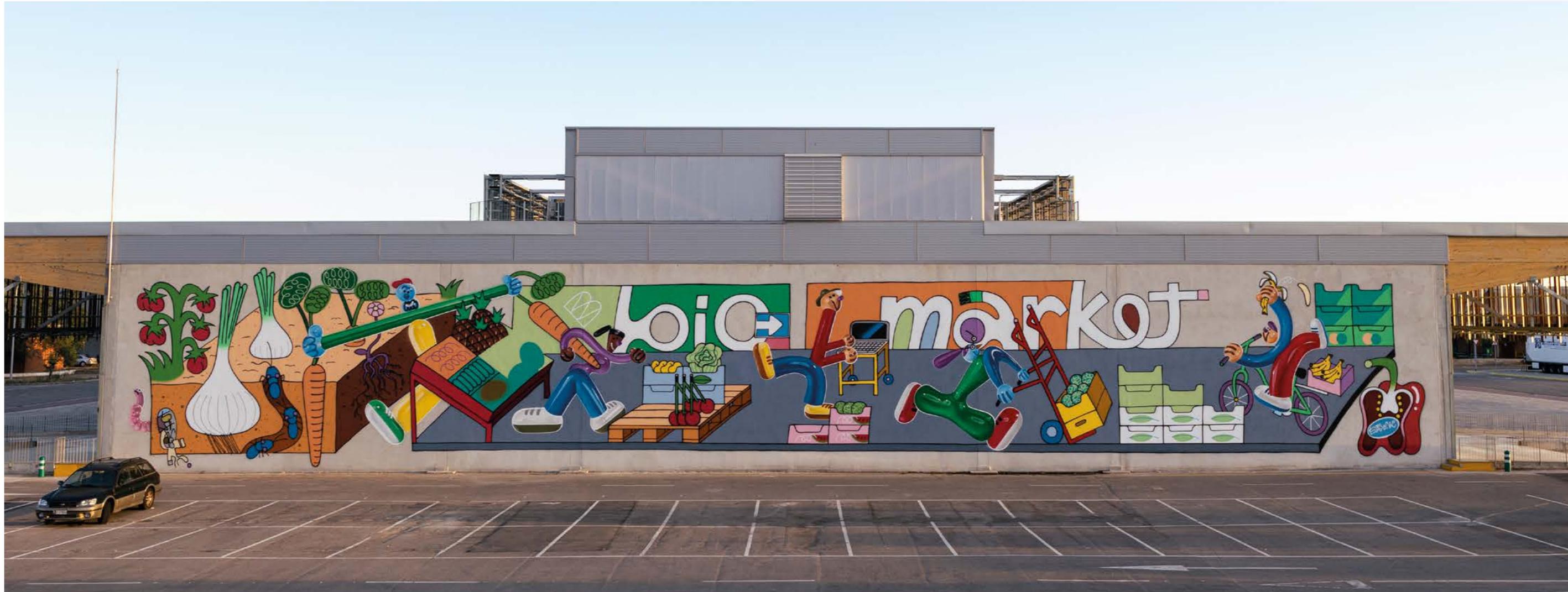
En agosto de 1971 el Mercado Central de Frutas y Hortalizas dejaba el Born para instalarse en Mercabarna. Atrás quedaba una ubicación histórica, pero que en los últimos años había experimentado problemas estructurales y logísticos que dificultaban el desarrollo de la actividad mayorista.

El traslado potenció el crecimiento y la modernización de las empresas mayoristas, que se beneficiaron del emplazamiento estratégico de la Zona Franca. Además, en 1989 se cambió el horario del mercado, que pasó de la actividad nocturna a la diurna, lo que propició el relevo generacional en las empresas y la entrada de nuevos compradores.

Actualmente, el sector de frutas y hortalizas de Mercabarna se ha situado al frente de Europa en comercialización, innovación y exportación y mueve anualmente más de dos millones de toneladas de productos.



El presidente de AGEM, Jaime Flores, la presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín, y el director general de Mercabarna, Jordi Valls, durante la bicicletada.



El Biomarket estrena
un gran mural de *street art*

El artista SAWE es el creador
de la obra, que ocupa la fachada
posterior del mercado bio.

Trescientos metros cuadrados para representar elementos clave de la alimentación ecológica. Este fue el encargo asumido por el artista barcelonés SAWE, quien a lo largo de su trayectoria ha trabajado en disciplinas como la pintura, el videoarte, la escultura, el muralismo y las instalaciones artísticas.

Durante una semana, SAWE realizó esta obra, que da mayor visibilidad al Biomarket, permite identificarlo fácilmente desde el exterior y al mismo tiempo dota al edificio de valor artístico.

Vuelven las visitas de estudiantes a la Unidad Alimentaria

Un año y medio después, Mercabarna recupera las visitas formativas de futuros profesionales del sector agroalimentario.



Las restricciones derivadas del COVID-19 obligaron a anular las visitas de estudiantes en 2020, pero con la mejora de la emergencia sanitaria se reanudaron a partir de septiembre.

En total, 299 alumnos de grados formativos, universidades y formación ocupacional conocieron el rol de la Unidad Alimentaria en el sistema alimentario catalán, gracias a la actividad de los mercados centrales y de las empresas del recinto.

Principalmente, los visitantes cursan estudios relacionados con la hostelería, restauración, dietética o comercio alimentario y están interesados en aspectos que vinculan la alimentación con el desarrollo de nuevos productos y formatos, las tendencias de consumo o la logística, entre otros.

VISITAS INSTITUCIONALES A MERCABARNA

A lo largo del año, Mercabarna también atendió a las autoridades que se acercaron al polígono alimentario para conocer el funcionamiento de este servicio esencial. Destacan, entre otras, las visitas de representantes del Gobierno español, como Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, y José Miguel Herrero, director general de Industria Alimentaria.

Por el Gobierno de la Generalitat de Cataluña, también visitaron Mercabarna el entonces vicepresidente y consejero de Economía, Pere Aragonès, el entonces consejero de Educación, Josep Bargalló, el entonces consejero de Empresa y Conocimiento, Ramon Tremosa, y la entonces directora general de Comercio, Muntxa Vilalta.

Por último, del Ayuntamiento de Barcelona también se recibieron las visitas del primer teniente de alcaldía, Jaume Collboni, y del comisionado de la Agenda 2030, Miquel Rodríguez.



Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, en el Mercado Central de Frutas y Hortalizas.



De izquierda a derecha, el entonces consejero de Educación, Josep Bargalló, el entonces vicepresidente y consejero de Economía, Pere Aragonès, y la presidenta de Mercabarna, Montserrat Ballarín, durante la presentación del Instituto de los Alimentos.



El entonces consejero de Empresa y Conocimiento, Ramon Tremosa, y Jordi Valls, director general de Mercabarna, en el Mercado Central del Pescado.

Apoyo a iniciativas solidarias

Durante 2021, Mercabarna apoyó a entidades y fundaciones con las que comparte objetivos estratégicos en materia de responsabilidad social corporativa.



ATENCIÓN A COLECTIVOS VULNERABLES, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Donación de rosas de Sant Jordi para varias iniciativas:

- Programa “Una rosa, una oportunidad”, de la Fundación Comtal.
- Semana Cultural y de Sant Jordi, del Centro Educativo L’Alzina.

Colaboración con la Fundación Oxfam Intermón para una nueva edición de la carrera contra la pobreza Oxfam Intermón Trailwalker (9 de octubre).

Subasta solidaria de trabajos florales de las Mercademostraciones en beneficio de la entidad social Andròmines (14 de noviembre).

Recogida de juguetes durante la campaña navideña para la Asociación Casal dels Infants del Raval.

Colaboración con la Fundación Formación y Trabajo para la gestión de los contenedores de ropa usada ubicados en el recinto.

RESPECTO POR EL MEDIO AMBIENTE

Colaboración con la Ultra Clean Marathon, evento deportivo que pretende impulsar la reflexión ciudadana sobre la necesidad de respetar el medio ambiente (5 de junio).

Aportación de producto fresco para los participantes de la iniciativa “Cuidemos Collserola, Collserola nos cuida”, del Colegio Sant Lluís, que sensibiliza a la comunidad educativa en la conservación del parque de Collserola (23 de octubre).



FOMENTO DE LA SALUD Y LA INVESTIGACIÓN MÉDICA

Donación de rosas para varias iniciativas:

- La rosa solidaria por la fibrosis quística, de la Asociación Catalana de Fibrosis Quística.
- Proyecto "Da el primer latido", del Consorcio Sanitario de Terrassa.

Colaboración con la Orden Hospitalaria San Juan de Dios para la caminata solidaria Barcelona Magic Line, a través de la cual se recogen fondos a favor de proyectos sociales y de investigación (13 de junio).

Aportación de fruta para la Marina WalkTrail, marcha nórdica solidaria organizada por la Fundación Amigos del Hospital del Mar para la investigación en cáncer de mama (17 de octubre)

Aportación de fruta para los participantes de la caminata popular NordiCEC, organizada por el Centro Excursionista de Cataluña (24 de octubre).

Aportación de fruta para los avituallamientos de la carrera Màgic BDN Running en favor de la Fundación Josep Carreras contra la Leucemia (14 de noviembre).

Donación de árboles para el mercado solidario de Navidad de la Fundación de Oncología Infantil Enriqueta Villavecchia (del 25 al 27 de noviembre).

Apoyo a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) para la organización de la carrera Barcelona en Marcha contra el Cáncer (12 de diciembre).

Aportación de frutas y hortalizas para las personas voluntarias de La Marató de TV3 (19 de diciembre).



Presencia en los medios de comunicación

Durante 2021 los medios de comunicación publicaron 2.528 noticias sobre la Unidad Alimentaria, de las cuales 1.731 se impulsaron desde Mercabarna.

Presencia de Mercabarna por tipo de medio:

- 59% medios en línea masivos
- 30% medios en línea especializados
- 6% prensa escrita
- 3% televisión
- 2% radio

Los cinco temas de mayor repercusión mediática:

- Biomarket.
- Previsión de ventas de rosas por Sant Jordi.
- Ampliación de Mercabarna.
- Presentación del Instituto de los Alimentos.
- Tendencias de consumo navideño.



Rueda de prensa de Sant Jordi en Mercabarna-flor.



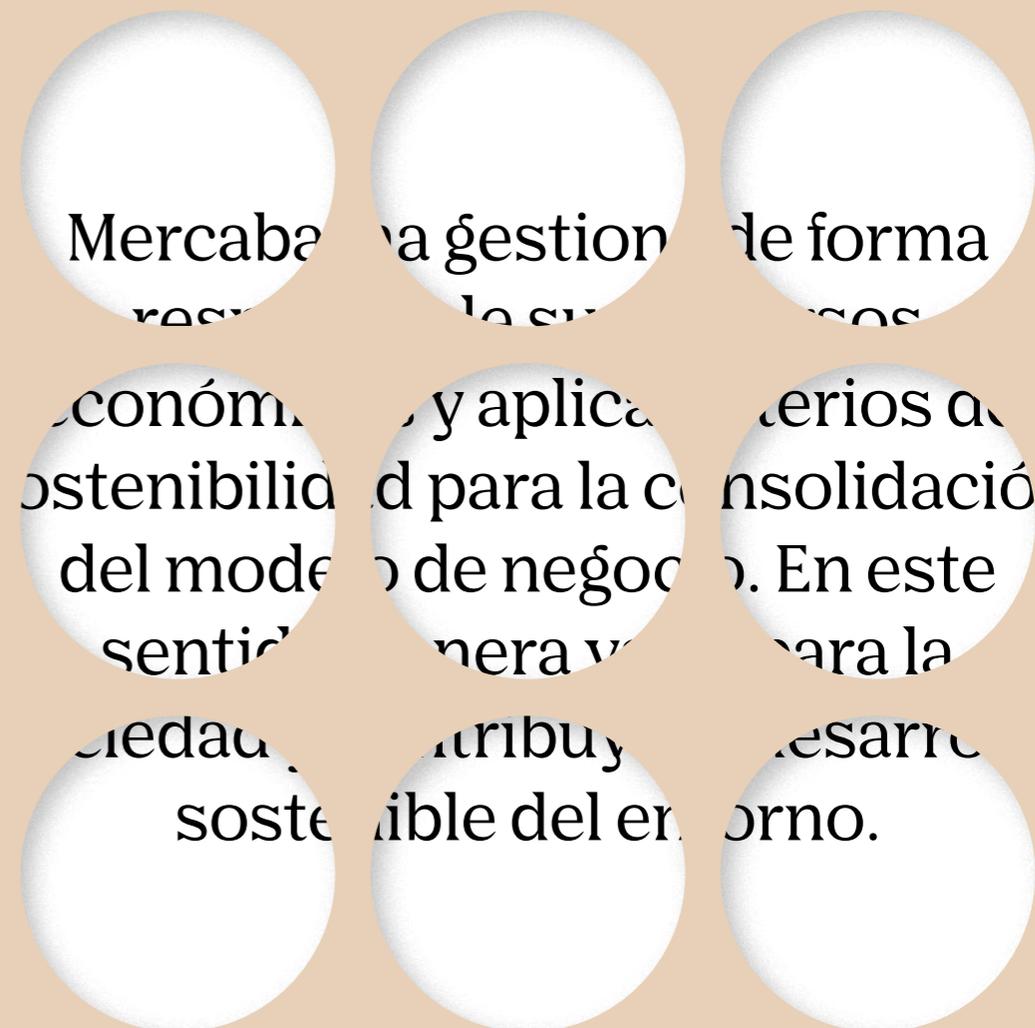
NACE LA NEWSLETTER MERCABARNANEWS

Desde el mes de julio, Mercabarna envía periódicamente el nuevo boletín online MercabarnaNews para dar a conocer la actualidad de la Unidad Alimentaria a las empresas del recinto, entidades y profesionales suscritos. La newsletter, con un diseño más atractivo y adaptado a los dispositivos móviles, incluye las ilustraciones de Rocío Egío, que interpretan de forma colorista y geométrica Mercabarna y su ecosistema.

REDES SOCIALES

Las redes sociales de Mercabarna han ganado presencia como canales de comunicación de la empresa, ya que permiten difundir información de servicio al público interno y a su vez divulgar qué es Mercabarna y explicar a la ciudadanía el rol que desempeña.

- Facebook
7.598 seguidores (+15%)
- Twitter
2.331 seguidores (+18,6%)
- LinkedIn
6.806 seguidores (+19,7%)
- YouTube
618 seguidores (+19,8%)
- Instagram
3.110 seguidores (149,2%)



Estados financieros



Mercabarna gestiona de forma responsable sus recursos económicos y aplica criterios de sostenibilidad para la consolidación del modelo de negocio. En este sentido, genera valor para la sociedad y contribuye al desarrollo sostenible del entorno.

95	97	98
Balance	Cuenta de pérdidas y ganancias	Resultado del ejercicio 2021
98	99	
Generación de valor	Ingresos y gastos de explotación	

Estados financieros

Estats Financers

Mercabarna ha lograt un resultat neto a final del exercici de 11.563.279,14 €. Esta cifra, que representa un incremento del 54% respecto a 2019, revierte los efectos que el cierre del Matadero tuvo en el ejercicio económico de 2020.

El resultado de explotación ha sido de 4.252.864,61 €, cifra que garantiza la viabilidad económica de la sociedad y da continuidad al mantenimiento de las infraestructuras, la inversión en el recinto y el desarrollo de nuevos proyectos. La cifra total de ingresos de explotación se ha situado en los 30.455.331 €, mientras que los gastos de explotación han sido de 26.202.466 €.

INVERSIONES PARA 2022

Para el ejercicio 2022 se prevén inversiones valoradas en 11,2 millones de euros. Destaca la finalización del cambio de pavimento de los muelles del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y la instalación de compactadores inteligentes para la gestión de residuos orgánicos vegetales. También en materia de sostenibilidad medioambiental, se iniciará el proyecto de implantación de placas fotovoltaicas en los edificios propiedad de Mercabarna y continuarán las obras de renovación del Punto Verde, que en un 60% estarán subvencionadas por los fondos Next Generation EU.

En 2022 también finalizará el derribo del Matadero y se llevarán a cabo actuaciones de mejora de los interiores y la fachada del edificio comercial, así como de diferentes plantas del Centro Directivo.

Balance

BALANCE DE SITUACIÓN DEL EJERCICIO	2020	2021
ACTIVO NO CORRIENTE	76.328.107,95 €	146.942.108,02 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	876.706,95 €	957.356,96 €
Aplicaciones informáticas	825.014,57 €	907.245,22 €
Otros inmovilizados intangibles	51.692,38 €	50.111,74 €
INMOVILIZADO MATERIAL	73.534.953,60 €	145.518.128,60 €
Terrenos y construcciones	64.363.093,75 €	133.058.536,12 €
Instalaciones técnicas y otros inmovilizados	6.972.639,59 €	6.618.249,72 €
Inmovilizados en curso y anticipos	2.199.220,26 €	5.841.342,76 €
INSTRUMENTOS DE PATRIMONIO	90.151,82 €	90.151,82 €
INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO	615.487,08 €	314.506,63 €
Créditos a terceros	599.469,23 €	299.830,39 €
Otros activos financieros	16.017,85 €	14.676,24 €
ACTIVO POR IMPUESTO DIFERIDO	1.210.808,50 €	61.964,01 €
ACTIVO CORRIENTE	56.993.506,59 €	23.930.611,48 €
DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS PENDIENTES DE COBRO	6.134.185,95 €	8.326.479,86 €
Clientes por ventas y prestación de servicios	3.730.331,04 €	2.412.134,26 €
Empresas clientes del grupo y asociadas	543.547,08 €	382.273,31 €
Deudores varios	6.719,19 €	67,88 €
Personal	29.463,69 €	37.519,70 €
Activos por impuesto corriente	1.824.124,95 €	4.883.250,77 €
Otros créditos con las administraciones públicas	-	611.233,94 €
INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO	695.425,90 €	710.307,22 €
Créditos a empresas	91.042,63 €	69.887,09 €
Otros activos financieros	604.383,27 €	640.420,13 €
PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	23.142,75 €	44.654,95 €
EFFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS	50.140.751,99 €	14.849.169,45 €
TOTAL ACTIVO	133.321.614,54 €	170.872.719,50 €

PATRIMONIO NETO	100.624.340,28€	110.401.320,68€
FONDOS PROPIOS	100.398.712,37€	110.176.014,83€
Capital escriturado	14.287.813,40€	14.287.813,40€
RESERVAS	93.092.749,93€	91.878.285,79€
Legales y estatutarias	2.857.620,23€	2.857.620,23€
Otras reservas	90.235.129,70€	89.020.665,56€
ACCIONES Y PARTICIPACIONES EN PATRIMONIO PROPIAS	-101.297,71€	-101.297,71€
RESULTADOS NEGATIVOS DE EJERCICIOS ANTERIORES		-6.880.553,25€
RESULTADO EJERCICIO	-6.880.553,25€	11.563.279,14€
DIVIDENDO A CUENTA		-571.512,24€
SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS	225.627,91€	225.305,85€
PASIVO NO CORRIENTE	19.366.624,59€	46.419.685,80€
PROVISIONES A LARGO PLAZO	4.001.815,16€	3.064.482,78€
Otras provisiones	4.001.815,16€	3.064.482,78€
DEUDAS A LARGO PLAZO	-€	28.666.666,67€
PASIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	23.740,20€	-€
PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO	15.341.069,23€	14.688.536,35€
PASIVO CORRIENTE	13.330.649,67€	14.051.713,02€
DEUDAS A CORTO PLAZO	3.701.447,57€	4.467.708,16€
PROVISIÓN A CORTO PLAZO	2.619.883,16€	2.619.883,16€
ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR	2.857.982,55€	2.611.740,18€
Acreedores varios	1.844.417,09€	1.663.890,57€
Personal, remuneraciones pendientes de pago	333.806,00€	456.050,20€
Otras deudas con administraciones públicas	646.559,47€	491.799,41€
Anticipos de clientes	33.199,99€	-€
PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	4.151.336,39€	4.352.381,52€
TOTAL PASIVO	133.321.614,54€	170.872.719,50€

Cuenta de pérdidas y ganancias

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2020	2021
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	24.029.713,02€	23.821.643,94€
Prestación de servicios	24.029.713,02€	23.821.643,94€
APROVISIONAMIENTOS	-141.232,77€	-79.857,72€
Consumo de materias primas y otros consumibles	-	-
Trabajos realizados por otras empresas	-141.232,77€	-79.857,72€
OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	12.047.479,34€	6.609.624,46€
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	11.769.232,62€	6.406.758,48€
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	278.246,72€	202.865,98€
GASTOS DE PERSONAL	-6.579.219,38€	-6.923.933,45€
Sueldos, salarios y similares	-4.559.637,91€	-5.006.096,76€
Cargas sociales	-2.019.581,47€	-1.917.836,69€
OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	-10.528.925,38€	-12.156.899,74€
Servicios exteriores	-8.547.081,29€	-9.798.592,48€
Tributos	-1.866.413,18€	-1.991.219,23€
Pérdidas por deterioro de las operaciones comerciales	-115.430,91€	-367.088,03€
AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	-13.591.342,24€	-7.363.539,92€
EXCESO DE PROVISIONES		595.456,93€
IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS	77.249,89€	24.062,26€
DETERIORO Y RESULTADO DE ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO	-4.444,74€	-273.692,15€
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	5.309.277,74€	4.252.864,61€
INGRESOS FINANCIEROS	50.955,89€	1.592.540,46€
De terceros	50.955,89€	1.592.540,46€
GASTOS FINANCIEROS	-143.041,18€	-292.171,77€
Por deudas con terceros	-143.041,18€	-292.171,77€
DIFERENCIAS DE CAMBIO	-2,95€	-25,88€
TOTAL RESULTADO FINANCIERO	-92.088,24€	1.300.342,81€
Resultado antes de impuestos	5.217.189,50€	5.553.207,42€
Impost sobre beneficios	-578.960,71€	6.010.071,72€
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	4.638.228,79€	11.563.279,14€
Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas	-11.518.782,04€	-€
RESULTADO DEL EJERCICIO	-6.880.553,25€	11.563.279,14€

Resultado del ejercicio 2021

RESULTADO DEL EJERCICIO 2021	2021
Resultado neto del ejercicio	11.563.279,14€
Dividendos	2.428.928,00 €
Reservas voluntarias	2.253.797,89 €
Resultado negativo a compensar	6.880.553,25 €

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.

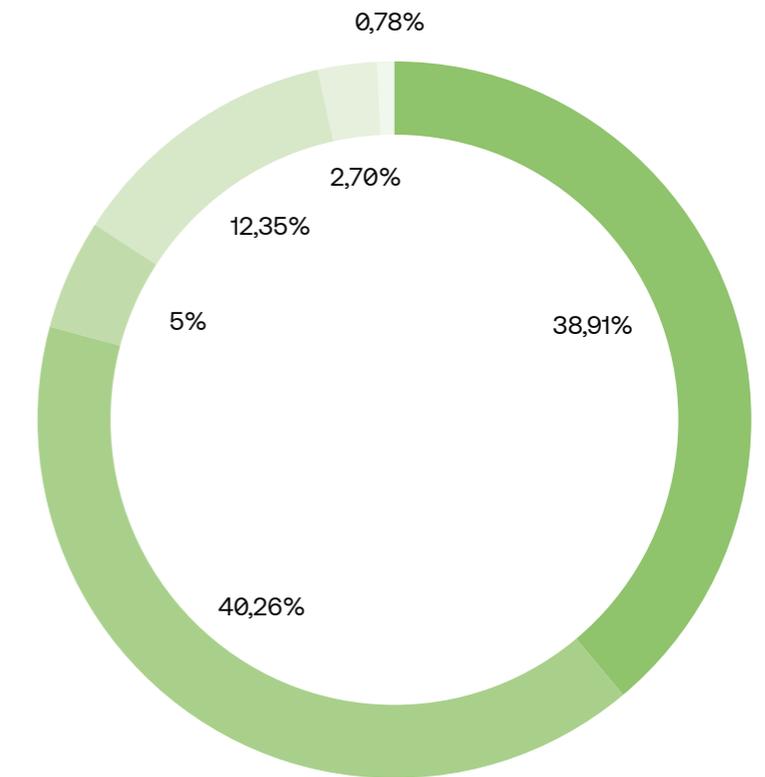
Resultado negativo del ejercicio	36,08%
Amortizaciones, bajas...	23,83%
Tributos y otros impuestos	-12,54%
Gastos financieros	0,91%
Gastos de explotación	30,11%
Gastos salariales	21,06%

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO: 32.047.871,12 €

Ingresos y gastos de explotación

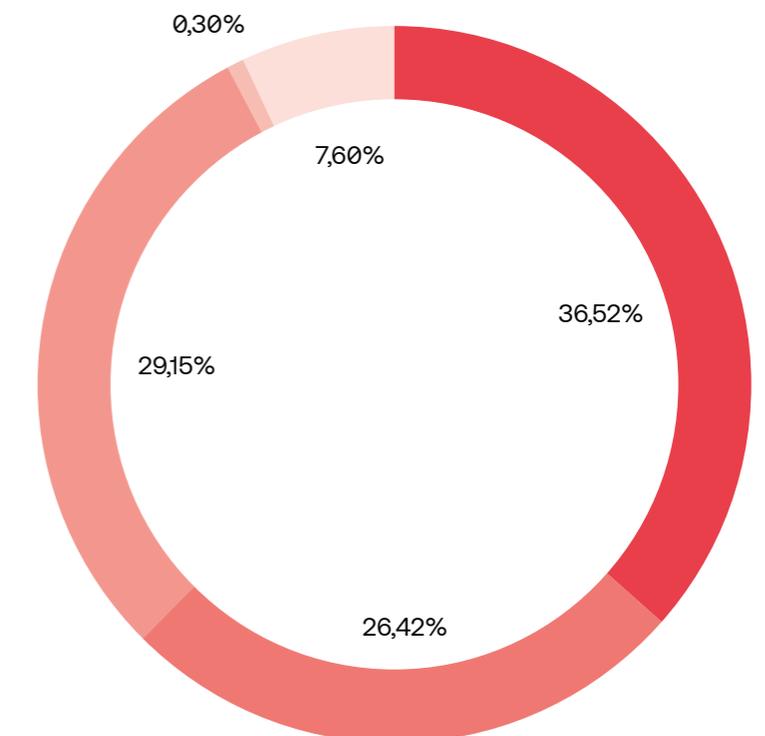
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

- ZAC, pabellones y locales
- Mercados centrales
- Otros
- Accesos
- Mercabarna-flor
- Biomarket



GASTOS DE EXPLOTACIÓN

- Servicios externos
- Personal
- Amortizaciones, bajas
- Aprovisionamientos
- Tributos



Anexo

Accionistas

Barcelona de Serveis Municipals, SA: 51%

Empresa Nacional Mercasa: 37%

Generalitat de Catalunya: 12%

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

- Jordi Castellana Gamisans
- Elsa Artadi Vila (1)
- Neus Munté Fernández (2)
- Francisco Sierra López
- Albert Guivernau Molina
- Josep Bou Vila
- Albert Dalmau Miranda
- Màxim López Manresa

EMPRESA NACIONAL MERCASA

- Vanessa Moreno Vincent
- Laura Torre Álvarez
- Alfredo Suaz González
- María Teresa Castillo Pasalodos
- Sara González Martín

GENERALITAT DE CATALUÑA

- Montserrat Vilalta Cambra (1)
- Jordi Torrades Aladren (2)
- Raquel Sánchez Jiménez (3)
- Gemma Badia Cequier (4)

SECRETARIA/SECRETARIO

Lidia Redón Palaín (1)
Jordi Cases Pallarès (2)

VICESECRETARIA

Lidia Redón Palaín (2)

DIRECTOR GENERAL

Jordi Valls Riera

- (1) HASTA EL 9 DE JULIO.
(2) DESDE EL 9 DE JULIO.
(3) HASTA EL 20 DE DICIEMBRE.
(4) DESDE EL 20 DE DICIEMBRE.

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

Equipo directivo

DIRECTOR GENERAL
Jordi Valls Riera

ESTRATEGIA E INNOVACIÓN
Pablo Vilanova Montagut

- Innovación
- Digital
- Nuevos proyectos/NGEU

INFRAESTRUCTURAS Y SOSTENIBILIDAD

Marc Vilà Renaud

- Infraestructuras:
Teresa Ricol Carreras
- Medio Ambiente:
Georgina Cepas Ordax

SERVICIOS CORPORATIVOS

Lidia Redón Palaín

- Servicios Jurídicos
- Tecnologías de la Información:
Teresa Febré Muniente
- Back Office

MARKETING Y CLIENTES

Ingrid Buera Nadal

- Acción Social
- Vigilancia y Seguridad:
Juan Carlos Oviedo
- Marketing y Comunicación:
Alba Puig Gili
- Medios de Comunicación:
Roser Lapuente Camins

COMERCIAL

Antonio García Meca

- Desarrollo Comercial
- Mercados y ZAC
- Mercabarna-flor:
Diana Sumelzo Pradas
- Mercado Central del Pescado: Jordi Defez Torelló
- Mercado Central de Frutas y Hortalizas

FINANZAS

Arantxa González Pelegrín

- Administración y Contabilidad
- Controlling

ORGANIZACIÓN, PERSONAS Y CULTURA

Marta Rodríguez Martín

- Cultura/Shared Value
- Servicios de Formación:
Maite Palat Gubert
- Organización, Calidad y Personas
- Relaciones Laborales:
Rosa Arró Mañé

