



INFORME ANUAL 2012

merca **B**ilbao

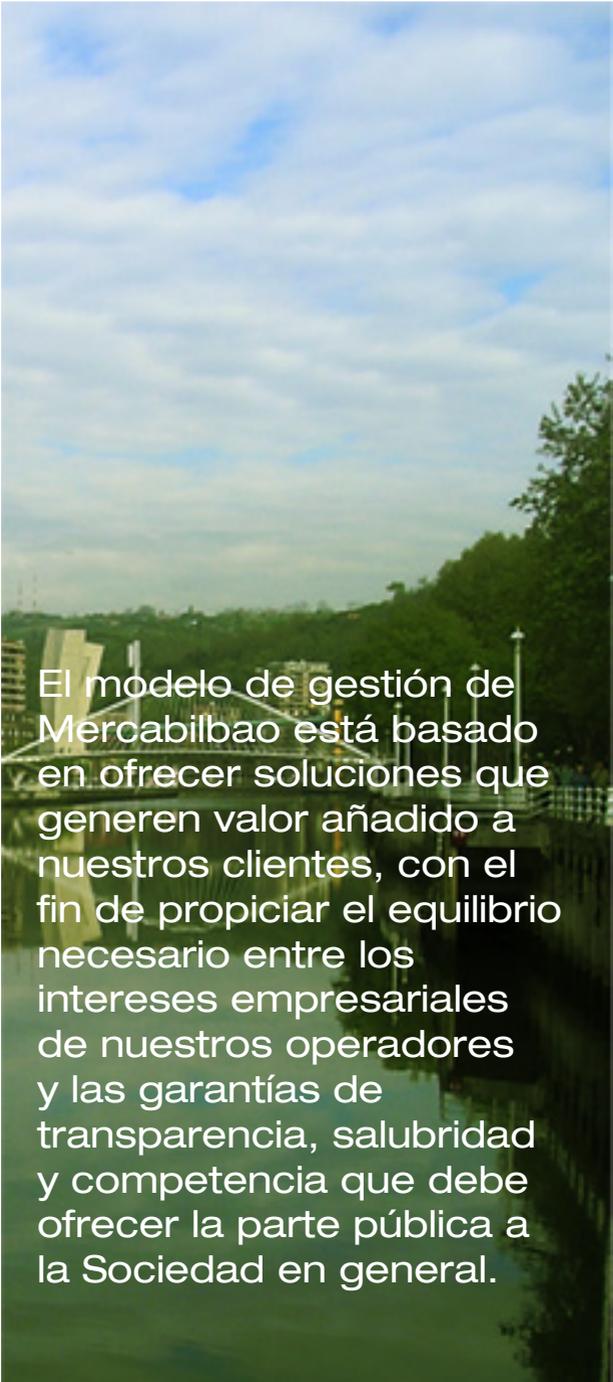
merca **B**ilbao

Barrio Ibarreta nº1
48970 Basauri, Bizkaia
Tlfn.: 944492758
Fax: 944406603

sumario

pag. 4-10

visión



El modelo de gestión de Mercabilbao está basado en ofrecer soluciones que generen valor añadido a nuestros clientes, con el fin de propiciar el equilibrio necesario entre los intereses empresariales de nuestros operadores y las garantías de transparencia, salubridad y competencia que debe ofrecer la parte pública a la Sociedad en general.

pag. 11-17

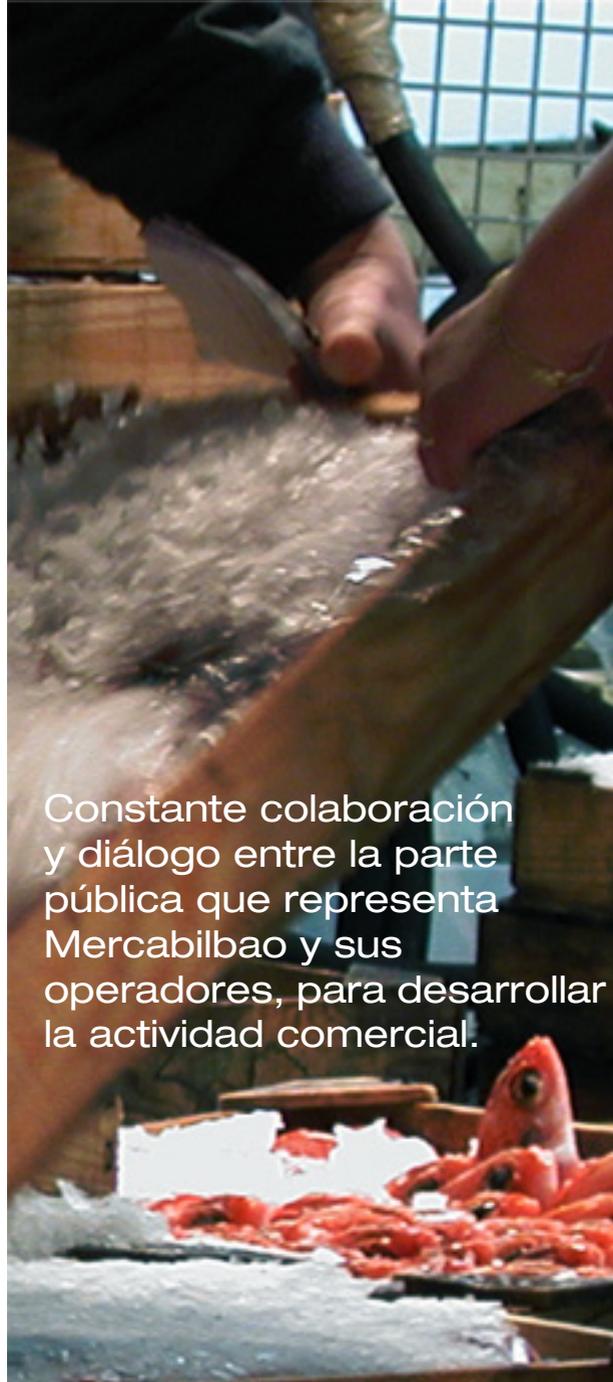
talento



Con la implicación y dedicación de las personas conseguiremos ser menos vulnerables en coyunturas desfavorables.

pag. 18-72

compromiso



Constante colaboración y diálogo entre la parte pública que representa Mercabilbao y sus operadores, para desarrollar la actividad comercial.

pag. 73-83

fortaleza



...con el excelente resultado económico, Mercabilbao, con sus operadores a la cabeza, no cesan en el empeño de reforzar y consolidar la posición de referente de la industria agroalimentaria en su área de influencia

visión

El modelo de gestión de Mercabilbao está basado en ofrecer soluciones que generen valor añadido a nuestros clientes, con el fin de propiciar el equilibrio necesario entre los intereses empresariales de nuestros operadores y las garantías de transparencia, salubridad y competencia que debe ofrecer la parte pública a la Sociedad en general.

Carta del Presidente

No siendo ajenos al contexto generalizado de recesión económica, en 2012 podemos decir que se han alcanzado con éxito los objetivos señalados en el plan operativo anual de Mercabilbao, continuando con la tendencia de los ejercicios anteriores. Quiero destacar que junto con el excelente resultado económico, Mercabilbao, con sus operadores a la cabeza, no cesan en el empeño de reforzar y consolidar la posición de referente de la industria agroalimentaria en su área de influencia.

En este intento de desarrollar la actividad comercial como base de desarrollo económico, es fundamental la constante colaboración y el diálogo entre la parte pública que representa Mercabilbao y sus operadores. En este marco de entendimiento debemos situar, entre otros aspectos, el acuerdo tarifario alcanzado en el mercado para un periodo de cinco años, ligado a la evolución económica del entorno. La necesaria complicitad de las partes manifestada en este convenio, reporta la estabilidad necesaria para coadyuvar desde Mercabilbao en el impulso a los clientes, mayoristas y minoristas, en definitiva, a nuestros comerciantes.

El sector comercial y dentro de este, el agroalimentario en particular, es un campo cuyo impulso ayudará en la recuperación del valor de nuestros pueblos y ciudades, por ello debemos seguir trabajando conjuntamente detectando y aprovechando las oportunidades que el futuro nos ofrezca, a la vez que sorteemos las amenazas que se nos presenten. Sin sembrar es imposible recoger los frutos, así que desde estas líneas quiero animar a comerciantes, proveedores, trabajadores, en definitiva, a los madrugadores de Mercabilbao, a seguir en esta línea de trabajo, siempre con base en valores que, como la prudencia, han marcado nuestro devenir, haciendo que seamos lo que somos, un referente en el sector.

Iñaki Azkuna Urreta

Presidente del Consejo de Administración

Alcalde de Bilbao

Presentación del Director General

El modelo de gestión de Mercabilbao está basado en ofrecer soluciones que generen valor añadido a nuestros clientes, con el fin de propiciar el equilibrio necesario entre los intereses empresariales de nuestros operadores como agentes económicos de primer orden que son y las garantías de transparencia, salubridad y competencia que debe ofrecer la parte pública a la Sociedad en general. De la fortaleza de nuestro modelo, junto con la implicación y dedicación de las personas conseguiremos ser menos vulnerables en coyunturas desfavorables.

2012 ha sido un año más de inestabilidad económica y crisis internacional, que está afectando de manera muy negativa al consumo familiar y por consiguiente, a la actividad comercial del sector agroalimentario. A pesar de ello, las cantidades comercializadas en Mercabilbao no se han visto resentidas en gran manera. El mercado de pescados sí ha visto retroceder sus volúmenes de comercialización en un 2,8 %, mientras que el mercado de frutas y hortalizas prácticamente se ha mantenido estable respecto del año anterior. Incluso y aunque los precios de los productos en ambos sectores han resistido, la presión que provoca la ausencia de financiación, sumado a la mayor incertidumbre por los elevados índices de morosidad, hace que se esté pervirtiendo la dinámica comercial afectando negativamente al sector.

En todo caso desde Mercabilbao, S.A. podemos decir que 2012 ha sido un año positivo por la ratificación en la tendencia alcista de sus resultados, con un crecimiento del 57% respecto del ejercicio anterior, pero sobre todo, por el mantenimiento de la actividad en el mercado. Así, a la vez que han causado baja algunos operadores, se han producido altas o expansión de otros, lo que da una idea de estar en un mercado vivo. La satisfacción que produce la plena ocupación de los puestos de venta comercial, así como la superación sostenida y constante en la generación de recursos no debe alejarnos de la necesaria prudencia como ingrediente básico para la consecución del éxito en la gestión del modelo

Mercabilbao. Si los atributos comerciales que venimos expresando en nuestro sello de calidad 3S se refieren a productos Sabrosos, Seguros y Saludables, en el plano financiero y de gestión debemos añadir las 3S que hacen de Mercabilbao una Sociedad Saneada y Solvente.

Con la tranquilidad de contar con una estructura saneada y la estabilidad de haber rubricado con los usuarios un acuerdo de tarifas para el período 2012-2016, continuamos con el desarrollo de acciones para la generación de valor dirigido el conjunto de operadores bajo la marca Mercabilbao, como garante de calidad para el impulso del consumo responsable. En este campo, al igual que en años anteriores, durante 2012 hemos continuado con los talleres de escolares, la difusión de la marca 3S-3G a través de nuestros clientes y detallistas en prensa y radio, el apoyo y promoción del deporte, el patrocinio de eventos gastronómicos y la celebración del tercer concurso de cestas de frutas, entre otros.

En lo que a mejora y conservación de instalaciones se refiere, 2012 ha sido el año de la puesta en operación de la inversión eléctrica cuyo inicio tuvo lugar en el ejercicio precedente. Asimismo y además de las habituales tareas de mantenimiento de cubiertas, suelos y viales, este año se han realizado distintas acciones encaminadas a mejorar las condiciones de trabajo de los distintos operadores, tales como la habilitación de un mayor número de rampas en los pabellones, la ampliación del muelle de carga en plátanos, el acondicionamiento de aseos públicos, la eliminación de barreras arquitectónicas en el acceso a oficinas y la instalación de un ahuyentador de aves. De igual manera y siguiendo con el plan trazado en ejercicios anteriores, se mejora la iluminación en los exteriores de los pabellones, bien con elementos de inducción o “led”, que suponen un aumento de la intensidad lumínica para la mejora del trabajo efectivo y la seguridad de personas y bienes, a la vez de redundar en una importante rebaja de la factura eléctrica en el futuro, por el menor consumo y la mayor durabilidad de los equipos.

Mencionada la mejora en seguridad que supone una mejor iluminación de las instalaciones, debemos añadir que durante 2012 se ha concluido la inversión relativa a la



instalación de un sistema de video-vigilancia inteligente que gestiona el circuito cerrado de cámaras de televisión para el control del perímetro de la unidad alimentaria. Con el fin de dotar de uniformidad en la actuación y gestionar de manera óptima estos elementos novedosos, se procede en marzo a la puesta en marcha de los nuevos contratos de control de accesos y vigilancia de las instalaciones. Asimismo, fruto del análisis permanente de necesidades en materia de seguridad y control, durante este año se procede a la revisión y registro del plan de autoprotección, la realización de un simulacro parcial, la instalación de barrera automática para control nocturno de salidas y la instalación de dispositivos para la apertura de puertas de emergencia .

Dentro del Cluster de Alimentación de Euskadi, en 2012 continuamos con participación activa en el grupo de trabajo de comunicación, así como en el proyecto de redes para la canalización del esfuerzo de las empresas del sector alimentario, buscando la necesaria cooperación que nos permita reforzar la competitividad a la vez que velamos por el crecimiento empresarial. En este marco, si ya durante el ejercicio anterior se habían presentado distintos proyectos de innovación estratégica, con base en el envase único reutilizable, a finales de 2012 ha comenzado a recibirse alguna aceptación para el inicio de actividades, como es el caso del proyecto “Gaitek innovación Mercabox” financiado por el Gobierno Vasco. Es un buen punto de partida que debemos aprovechar para seguir siendo referencia, incluso tecnológica, en el sector agroalimentario.

Estamos cumpliendo los objetivos de calidad que nos hemos impuesto, para lo cual el desarrollo de herramientas de apoyo informático, entre otros, es importante. Durante 2012 se han renovado las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 a la vez que continuamos por el camino de la excelencia en la gestión dentro del modelo EFQM, realizándose a final del año una primera autoevaluación con la que identificar las áreas de mejora. Dentro de este proceso, un año más, se han realizado las distintas encuestas de satisfacción de clientes y personas, con un buen resultado global, similar al de años anteriores.

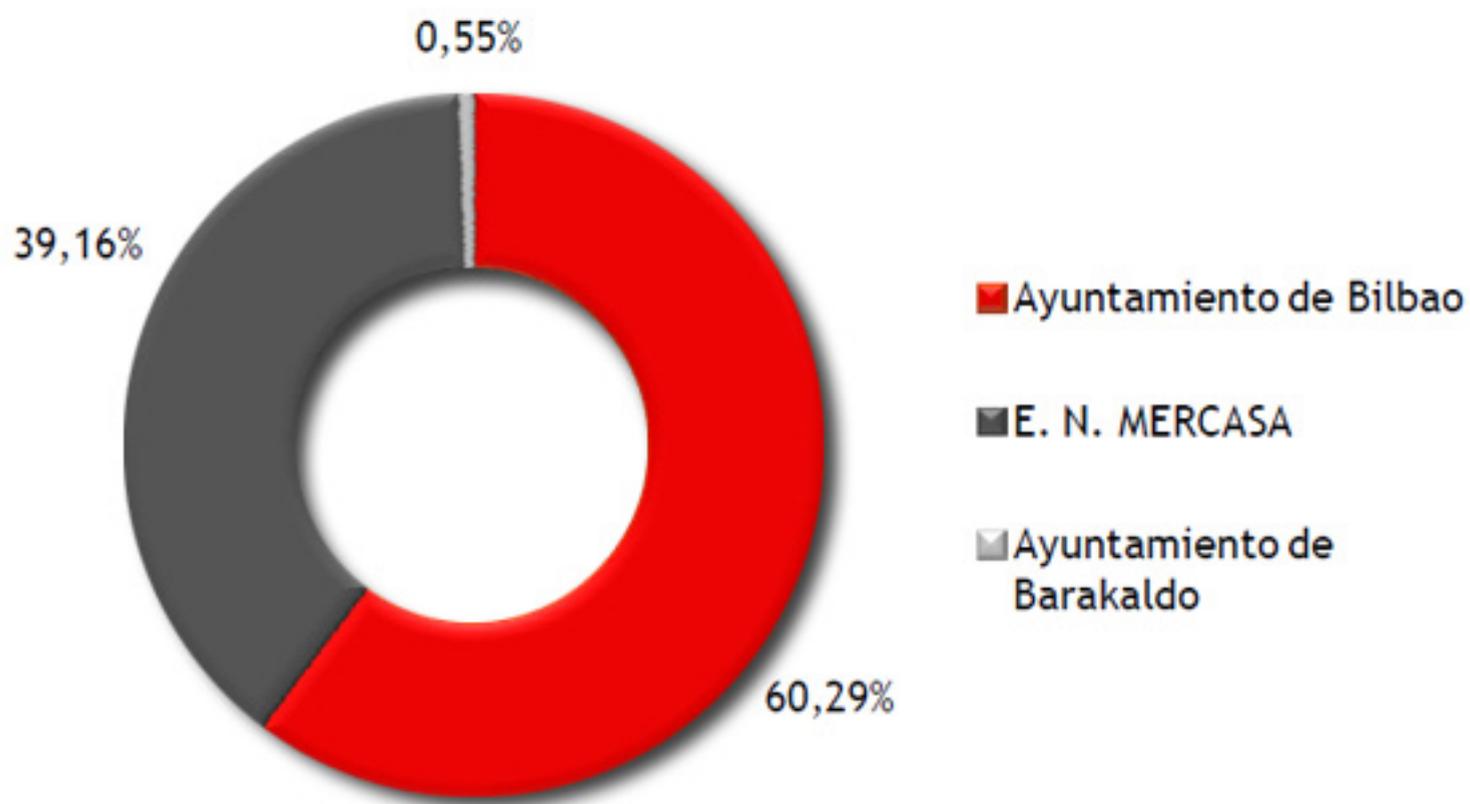
En el campo de la responsabilidad social y más concretamente en el de la limpieza y gestión de residuos, apuntar que en 2012 continuamos con la apuesta ambiental desarrollada en años anteriores consistente en la máxima valorización de los residuos, que nos hace ser un referente en el sector. Debido a esta trayectoria, en junio de 2012 Mercabilbao fue galardonado con la “Escoba de Oro” en la feria de urbanismo y aseo urbano que cada dos años se celebra en IFEMA-Madrid, siendo el primer mercado central de abastecimiento en contar con una distinción tal. Dado que la colaboración público-privada establecida en el contrato de limpieza y gestión de residuos está dando sus frutos, a final de 2012 se comenzó la negociación de las prórrogas previstas en el contrato, con el fin de continuar por la senda de la mejora continua en este campo. Cabe asimismo traer a colación en este apartado la mejora en la iluminación con una más eficiente utilización de los recursos.

No sería justo concluir sin hacer mención al trabajo que desarrollan las personas que forman Mercabilbao, quienes dinamizan noche y día el conjunto de actividades que se desarrollan en el mercado. Progresivamente estamos dedicando más esfuerzo para que el trabajo de las personas en el recinto de Mercabilbao sea más seguro, a la vez que continuamos con los planes de capacitación y puesta al día de las competencias individuales y de equipo. De igual manera, tampoco sería justo olvidar el esfuerzo realizado por los accionistas de Mercabilbao, que aprovechando la renovación de cargos en el Consejo de Administración, han procedido a la reducción del 57% de los mismos, lo que redundará en importantes ahorros económicos y agilidad en la operativa de gestión de la compañía.

Ante la inestabilidad del entorno, el enfoque para el ejercicio 2013 continuará teniendo la prudencia como premisa principal, acompañada del esfuerzo y compromiso como valores que guíen nuestras actividades para el soporte de una acertada estrategia.

Aitor Argote Ibáñez
Director General

“...El sector comercial y dentro de este, el agroalimentario en particular, es un campo cuyo impulso ayudará en la recuperación del valor de nuestros pueblos y ciudades...” (El presidente)



talento

...el esfuerzo realizado por los accionistas de Mercabilbao, que aprovechando la renovación de cargos en el Consejo de Administración, han procedido a la reducción del 57% de los mismos, redunda en importantes ahorros económicos y agilidad en la operativa de gestión de la compañía.

El Consejo de Administración de Mercabilbao

El esfuerzo realizado por los accionistas de Mercabilbao, que aprovechando la renovación de cargos en el Consejo de Administración, han procedido a la reducción del 57% de los mismos, redunda en importantes ahorros económicos y agilidad en la operativa de gestión de la compañía.

Presidente	IÑAKI AZKUNA URRETA
Vicepresidente 1º	PABLO GONZÁLEZ GONZÁLEZ
Vicepresidente 2º	MARIANO GÓMEZ FERNÁNDEZ
Vocales	OIHANE AGIRREGOITIA MARTÍNEZ MARIA VÁZQUEZ GONZÁLEZ MARTA AJURIA ARRIBAS EDUARDO MAIZ OLAZABALAGA EDUARDO ENCISO OCHOA PEDRO A. MONTELONGO MARTIN
Secretario	GONZALO RUIZ DE AIZPURU
Letrado-Asesor	GREGORIO ESTEBAN GUERECA
Director General	AITOR ARGOTE IBÁÑEZ

Las personas que forman Mercabilbao, dinamizan noche y día el conjunto de actividades que se desarrollan en el mercado.

Al cierre del ejercicio 2012, Mercabilbao contaba con una plantilla física de 19 personas, y 3 prejubiladas.

En lo que afecta a la diversidad de género, en 2012, el 16,45% de la plantilla son mujeres y el número de mujeres en el equipo directivo respecto del total de puestos en el equipo directivo es el 25%.

La edad media de la plantilla, es de 44,87 años y la media de antigüedad en la empresa es de 17,12 años (exceptuando a los prejubilados).

El absentismo, incluidas bajas por ILT, se ha reducido un 4,07%. En el caso del absentismo, al margen de los casos de bajas por ILT, la cifra ha sido de un 1%, un 0,12% menos que en 2011.

Clima laboral

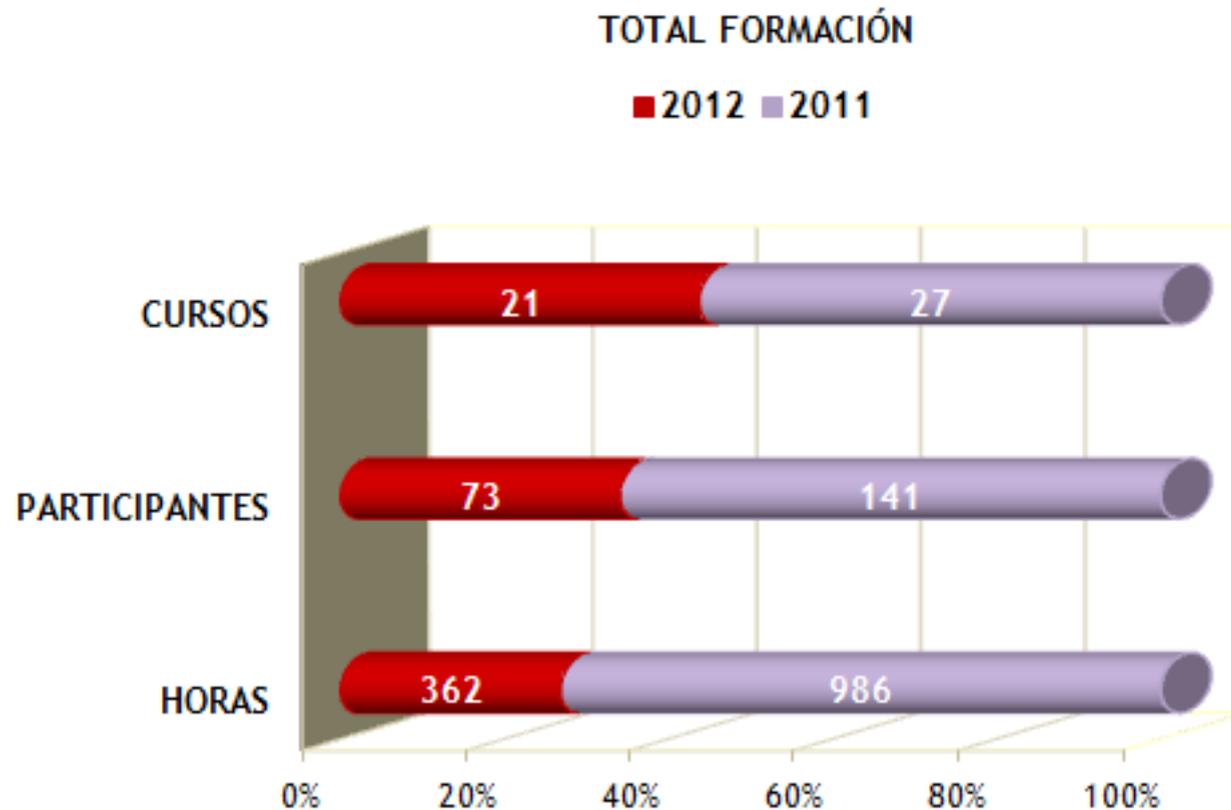
Por segundo año consecutivo, se ha medido la satisfacción del personal de Mercabilbao con una encuesta de clima laboral cuyo objetivo es identificar necesidades y expectativas de los empleados y analizar cuáles son las claves que condicionan su satisfacción y compromiso.

El resultado ha sido positivo, con un alto nivel de respuesta, 89%, y una notable valoración de las condiciones de trabajo y de la relación laboral.

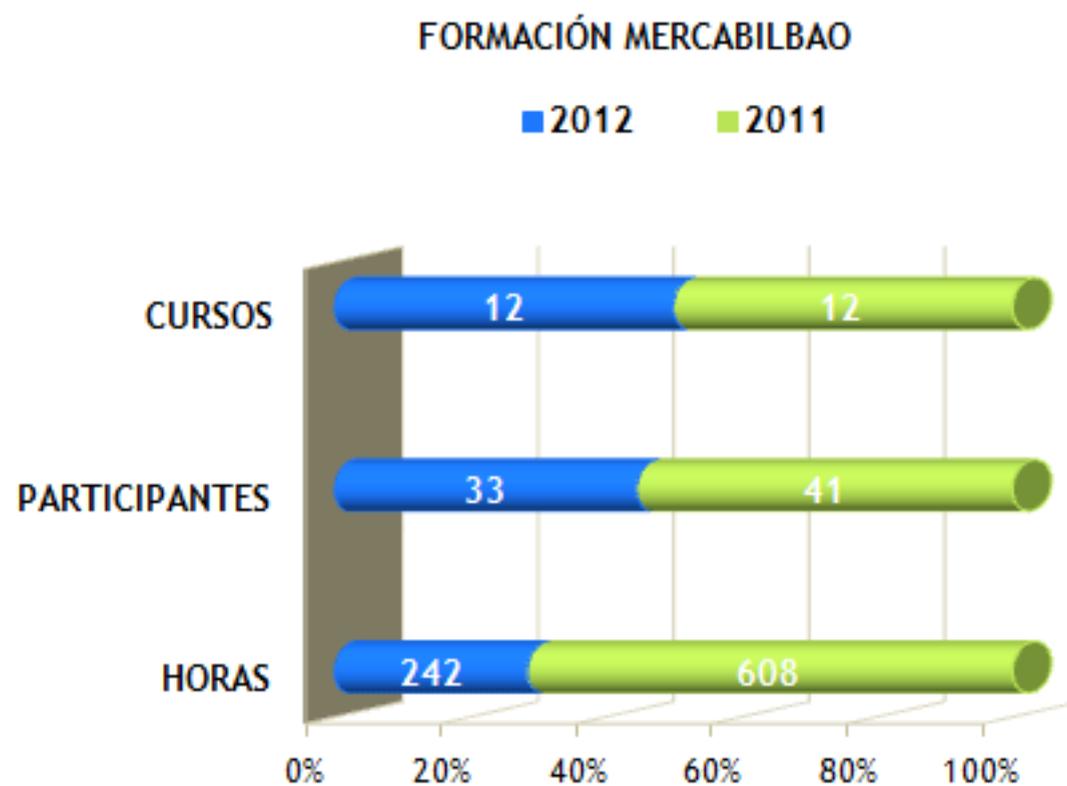
Formación

Se ha cumplido el objetivo de formación de los trabajadores, con un total de 242 horas impartidas y la participación mayoritaria de la plantilla en 13 cursos. Este año se ha dado prioridad a la formación en prevención de riesgos y seguridad laboral para toda la plantilla como consecuencia de la actualización del Plan de autoprotección, así como a la formación del equipo directivo en diversas áreas del modelo EFQM (Implantación de la gestión por procesos, Metodologías para la excelencia y la innovación en la gestión, Comunicación interna y Gestión de personas). Por otro lado, se han realizado cursos relacionados con la actualidad financiera y la gestión de servicios en tiempos de crisis y otros cursos de carácter técnico.

En 2012 se han impartido además 9 cursos de manipulador de alimentos con un total de 186 horas de formación, en los que han participado 62 trabajadores, de empresas mayoristas y minoristas.



Asimismo, Mercabilbao facilita la realización de prácticas profesionales a estudiantes de Centros de Formación Profesional y de cursos subvencionados por el Servicio Público de Empleo Estatal, dirigidos prioritariamente a trabajadores/as en desempleo.



Salud y Seguridad Laboral

Por tercer año consecutivo, la DYA, en colaboración con Mercabilbao, ha realizado una Campaña de salud, en esta ocasión sobre “Frecuencia de consumo de frutas y hortalizas” dirigida al colectivo de trabajadores de todas las empresas de la unidad alimentaria.

Mercabilbao ha obtenido el Certificado de espacio cardioprotegido, emitido por la Sociedad Española de Medicina y Seguridad del trabajo, ya que cuenta con un desfibrilador y personal debidamente formado para su correcta utilización. Este certificado se basa en el control de cinco apartados diferenciados como son las normativas, seguros y cumplimiento de regulaciones de venta de los desfibriladores y distribuidores; la instalación, distribución, ubicación y señalética de los mismos; formación mínima de acceso público a la desfibrilación, y reglamentaria según normativas de las distintas CCAA; mantenimiento, control de caducidades informatizada, tanto de baterías como de parches; y la renovación bianual, reciclaje de formación obligatoria, renovación de parches y baterías.

Prevención

Se ha registrado en el Gobierno Vasco la actualización y adecuación del Plan de Autoprotección, y se ha realizado un simulacro parcial en las oficinas generales. Posteriormente se irá extendiendo a otras áreas hasta abarcar al conjunto del mercado. Se han realizado acciones formativas y de socialización del mismo. En este sentido se ha presentado el plan a los Bomberos de la Diputación Foral para la definición conjunta de sistemas de extinción, a la vez que se ha solicitado la visita con el mismo motivo de la policía local de Basauri.

Por su parte, se han iniciado las actividades tendentes a la coordinación de actividades empresariales de la mano del servicio mancomunado de prevención del Ayuntamiento de Bilbao, al que Mercabilbao pertenece, que articulará la transmisión de documentación con todos los usuarios de Mercabilbao.

Comunicación interna

Con el objetivo de conocer la percepción de los diversos aspectos de la comunicación interna entre los trabajadores de Mercabilbao, se ha realizado un estudio transversal durante el mes de Septiembre de 2012, a través de una encuesta específica elaborada para ello.

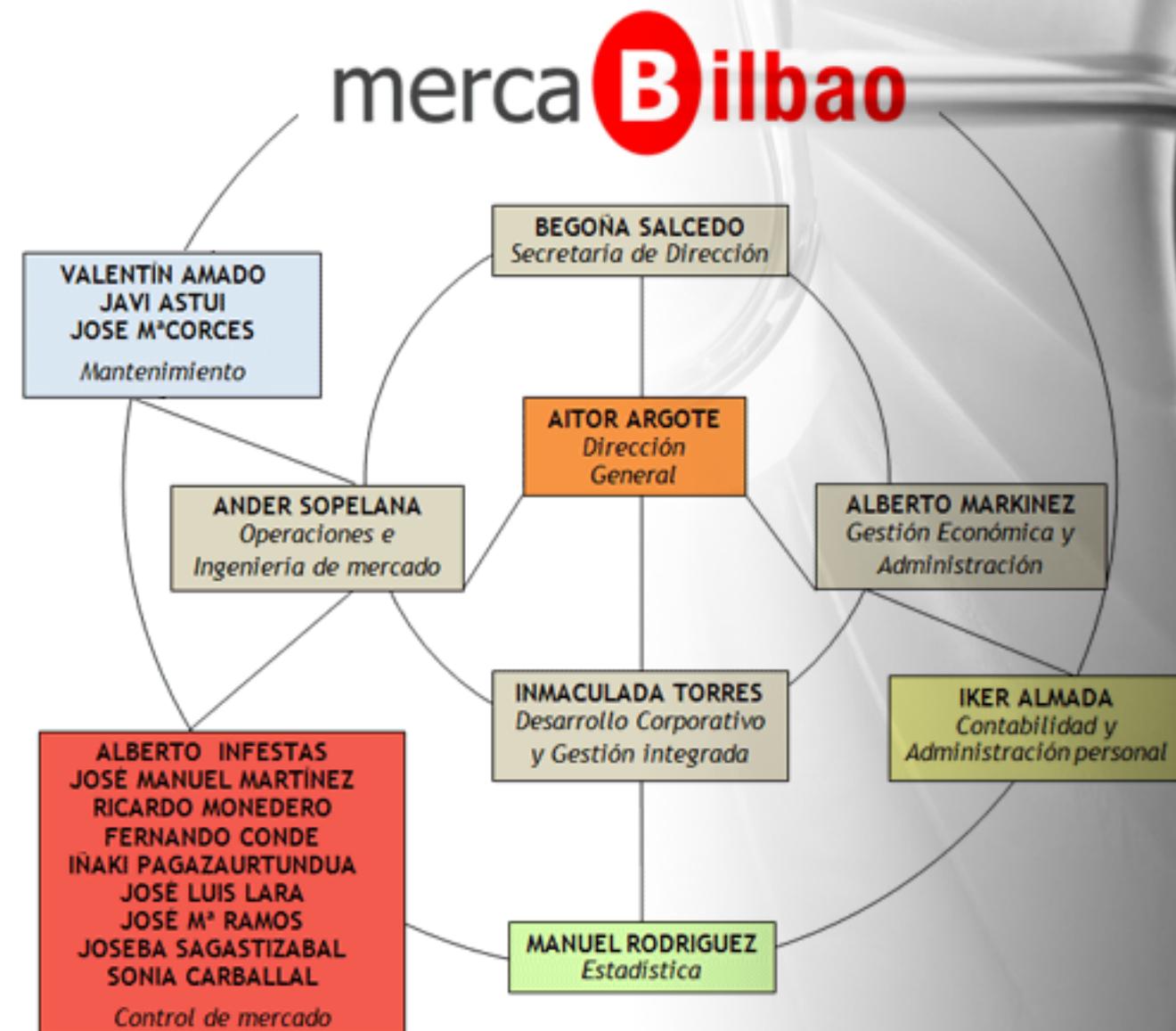
La participación ha sido aproximadamente del 98,47 %. La valoración global de la situación de la Comunicación interna en Mercabilbao presenta una media de 5,94 en una escala del 1 al 10.

Somos conscientes de las diferencias de las personas que trabajan en esta organización. Las expectativas, necesidades, grados de compromiso, etc. son variables, y para operativizar las acciones que vamos a llevar a cabo identificamos los diferentes públicos a los que va dirigido nuestro Plan: Dirección, Responsables intermedios y Otros profesionales.

El objetivo general de este Plan es optimizar el uso de los canales de comunicación interna así como orientar las líneas estratégicas y actuaciones con la consiguiente eliminación de barreras, de forma que la comunicación se convierta en pilar básico del funcionamiento de nuestra organización.

Para los objetivos específicos se ha elaborado un cronograma de acciones de mejora para dos años (2013-2015).

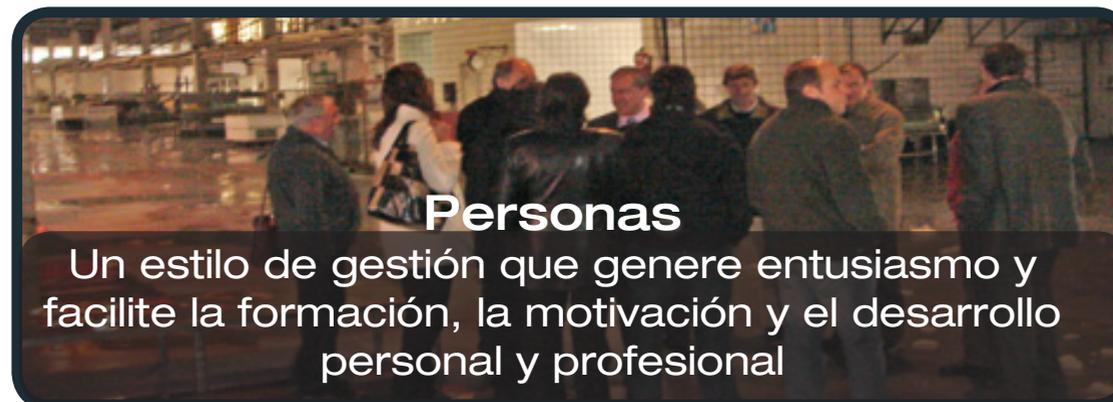
Asimismo, aunque en Mercabilbao la comunicación externa está ya estructurada, se realizarán acciones de mejora comenzando con la comunicación con nuestros clientes y grupos de interés externos sistematizando reuniones periódicas, para lograr una mayor eficacia y calidad en la comunicación.



compromiso

Constante colaboración y diálogo entre la parte pública que representa Mercabilbao y sus operadores, para desarrollar la actividad comercial.

Principales grupos de interés de MERCABILBAO y compromiso con cada uno de ellos.



...ofreciendo un servicio que cumpla y supere sus expectativas.

Frutas, Hortalizas y Plátanos

Nº Local	Empresa
221-323	ALEJANDRO CALVO S.L.
223	ALMACENES VILLATE S.L.
225-226-228	BARROSO ELVIRA S.L.
232-234-236-238-240-230-237-239	BILCO S.A.
315	BILCOFRUT S.L.
335-38-40	BILFRUTA S.L.
606	CARMELO TORNERO GUTIERREZ
203-205	CULTIVAR S.A.U.
604-605	EUROBANAN LOGISTICA NORTE S.L.
215-306	F.J. SANTAMARIA SANTOS Y HNOS.S.L
314	FRUMAX S.L.
212-218-220	FRUNORTE Y GARCIA S.L.
329	FRUTAS FERNANDEZ 1938 S.L.
332-334-336	FRUTAS FONSECA S.L.
313	FRUTAS GUTIERREZ S.L.
325-326-327-328-330	FRUTAS IRU S.A.
601-602-603-620	FRUTAS IRU S.A.
307	FRUTAS LA RONDEÑA S.L.
202-4-6-8-10	FRUTAS OLMOS S.L.
231-233-235	FRUTAS OLPA S.A.
331	FRUTAS SOLOGUREN S.A.
333	FRUTAS SOLVI S.L.
317-319-321	FRUTAS UDONDO S.L.
219-227-229	FRUTAS Y HORTALIZAS TITO S.L.
217-308-9-10-11	GRANA BILBAO S.A.
312	HNOS. PEREZ SEBASTIAN S.L.
207-209-211-213	PELTISA S.L.

Frutas, Hortalizas y Plátanos

Nº Local	Empresa
615-616-617	PLATANOS TITO S.L.
301-303-305	RESTITUTO MARTINEZ S.A.
337-339	RUIZ OSMA S.L.
201	SETAS Y CHAMPIÑONES RUIZ S.L.
302-304	TORRES HNOS. Y SUCRES. S.A.
316-318-214-216	VDA. Y HNOS. DE NICOLAS RODRIGUEZ S.A.

Pescados

Nº Local	Empresa
101-103	ARRAINKO S.L.
124-126	ARRAIZA Y GUTIERREZ S.L.
106	CONIFRES S.L.
115	FERNANDO OLABARRIA S.A.
112-114	FREIRENORTH S.A.
116	FRIO BILBAO S.A.
131	ITSASLAMIA S.L.
110	JOSE CRESPO S.A.
118	LAS CAPOTINAS S.A.
120-122	MATEO MONTES S.L.
107-109	PEREZ VIÑAS S.A.
132	PESCADERIAS VASCAS S.A.
104	PESCADOS EUNATE S.L.
121-123	PESCADOS GRACIA S.L.
117-119	PESCADOS HNOS. SAINZ S.L.
125-127	PESCADOS IRURETA S.A.
102	PESCADOS LA BERMEANA S.A.
129	PESCADOS TXALUPA S.L.

Pescados

Nº Local	Empresa
128	PESCANOVA S.A.
111	PILAR y DANIEL S.L.
113	RIF BILBAO S.L.
130	SUCRES. DE PESCADOS ALONSO S.L.
105	TRIANA S.A.
108	UGENA-SESEÑA S.L.

Polivalente

Nº Local	Empresa
501	BILBOFRESH S.L.
522	CAMPOFRIO ALIMENTACIÓN S.A
513	CARNICAS PABELA S.L.
511-521-524	COMERCIAL DE HUEVOS MOSTEIRO S.L.
505-507	COOPERATIVA AVICOLA DE BURGOS
502-526	FRANCISCO HERNANDEZ S.L.
509	FRUTAS CENI S.L.
510-512	FRUTAS SOLER Y ALEX S.L.
504-506-508	HNOS, CARRASCO HORRILLO S.C.
515-517	LA GRANJA DE ALBERTO CARNICEROS
519	LAPERA FRUTAS Y HORTALIZAS S.L.
514	PESCADOS Y MARISCOS R.M. BARRIOCANAL S.L.
516	TRANSPORTES HNOS. BARBERO S.L.
518-520	TRANSPORTES IRAZABAL S.L.
503	TRIANA S.A.
523-525-527	VES S.L.(NORCASH)

Actividades Complementarias

Nº Local	Empresa
Frutas y Hort.	ASOCIACIÓN DE COMPRADORES -DETALLISTAS DE MERCABILBAO
Rec. Alimentos	BANCO DE ALIMENTOS DE BIZKAIA
Cong.	CONIFRES S.L.
Asist. Sanitaria	DYA-MUTUA INTERCOMARCAL
Congel.	FRIO BILBAO S.A.

Actividades Complementarias

Nº Local	Empresa
608-609	ARC EUROBANAN ZARAGOZA S.L.
Fca. Hielo	FRIGORÍFICOS GAGO S.A.
613-14-18-19	FRUTAS IRU S.A.
611-612-620	FRUTAS Y HORTALIZAS DEL NORTE S.L.
610	FRUTAS Y HORTALIZAS TITO S.L.
Rec. Envases	IBARRETA 2000 S.A.
Vivero	INCUMAR S.L.
Acces. Pescaderias	JAVIER GARCÍA SÁEZ
Palets	LUIS JOSÉ GUTIERREZ
Congela.	MATEO MONTES S.L.
pescados	PESCADOS IRURETA S.A.
Fru. Y Hort.	RESTITUTO MARTINEZ S.A.
Gasolinera	SOCOMEPE (CEPSA)
Transpor.	TRANSPORTES OLANO Y MUÑOZ S.A.
Frut. Y Hort.	TXAIRO LOGISTICA S.L.
607	VDA. Y HNOS. DE NICOLAS RODRIGUEZ S.A.

Centro Comercial

Nº Local	Empresa
12	ADMINISTRACIÓN DE LOTERIA
22	ASESORIA IBARRETA S.P.V S.L.
05	ASESORIA LARRAONDO Y ASOCIADOS S.L.
21	ASOCIACIÓN DE ASENTADORES DE PESCADO DE MERCABILBAO
03	ASOCIACIÓN DE ASENTADORES MAYORISTAS DE FRUTAS DE MERCABILBAO
04	B.O.C.D.O. TRAFIC S.L.
16	BANCO BILBAO BIZKAIA ARGENTARIA
06	BILBAO BIZKAIA KUTXA
23	CAFETERÍA ENARA
17	CAFETERIA LEGARRETA
01	CAFETERIA MERCABILBAO
07	FALINA S.L. (TRANSPORTES RAFA)
15	JUAN ANTONIO MOLINA
08	MERCAPESAJE (JOSE ANDRES MIGUELEZ)
20	PABLO SAGASTIZABAL (Allianz Seguros)
10	PANADERIA

...evaluando su grado de satisfacción con la gestión realizada.

Anualmente, Mercabilbao realiza una encuesta a mayoristas y detallistas, para conocer el grado de satisfacción de los usuarios con la gestión llevada a cabo por la Sociedad y determinar la importancia que dan a los servicios prestados. En dicha encuesta, se miden los valores otorgados a:

- * La calidad de los servicios.
- * La atención al cliente.
- * El compromiso con la política de reciclaje.
- * La calidad del control sanitario.
- * La calidad y variedad de los productos que ofrecen los Mayoristas.
- * La adecuación de los accesos.

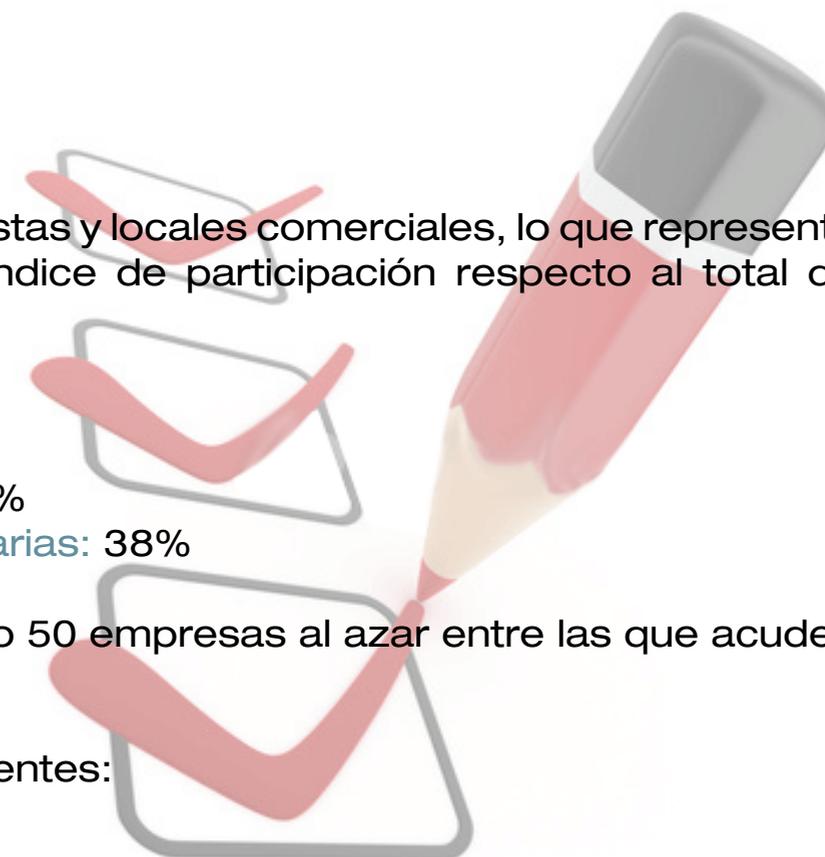
Exposición de los resultados

Han contestado a la encuesta 34 empresas mayoristas y locales comerciales, lo que representa aproximadamente un 33 % de participación. El índice de participación respecto al total de empresas por sectores ha sido el siguiente:

- Mercado Polivalente: 13%
- Mercado de Pescados: 35%
- Mercado de Frutas, Hortalizas y Plátanos: 44%
- Centro Comercial y Actividades Complementarias: 38%

Para la encuesta a minoristas, se han seleccionado 50 empresas al azar entre las que acuden diariamente a las instalaciones.

Los resultados de las encuestas han sido los siguientes:



Importancia de los servicios (sobre una valoración de 1 a 5)

5 - Los mayoristas señalan de máxima importancia, por este orden: la seguridad, el mantenimiento, la limpieza y la movilidad. Los minoristas, por su parte, consideran importante: la limpieza, la gestión de residuos y la movilidad.

3 - De una importancia relativa consideran los mayoristas el personal y la comunicación, mientras que los minoristas, dan menos valor a la comunicación y la seguridad.

Servicios:

Movilidad:

El 88% de los mayoristas y usuarios de locales comerciales entrevistados, se muestra satisfecho con el tiempo de espera para entrar al recinto y un 83% está satisfecho con el tiempo de espera para salir del mercado.

En el caso de los detallistas un 50% encuentra aceptable el tiempo de espera para entrar al mercado y un 94% está conforme con la salida.

Ha subido un 5% el nivel de satisfacción de los minoristas con los aparcamientos.

Se insiste, tanto por parte de mayoristas como de minoristas, en la necesidad de mejorar la ocupación de pasillos, sobre todo en horas de venta.

Limpieza

Sube un 0,15% la nota de los mayoristas a la limpieza y un 0,22% la de los detallistas. Se subraya por ambas partes la necesidad de mejorar la limpieza de los aseos.

Seguridad

Un 74% de los mayoristas y locales comerciales y un 78% de los minoristas, están satisfechos con la seguridad.

El 73% de los mayoristas y el 14% de los minoristas coinciden en pedir una mejora de la seguridad vial y de los bienes.

Mantenimiento

Un 75% de los mayoristas y un 76% de los minoristas están satisfechos con el mantenimiento de viales y aceras. En el caso de los muelles y bajo muelles sube el grado de satisfacción de los mayoristas a un 73% y baja el de los minoristas a un 78%.

Respecto al alumbrado público, el 59% de los mayoristas y el 84% de los minoristas se muestran satisfechos.

Gestión de residuos

Sube la puntuación a la gestión de residuos por parte de los mayoristas, si bien un 18% de los mayoristas encuestados señalan la necesidad de más formación sobre reciclaje.

El 82% de los detallistas consultados, se muestran satisfechos con la gestión de residuos.

Comunicación

Un 85% de los mayoristas encuestados y un 72% de los minoristas están satisfechos con la comunicación.

Como propuestas, ambos sectores sugieren la mejora del Boletín informativo.

Grado de satisfacción en conjunto

El 83% de mayoristas y el 64% de los minoristas están satisfechos en general con los servicios prestados por Mercabilbao.

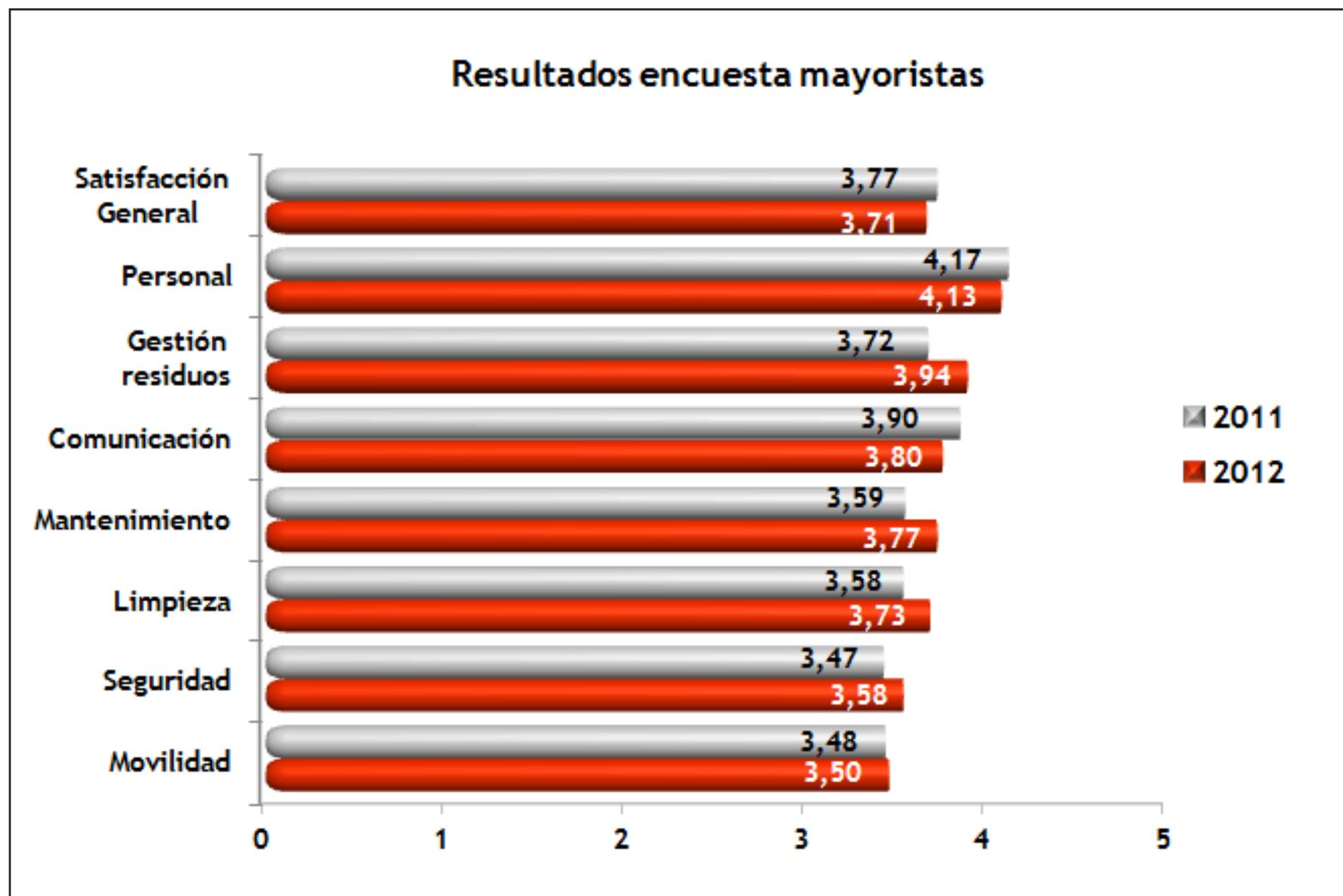
Atención al cliente

De nuevo, la nota más alta la recibe el personal de Mercabilbao. En el caso de los mayoristas un 97% se muestra satisfecho o muy satisfecho, y el 92% de los minoristas encuestados están satisfechos con la atención recibida por el personal de Mercabilbao.

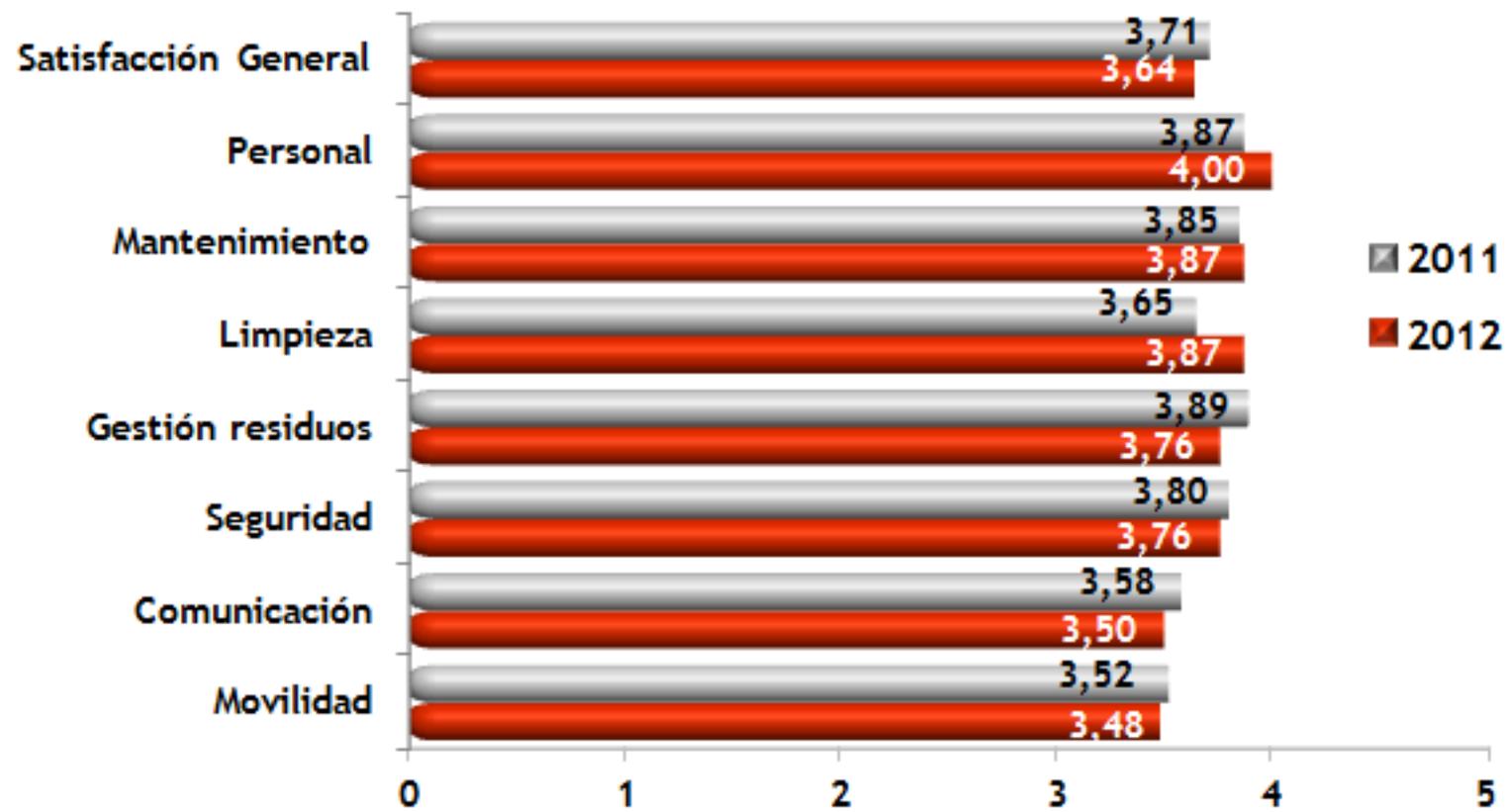
Calidad de los productos variedad y precio

Estas cuestiones planteadas a los detallistas dan los siguientes resultados:

- * Un 86% cree que la variedad de los productos es buena frente a un 80% en 2011.
- * El 60% considera que la calidad es alta frente a un 64% del año anterior.
- * El 42% opina que el control sanitario es bueno, mientras que el 44% cree que es correcto.
- * En lo que a precios se refiere, un 72% considera que son altos y un 28% cree que son normales.



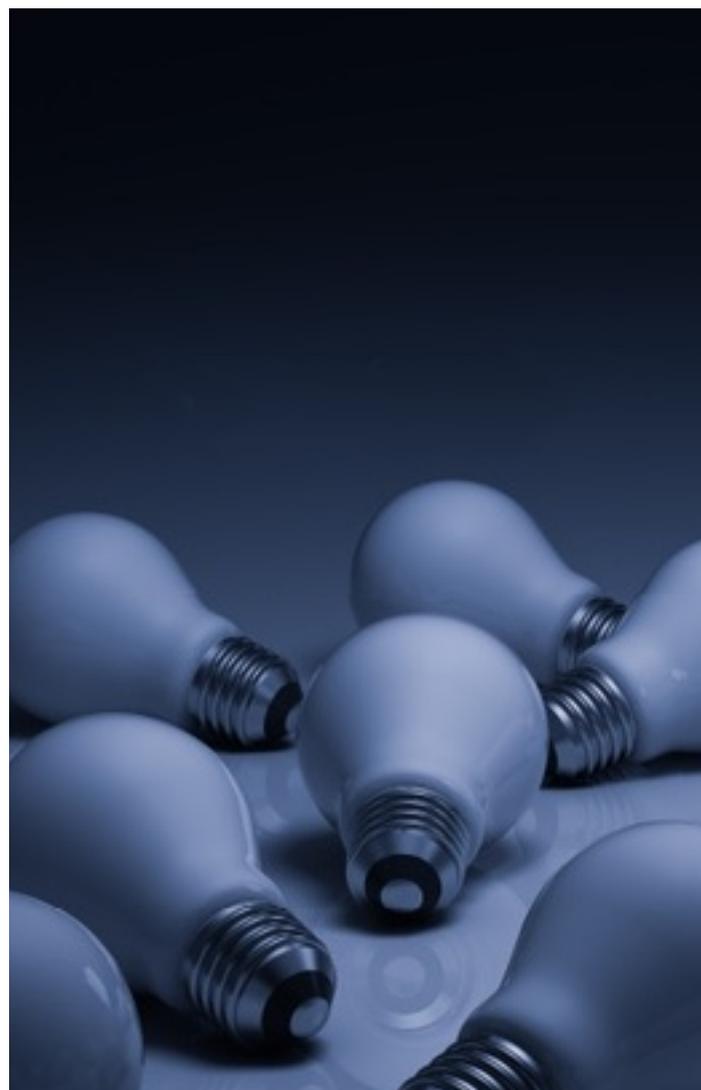
Resultados encuesta minoristas



...mejorando el producto en base a los requisitos del cliente.

1. Remodelación total de la iluminación de los muelles

En los muelles de los pabellones de venta de fruta y verduras, pescado, productores del país, congelados y frigorífico general, se ha realizado una remodelación total de la iluminación, con un coste que ha rondado los noventa mil euros.



Mercabilbao partía en las áreas de carga y descarga de los pabellones, de unas instalaciones de alumbrado basadas principalmente en fluorescentes, que consumían mucha energía pero que dicho consumo no se traducían en una buena iluminación sino todo lo contrario, ya que presentaban muy baja eficiencia energética y además generaban una importante contaminación lumínica.

Las antiguas fluorescentes han sido sustituidas por campanas de tecnología de Inducción en dos pabellones, y LED de alta eficiencia en el resto.

En los pabellones de Frutas y Hortalizas los equipos son de potencia regulable, y están controladas por unos dispositivos electrónicos denominados “Nodos” que van asociados a unos detectores de presencia especiales de largo alcance, de forma que en las zonas que no hay presencia bajan los niveles lumínicos y suben cuando se detecta presencia. Para generar la anticipación necesaria y crear una sensación de espacios permanentemente iluminados a nivel máximo, las luminarias tienen la capacidad de comunicarse entre ellas y todo esto se hace a través del cableado eléctrico existente, sin necesidad de un cableado adicional.



Mercabilbao ha instalado un sistema de iluminación inteligente en los pabellones de fruta, proyecto pionero a nivel internacional, cuyo objetivo es mejorar la calidad de la iluminación, reducir el consumo energético y generar un espacio inteligente, a través del uso de tecnologías de última generación en control, detección y comunicación.

Máxima eficiencia del sistema

Con la tecnología implantada, se convierte el cableado eléctrico en un canal de comunicación digital de forma que los puntos de luz se pueden emplear para llevar otros servicios como megafonía, video vigilancia, Wi-fi, pantallas informativas, y todo sin necesidad de un cableado adicional, generando así lo que se denomina un espacio inteligente.

Mantenimiento de la instalación

Toda esta comunicación digital se controla desde un procesador que nos permite gestionar de forma remota el alumbrado y el resto de los servicios mencionados, de forma que podemos encender, apagar, regular cada punto de luz, así como conocer los niveles de presencia por horas, la existencia de averías y poder realizar una adecuada gestión de mantenimiento. Esta tele gestión se puede realizar desde cualquier ordenador a través de una aplicación web.

Vida Útil

También se estima que se reduzcan de forma importante los costes de mantenimiento, ya que los equipos instalados presentan una vida útil muy superior y se dispone de una herramienta informática para la gestión del mantenimiento. Toda la inversión realizada, va a ser rápidamente retornada en base a los ahorros obtenidos.



Ahorro energético

Se estima que con la tecnología implantada se conseguirá un ahorro energético superior al 80%, mejorando de forma importante la calidad de la iluminación y reduciendo la contaminación lumínica, además de dejar preparado un canal de comunicación digital para otras aplicaciones.

Esta tecnología pionera a nivel internacional, ha sido desarrollada por una empresa vasca, que nace como fruto de la unión de empresas del mundo de la innovación y promoción de nuevos proyectos empresariales.

2. Mantenimiento de las instalaciones

Aparte de la mencionada mejora de la iluminación, a continuación se enumera los trabajos de mantenimiento realizados a lo largo del 2012:

Mercado de frutas

- Bloqueo seguro de puertas de emergencia y trabajos de conservación de los suelos interiores de los pabellones pescado y frutas.
- Pintado de pasillos interiores e instalación de avisador de averías, en las cámaras de reserva diaria en los pabellones de frutas.



- Mejora de la iluminación de los muelles de los pabellones, siendo sustituidos por inducción y LED, que suponen un aumento de la intensidad lumínica con una importante rebaja en el consumo y una mayor durabilidad de los equipos, así como la introducción de gestión en la iluminación para una utilización más eficiente de los recursos.
Eficiencia energética —————> 10 mil euros de ayuda al EVE.

- Habilitación de un mayor número de rampas, y ampliación de la superficie del muelle de carga en el pabellón de plátanos.

Mercado de Pescados

- Reparación y conservación de los canalones y bajantes, del pabellón de congelados y del parking exterior.

- Elevación de la estructura metálica del andén del pabellón de congelados.

- Instalación de ahuyentadores de aves, para minimizar el número de gaviotas.



Edificio Administrativo

- Eliminación de barreras arquitectónicas del edificio administrativo.

Frigorífico General de frutas

- Ampliación del espacio de almacenaje, eliminado la sala de máquinas en el frigorífico general.
- Nueva rampa en el frigorífico general, para acceder al estacionamiento exterior.

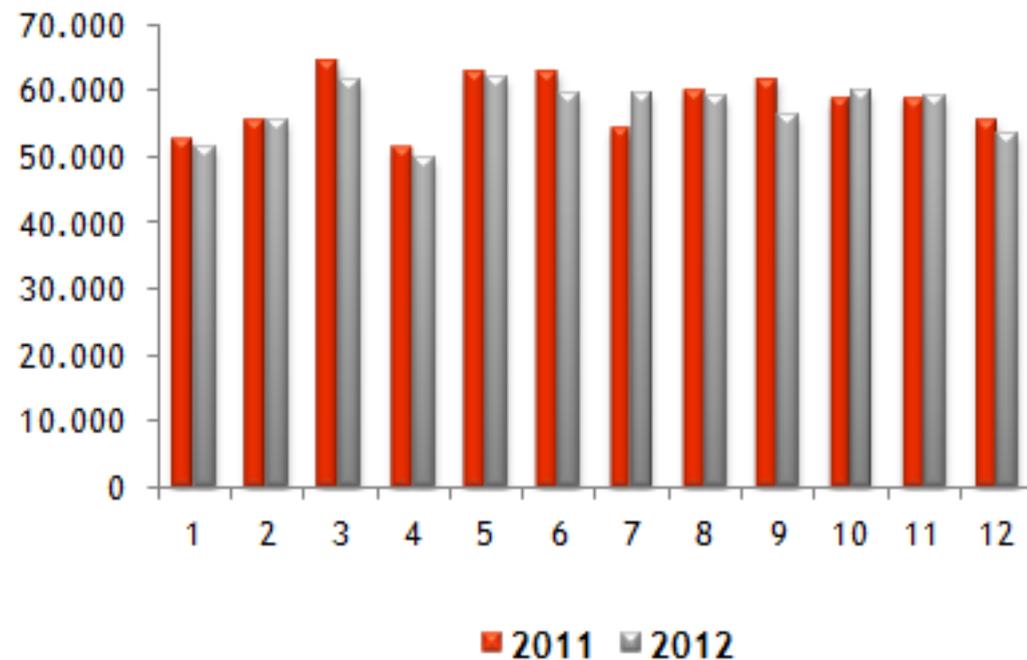
Obras generales

- Se han finalizado los trabajos de reparación de anomalías en la instalación eléctrica de alta y baja tensión, incluidas las modificaciones obligatorias realizadas en los cuadros eléctricos de los operadores.
- Posteriormente Mercabilbao entregó los certificados O.C.A. (Organismo de Control Autorizado) a cada uno de los operadores, estando a la espera de recibir las rectificaciones para entregarlos a Industria, y legalizar así toda la instalación de baja tensión.
- Sustitución de la barrera del carril de salida principal para un mayor control de seguridad durante la noche.
- Adquisición de elementos de señalización vial, y colocación de barreras de seguridad en el perímetro contiguo a la autopista y frente a la gasolinera.
- Nuevo sistema de video-vigilancia inteligente con detección perimetral, y puesta en marcha del centro de control.

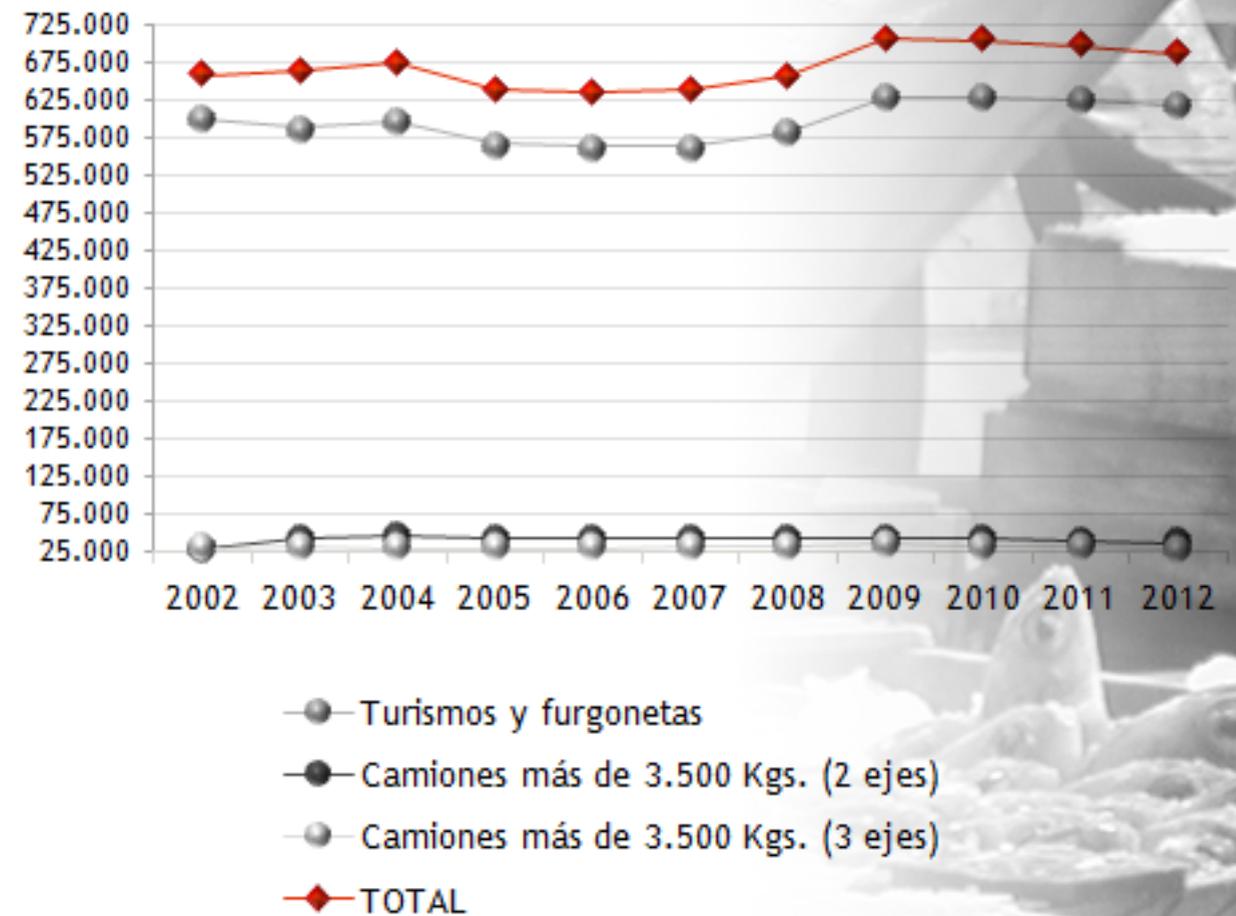
Control de accesos y mejoras en la seguridad

Se ha registrado una entrada anual de 686.529 vehículos, incluidos los de trabajadores del mercado, esto supone un 1,56% menos que en 2011. El descenso afecta a las tres clases de vehículos registradas. Los meses de mayor afluencia han sido Marzo, Mayo y Junio.

Vehículos (entradas mensuales)



Evolución anual de la entrada de vehículos



A continuación se desarrollan las principales actuaciones realizadas tanto en los recursos humanos como en los materiales en el ámbito de la seguridad en 2012

1. Servicio de Conserjería y vigilancia de seguridad

Previo al comienzo del contrato de las nuevas empresas de Servicio de Conserjería, así como del Servicio de Vigilancia de Seguridad, se ha diseñado un nuevo servicio para dotar de los medios necesarios, con las mejores prácticas de vigilancia, adecuándose a la dinámica de nuestra Unidad Alimentaria, optimizando los recursos humanos y equipos técnicos que permitan la consecución de un servicio en el que prime la calidad. En esta línea, se diseñaron nuevos planes de trabajo, instalando puntos adicionales de fichaje para rondas de seguridad en todo el mercado.

La flexibilidad del servicio ha sido un valor importante, junto con la adecuación de los medios humanos y materiales a las exigencias actuales y futuras, buscando el equilibrio constante para resolver las necesidades diarias con el único objetivo de obtener los mejores resultados.

Se ha dirigido el nuevo contrato a promover actitudes y conductas cívicas que fomenten una unidad alimentaria más segura a través de las siguientes directrices:

- Del servicio de Conserjería: principalmente las tareas de recepción, comprobación de visitantes y orientación de los mismos, así como las de control de entradas, documentos o carnés privados.
- Del servicio de Vigilancia de Seguridad: Aportar el elemento humano habilitado legalmente, para la identificación, control y reducción de los posibles riesgos que se den en las instalaciones de Mercabilbao, y afecten directa o indirectamente a las personas, a la actividad empresarial, y a los bienes y valores materiales e intangibles.

Hay dos ampliaciones sobre el contrato anterior. Se han duplicado los efectivos en fin de semana, algo que ya se venía produciendo desde febrero del 2011, así como añadir un vigilante de seguridad a todos los efectivos durante las 365 noches del año, que se encargará de controlar el "centro control de seguridad".

El nuevo contrato ha entrado en vigor el 1 de marzo del 2012, y es para tres años, con importantes mejoras tanto materiales como económicas sobre el anterior.



2. Inversión en elementos tecnológicos de seguridad

Como complemento a los medios humanos, se ha instalado la mejor solución tecnológica ofertada para la detección y control del perímetro de seguridad con una inversión de 146 mil euros.

Se ha incrementado el número de cámaras de seguridad en el perímetro, quedando así controladas todas las posibles intrusiones al mercado. La solución implantada, posee como complemento sistemas electrónicos de detección perimetral y anti-intrusión.

Disponemos de un sistema de protección perimetral con sensores instalados en vallado, integrado con los elementos de vídeo, aportando una solución completa de altas prestaciones y capacidad de reacción ante eventos. No sólo tendremos una detección de intrusión sino que además obtendremos información de su situación y de trayectoria.

De esta forma una vez que el intruso sea detectado por la solución perimetral, se ejecutará la macro en la matriz virtual y a partir de ese momento quedaran registrados sus movimientos.



En el sistema de video vigilancia se ha instalado una Plataforma de Integración para la gestión integral de instalaciones de seguridad. Es una tecnología punta y sencilla, que permite poder manejar desde el mismo entorno gráfico todas las soluciones que componen un sistema de seguridad. Comunica los diferentes sistemas que forman nuestra instalación, despertando acciones en diferentes puntos de la misma ante la recepción de alarmas y eventos, para que el conjunto de las soluciones formen un todo.

Es un sistema inteligente, que trabaja de forma automática y autónoma facilitando el trabajo al gestor del sistema, en este caso los vigilantes de seguridad situados en el centro de control. Con un simple clic del ratón accederemos al plano de la instalación y a la gestión de la iconografía (elementos de vídeo) existente en la misma.

Es un sistema flexible que se adapta a nuestras necesidades con una plataforma modular a la que podemos ir añadiendo funcionalidades. Permite crear complejas funciones denominadas macros, que facilitan la gestión y la visualización de la instalación de seguridad. Estas macros se ejecutan de forma automática ante la recepción de una alarma o evento, o se pueden lanzar de forma manual simplemente pulsando un botón.

Por ejemplo, al habilitar la macro gráfica, los planos de la instalación de seguridad aparecerán segmentados en zonas. Esta distribución por colores, permite identificar los elementos de seguridad correspondientes a cada una de las zonas de la instalación de forma rápida e intuitiva. Cada elemento de seguridad de nuestra instalación lleva asociado un icono gráfico que le identifica.

Esta solución puntera minimiza el número de falsas alarmas, y permite que la respuesta ante cualquier evento sea lo más rápida posible y nos aporte toda la información posible.

En el plan un cambio de color de la iconografía nos permite ver, en un solo golpe de vista, el estado de nuestra instalación.

Sistema de detección perimetral

523 Sensores piezoeléctricos

5 Sensores volumétricos

1 Barrera infrarroja

Sistema de CCTV

6 Cámaras Domo, que permiten seguir de forma automática al intruso

7 Cámaras fijas

Innovación y expansión comercial

La participación de Mercabilbao como miembro activo del Clúster de Alimentación de Euskadi nos ha permitido introducirnos en un nuevo proyecto que se desarrollará a lo largo de 2013.

El proyecto Redes, se presentó en el mes de Diciembre. El objetivo principal de este proyecto es estrechar los lazos entre las empresas del Cluster así como identificar retos comunes para buscar soluciones compartidas.

A partir de las aportaciones y diálogos extraídos del proyecto piloto, se han detectado cinco focos de interés: Comercial y marketing, Producción, Administración y Finanzas, I+D y Calidad, Compras y Logística.

Teniendo en cuenta las áreas detectadas se plantea que el proyecto centre el foco en trabajar sobre inquietudes comunes creando lazos entre las personas directivas de cada área.

En diciembre de 2012, la Viceconsejería de Innovación y Tecnología de Gobierno Vasco aprobó la solicitud de ayuda al proyecto Mercabox, sobre inserción de elementos de radiofrecuencia en el envase único reutilizable, dentro del programa “Gaitek 2012” y que permitirá iniciar las actividades para la realización de este innovador proyecto en el sector agroalimentario.

Visitas a la unidad alimentaria

A lo largo de 2012 hemos recibido diversas visitas, de carácter institucional, comercial y formativo. En diciembre visitó las instalaciones el nuevo Director de Estructuras Comerciales de la E.N. Mercasa, acompañado por la Jefa de Coordinación de Unidades Alimentarias y la Coordinadora de Unidades Alimentarias para Mercabilbao.

Algunas visitas de carácter comercial fueron las realizadas por la Cónsul de Chile en el País Vasco acompañada por la Directora de Prochile; el gerente de la empresa Etxef, de restauración a domicilio y el gerente de la empresa Fruits Chorpál S.L.

En el apartado de visitas de carácter formativo cabe destacar la de Azti Tecnalia para un estudio sobre residuos; los alumnos del Master de Tecnología de los Alimentos de la UPV y alumnos del Instituto Haroun Tazieff de Saint Paul les Dax (Francia)

Por otro lado se han realizado grabaciones en las instalaciones para programas informativos de ETB, y RNE, así como otras de carácter publicitario.



merca **B**ilbao

...para potenciar un valor de marca que nos diferencie de la competencia

Seguimos trabajando para afianzar la marca “Mercabilbao” como garantía para el consumidor de productos sabrosos, seguros y saludables. Un mayor valor de marca impulsa la lealtad del consumidor y este ha sido el objetivo de las acciones llevadas a cabo en 2012 en los Talleres sensoriales de fruta y pescado, donde cada semana los consumidores del futuro pueden ver, y probar diferentes pescados, frutas y hortalizas.

Desde 1989, Mercabilbao ha recibido en sus instalaciones a 25.649 escolares y 1.585 adultos de los cuales, 4.446 han participado en los Talleres sensoriales puestos en marcha en 2008, lo que nos permite medir el interés que Mercabilbao suscita en el ámbito educativo, los conocimientos adquiridos por los alumnos sobre un tema fundamental para su desarrollo como es la alimentación (encuestas) y el eco que puede tener en las familias bizkainas.



Otras actividades enfocadas a conseguir un mayor valor de marca, han sido el patrocinio de Concursos gastronómicos y la tercera edición del Concurso de cestas de frutas, celebrado en el Casco Viejo bilbaíno, donde los consumidores han podido degustar distintos tipos de frutas, además de llevarse a casa piezas de fruta y objetos promocionales donados por las empresas de Mercabilbao y sus proveedores.

Asimismo, hemos mantenido una serie de publrreportajes en prensa sobre las actividades de los detallistas que compran en Mercabilbao y se han realizado cuñas promocionales en una emisora local, además de emitir en directo desde las instalaciones del mercado el programa “El primero” de Onda Vasca, con la presencia en el set del Concejal de Salud y Consumo, el Director General, un inspector sanitario, mayoristas, detallistas, y una médico nutricionista.



En el ámbito deportivo, se mantiene el acuerdo de patrocinio del Club de Remo Deusto además de estar presentes con acciones publicitarias en diversos eventos deportivos.

En Abril se contrataron los servicios de un Gabinete de Comunicación para 2012 con el objeto de acercar una imagen positiva de Mercabilbao a los usuarios y al consumidor. El resultado han sido 112 apariciones positivas en distintos medios, un 27% más que el año anterior.

La actividad publicitaria en el interior de las instalaciones, así como las promociones de productos en los pabellones de venta, son elementos dinamizadores del mercado, y reflejo de la confianza que Mercabilbao inspira a las empresas anunciantes para mostrar sus productos. En 2012, las acciones publicitarias se han mantenido, pero el resultado no ha sido el esperado, ya que los ingresos se han reducido un 24%.



...de Calidad y Gestión ambiental.

La política de calidad de Mercabilbao está recogida en nuestra misión, visión y valores, siempre buscando la completa satisfacción del cliente, la excelencia de nuestros servicios basados en los requisitos de la norma ISO 9001:2008 y del modelo EFQM y el cumplimiento de los objetivos de calidad, mediante la mejora continua en todos los procesos de la organización.

En 2012 hemos renovado nuestras certificaciones de calidad ISO-9001, y ambiental ISO 14001, y hemos avanzado en la implantación del modelo EFQM, con la adaptación y desarrollo de todos los procesos y la realización de una primera autoevaluación con matriz REDER.

Gestión Ambiental

En el campo de la responsabilidad ambiental y más concretamente en el de la limpieza y gestión de residuos, en 2012:

- Hemos continuado con la apuesta ambiental desarrollada en años anteriores consistente en la máxima valorización de los residuos, que nos hace ser un referente en el sector.
- En junio de 2012 Mercabilbao fue galardonado con la “Escoba de Oro” en la feria de urbanismo y aseo urbano que cada dos años se celebra en IFEMA-Madrid, siendo el primer mercado central de abastecimiento en contar con esa distinción.
- A final de 2012 se comenzó la negociación de las prórrogas previstas en el contrato de limpieza y gestión de residuos, con el fin de continuar por la senda de la mejora continua.



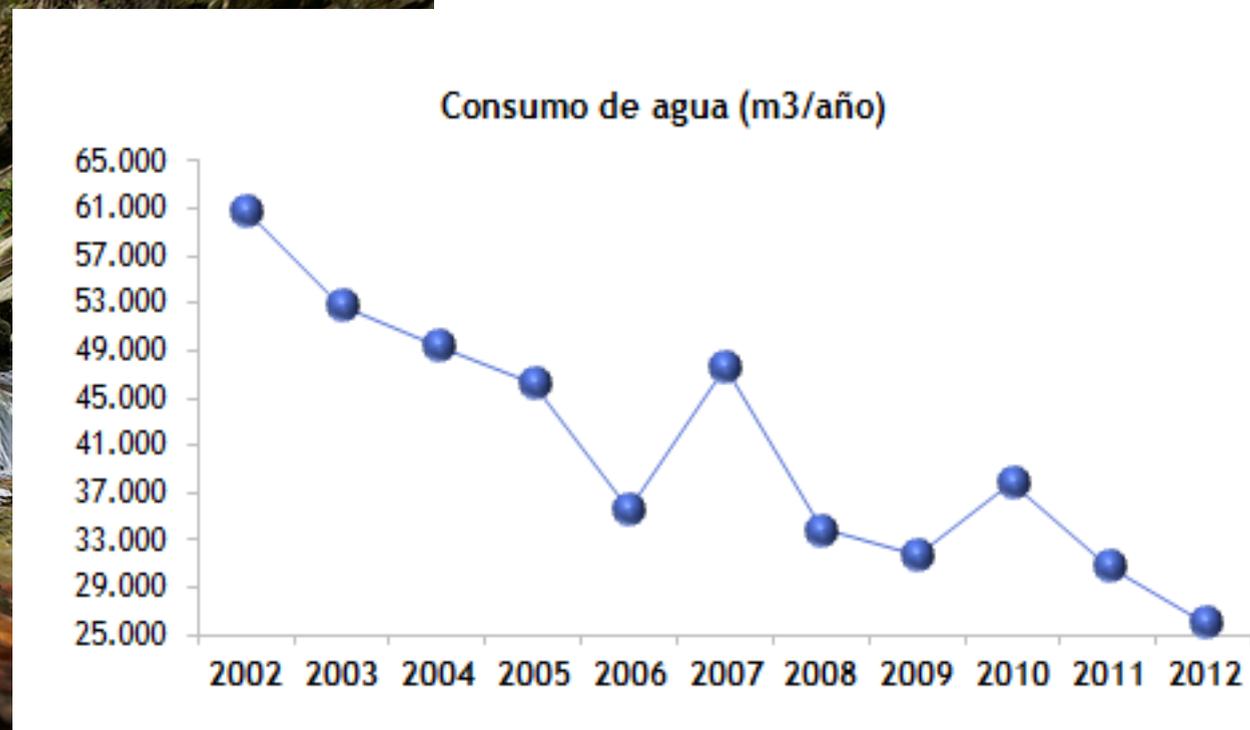
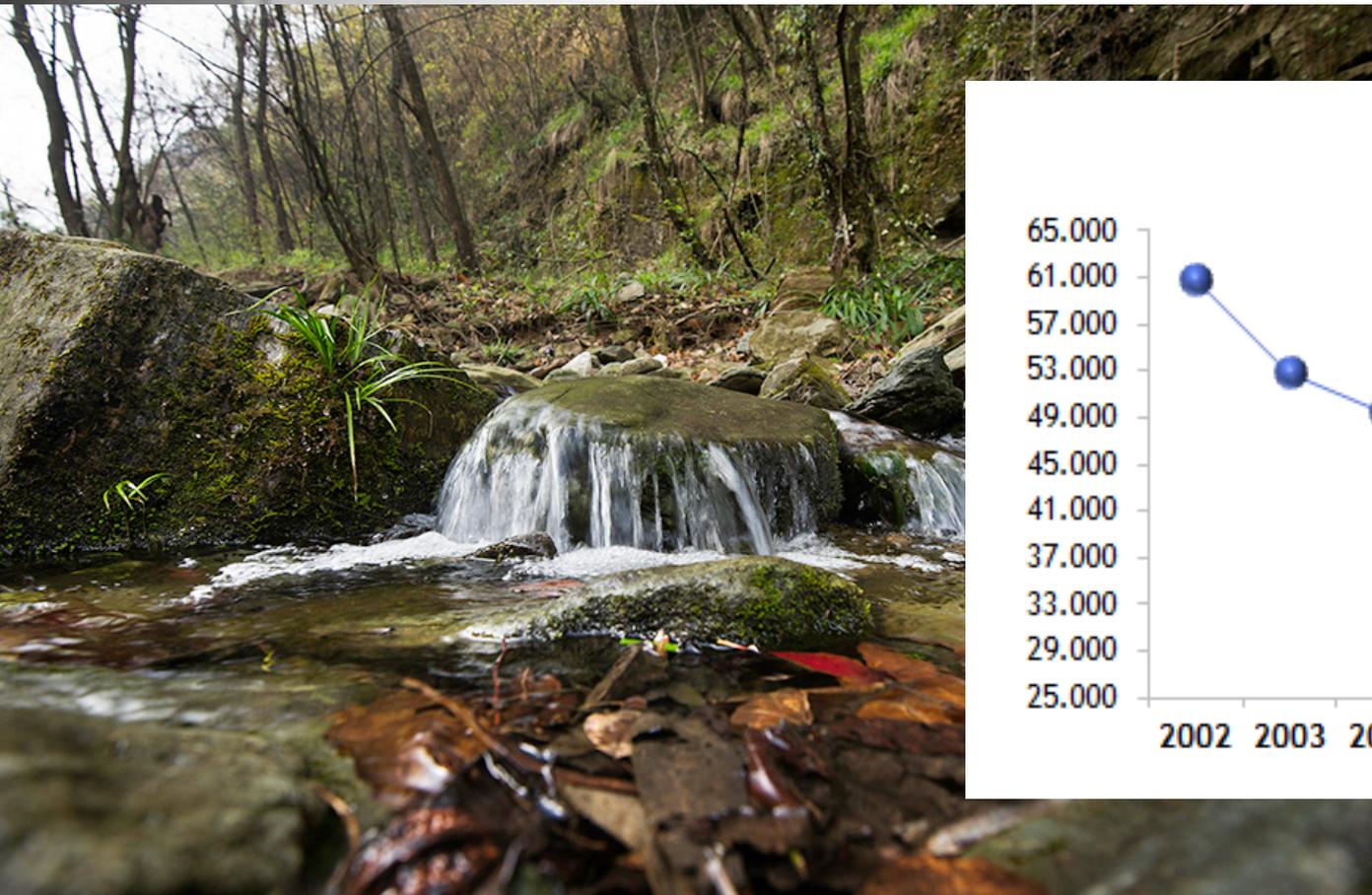
Asimismo, mantenemos el reto de disminuir el consumo eléctrico y la mejora en la iluminación, por lo que se han sustituido todos los equipos de iluminación exterior de los de muelles por unos equipos de inducción y LED, que suponen un aumento de la intensidad lumínica con una importante rebaja en el consumo y una mayor durabilidad de los equipos, reduciendo exponencialmente los trabajos de mantenimiento y los equipos a retirar. Una novedad es la inclusión de sistemas de gestión en la iluminación que mejora la eficiencia de los equipos.



Algunos indicadores de referencia:

Las principales magnitudes ambientales durante 2012 son:

- Durante el año el consumo total de agua, incluida la utilizada para la limpieza del mercado, ha sido de 26.169 m³ frente a 30.885 m³ del año anterior, por lo que el consumo ha disminuido un 15,27%. Esta disminución es debida a un mayor control del consumo y fugas de agua. El consumo de agua de las empresas mayoristas ha aumentado un 2,68% respecto al año anterior, representando el 53,83% del consumo total del mercado.



- Se ha disminuido ligeramente el total anual del consumo eléctrico que ha alcanzado los 8.629 miles de Kw frente a 8.989 miles de Kw de 2011, un 4,01% menos.

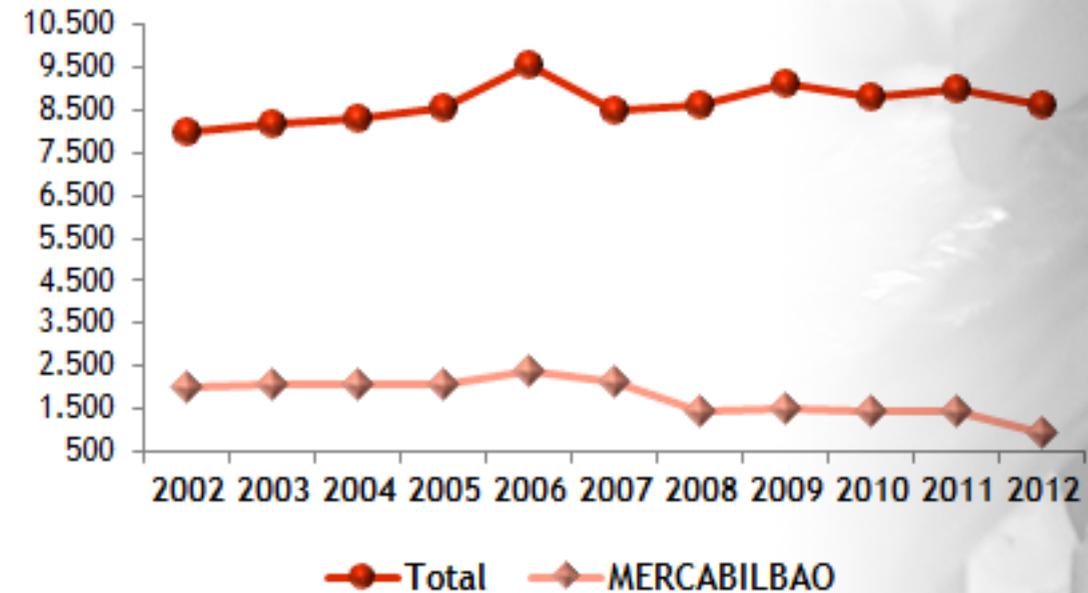
- La recogida de residuos asimilables a urbanos ha bajado un 16,52%. Se han retirado 1.859 Tm, (368 Tm menos que el año anterior), lo que supone un 0,76% de la mercancía entrada.

- La recogida de residuos orgánicos este año ha sido de 346 Tm, frente a las 491,5 Tm de 2011, un 29,6% inferior, ocasionada principalmente por la disminución del orgánico de frutas y hortalizas. Las razones principales han sido el género decomisado total ha sido un 20% menor, y el aumento de la solicitud de frutas y verduras decomisadas, por parte de los baserritarras, destinadas a la alimentación animal.

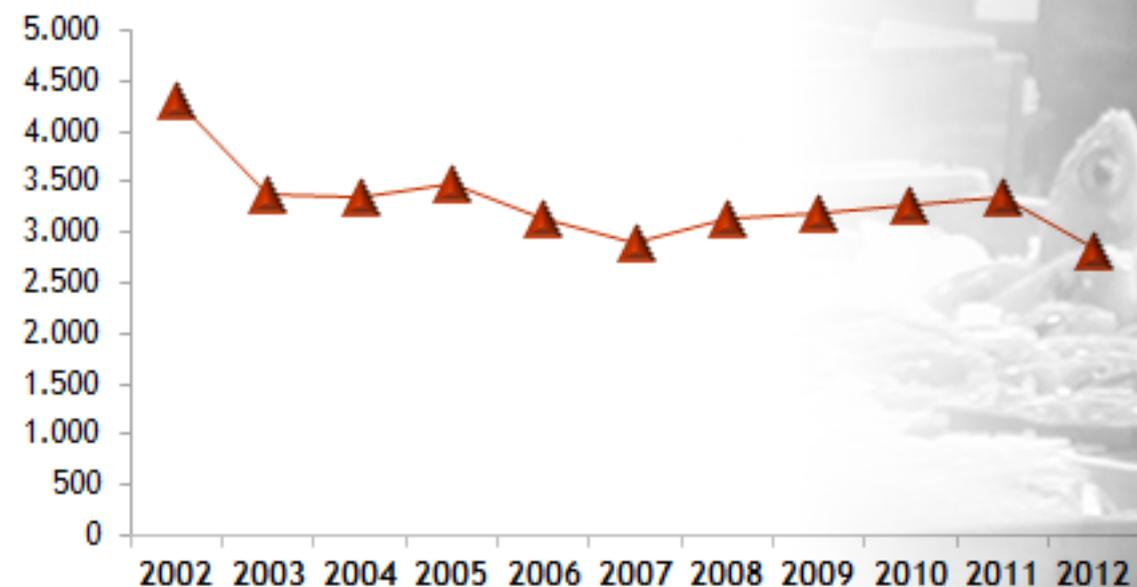
- El porcentaje total reciclado sobre el total de residuos ha sido del 34,26%, lo que supone un 0,39% sobre la mercancía entrada.

- Del capítulo contable global de costes de limpieza, el 67% es relativo exclusivamente a personal, medios y tareas de limpieza y desinfección, mientras que el 33% es por recogida individualizada de residuos (incluido personal), su transporte y sus cánones de vertido. Toda la gestión está subcontratada a Cespa (Ferrovial).

Consumo eléctrico en Mercabilbao (miles de Kwh)



Producción de Residuos en Mercabilbao (Tm/año)



En relación a la gestión de proveedores, la práctica ha demostrado la necesidad de fortalecer las relaciones, a partir de verdaderas alianzas estratégicas, basadas en acuerdos de colaboración que faciliten la integración de los procesos del sistema Proveedor-Cliente

Una estrecha relación cliente-proveedor se caracteriza por el reconocimiento de la importancia de los proveedores en la consecución de los objetivos de la organización.

La confirmación de una correcta selección está en los resultados del proceso de evaluación.

Evaluación de proveedores

Como parte de la política de compras, Mercabilbao realiza una evaluación periódica de los proveedores para asegurar que cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial que la organización necesita.

Nº de proveedores evaluados	Nº de proveedores aprobados
64	64



Los talleres sensoriales

En el marco de nuestro compromiso social, estamos vinculados a diferentes actividades como la mejora de la alimentación infantil y juvenil, por medio de los Talleres sensoriales, que desarrolla la Asociación Slow-Food Convivium Bilbao-Bizkaia.

Dentro del programa de visitas escolares que participan en los Talleres sensoriales, en el curso 2011-2012 se han registrado 48 visitas, de diferentes Centros de enseñanza con un total de 855 alumnos y 96 profesores.

Tras la visita, se recoge la opinión de los escolares y sus profesores, sobre la actividad realizada. En el curso escolar 2011-2012, la media de valoración otorgada por parte de los profesores es de un 9 sobre 10.

La valoración de los escolares también es muy alta, el 73% de los asistentes dan a la visita un sobresaliente. Como conclusión, se puede decir que se han cumplido ampliamente los objetivos planteados con esta actividad:

1. Reconocer los diferentes pescados, frutas y hortalizas mediante la visita a las instalaciones de Mercabilbao y juegos de participación divertidos.
2. Dar a conocer el movimiento Slow Food de una manera amena y original, enseñando a los escolares qué propone y cómo mejora nuestra manera de vivir y alimentarnos.
3. Aprender la importancia de nuestro patrimonio alimentario haciendo hincapié en el consumo de los productos: pescados, frutas y hortalizas.
4. Educar el gusto mediante el consumo de productos frescos, zumos de frutas y pintxos de pescado como parte importante de la experiencia Slow Food en Mercabilbao.



Banco de alimentos de Bizkaia

A lo largo de 2012 el Banco de Alimentos de Bizkaia ha repartido 5.354 Tm de alimentos, de las cuales 653 procedían de Mercabilbao, donadas por 28 operadores.

Esta organización sin ánimo de lucro, dispone de un local en Mercabilbao para la distribución de alimentos a aquellas personas o instituciones que carecen de los recursos necesarios. Además en cada edición del Concurso de cestas de fruta, se realiza un sorteo de cestas, cuya recaudación va destinada a esta organización junto con los excedentes de fruta.



Apoyo al deporte

Mercabilbao continua apoyando las actividades deportivas del Club de Remo Deusto, que en 2012 ha participado en diversas competiciones locales y nacionales.

El Batel Infantil se ha clasificado para el Campeonato de España al quedar entre los dos mejores de Euskadi. Al mencionado campeonato acuden las 10 mejores embarcaciones del estado. Los bateles de la categoría infantil, han hecho una temporada impresionante, por tercer año consecutivo. Han obtenido Bronce en Bizkaia, campeones de Euskadi y Bronce en España, siendo una referencia en Euskadi en las categorías inferiores.

Acabada la temporada, vuelta al trabajo con las categorías inferiores y nuevos fichajes que se acercan al Club.

Por otro lado, Mercabilbao ha participado en la Korrika 2012 para el fomento del euskera y ha colaborado en otros eventos deportivos de base.



Asociación de Ayuda en Carretera DYA

El servicio médico de la DYA, en este centro alimentario, ha considerado necesario hacer una encuesta a los trabajadores para valorar la frecuencia de consumo de frutas y hortalizas, alimentos fundamentales en la Dieta Mediterránea. Durante el mes de Junio, período señalado para el sondeo, respondieron a la encuesta 117 personas, de las cuales 40 fueron mujeres y 77 hombres.

Las personas que han contestado a la encuesta se han clasificado por sexo y en grupos de edad entre 20 y 65 años, siendo el grupo más numeroso el comprendido entre los 35 y los 50 años.



Consumo de frutas

Teniendo en cuenta la totalidad de las personas participantes en la encuesta las frutas más consumidas fueron, naranja en un 38%, plátano el 37%, mandarinas un 21% y otras frutas el 4%. Estos datos de consumo no coinciden exactamente con las preferencias que son las siguientes: las mujeres, independientemente de la edad, se decantaron por fresa, naranja y cereza, por este orden. Sin embargo, en los hombres, las preferencias varían según el grupo de edad. Así, en el grupo de 20 a 35 años las frutas preferidas fueron plátano, manzana y fresa. De los 36 a los 50 años, plátano, manzana y naranja; y de los 51 a los 65 años melón, manzana y cerezas.

En el caso de las mujeres la naranja fue la fruta más consumida, independientemente de la edad. Entre los hombres, en los grupos de 20 a 50 años lo que más consumen son plátanos, en tanto que en el segmento etario de 51 a 65 años consumen por igual naranjas y manzanas.

compromiso

Respecto a la frecuencia de consumo los resultados para el total de las personas participantes son los siguientes:

- Más de una vez al día: 26,44 %
- Una vez al día: 32,18 %
- Menos de una vez al día: 39,08 %
- Nunca comen: 2,30 %

Se ha constatado que en todos los grupos de edad y en ambos sexos el consumo de frutas se asocia, mayoritariamente, a la comida y a la cena, aunque en el caso de los varones que trabajan en las empresas de comercialización de frutas y verduras el consumo de frutas fuera de las comidas es significativo en todos los grupos de edad (36,7%).



Consumo de verduras y hortalizas

Las mujeres son mayores consumidoras de estos alimentos, haciéndolo el 96 %, en tanto que este porcentaje se reduce al 63 % en el caso de los hombres. En ambos sexos, el grupo de edad que más consume es el de 36 a 50 años, siendo estos alimentos incorporados en la comida y en la cena en el 63 % del total de los que los consumen.

El 26 % de las personas consumidoras comen sólo verduras y hortalizas frescas, el 21 % frescas y congeladas, el 15 % frescas y en conserva, y el 38 % de las tres formas.

En general, la lechuga, las vainas y el tomate, son las hortalizas más consumidas en ambos sexos, sin variaciones significativas entre los diferentes grupos de edad. A diferencia de lo que ocurría con la frecuencia de consumo y las preferencias en el caso de las frutas que eran distintas, seguramente, por la mayor dependencia estacional de su presencia en el mercado; en el caso de las verduras y hortalizas coinciden las respuestas: lechuga, vainas y tomate.

Conclusiones

Se observa que el consumo de frutas y hortalizas está bastante lejos del consumo deseable de las mismas a la luz de la pirámide nutricional y de las recomendaciones internacionales.

El consumo de frutas está más extendido que el de verduras, seguramente porque el consumo de verduras u hortalizas está mediatizado por la necesidad de su cocinado, aunque en algunos casos sea mínimamente.

Parece necesario promover el consumo de frutas y hortalizas, especialmente de estas últimas. Es de señalar el protagonismo de los cítricos entre las frutas, y de la lechuga entre las verduras.

Compromiso

Vistos los resultados de la encuesta, el servicio médico de la DYA adquiere el compromiso de continuar valorando, en la dieta habitual, el consumo de otros alimentos para poder evaluar el perfil nutricional del colectivo de personas trabajadoras en Mercabilbao.

Colaboración con otras asociaciones y organizaciones sin ánimo de lucro

Mercabilbao ha colaborado en 2012 con diversas organizaciones como la Asociación de la Lucha contra el Cáncer; Chernobileko Umeak Bizkaia (ONG dedicada a la ayuda humanitaria a niños afectados por la catástrofe de Chernobil, mediante programas de acogimiento en familias vascas) y Cáritas, elegida este año como organización receptora de la recaudación obtenida en la entrega de bolsas de fruta, en la Jornada del Concurso de cestas, celebrada en Bilbao.

Fundación “5 al día”

Mercabilbao es socio colaborador de esta Fundación cuyo objetivo es informar a la sociedad de los beneficios que aporta el consumo diario de frutas y hortalizas.



Control sanitario de los alimentos y las instalaciones

Producto	Kg. Comercializados	Nº Inspecciones	Nº Muestras	Nº Decomisos	Kg. Decomisados
Pescados y marisco	29.151.958	929	181	748	82.667
Frutas y verduras	212.890.975	903	58	845	538.052

La higiene en todos los procesos que siguen a la captura de los pescados o a la producción de frutas y hortalizas, es un aspecto fundamental, que debe ser tenido muy en cuenta por el sector comercializador, ya que va a condicionar la vida útil del producto y sobre todo la calidad sanitaria del mismo.

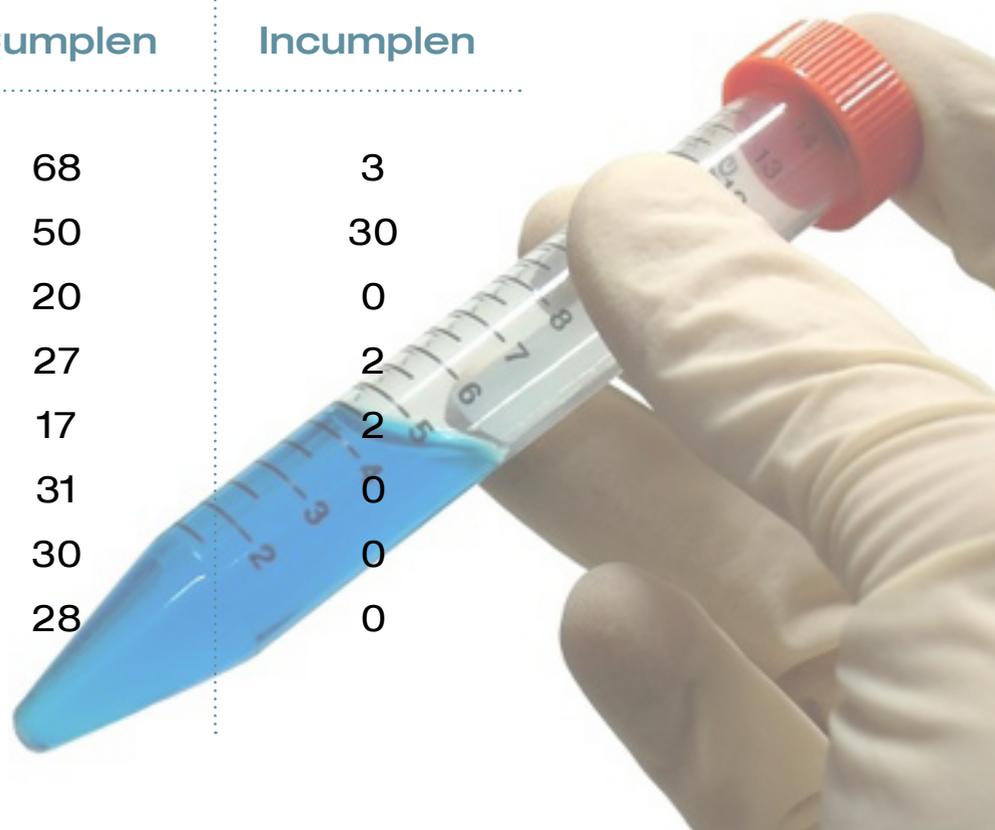
La autoridad sanitaria realiza inspecciones diarias a nivel de Mercabilbao para comprobar aspectos como :

- Limpieza e higiene de las instalaciones y durante la manipulación de los productos
- Envasado y etiquetado de los productos alimenticios
- Condiciones de conservación y exposición de los alimentos
- Formación e higiene del personal
- Implantación de planes de autocontrol basados en el APPCC
- Inocuidad de los alimentos comercializados

Además se establecen muestreos semanales para verificar si los alimentos comercializados:

- Son conformes a los criterios microbiológicos establecidos en la legislación vigente
- Son conformes con la legislación comunitaria sobre residuos, contaminantes y sustancias prohibidas.

Parámetro	Producto	Nº Muestras	Cumplen	Incumplen
Microbiológicos	Productos de la pesca	71	68	3
Parásitos	Productos de la pesca	80	50	30
Biotoxinas	Productos de la pesca	20	20	0
Conservantes	Productos de la pesca	29	27	2
Residuos Contaminantes	Productos de la pesca	19	17	2
Histamina/NBVT	Productos de la pesca	31	31	0
Residuos Contaminantes	Verduras de ensalada	30	30	0
Microbiológicos	Verduras de ensalada	28	28	0



En todos los casos de incumplimiento se ha requerido la adopción de medidas correctoras que han sido acreditadas documentalmente por parte de los proveedores y verificadas por la autoridad competente.

Comercialización 2012

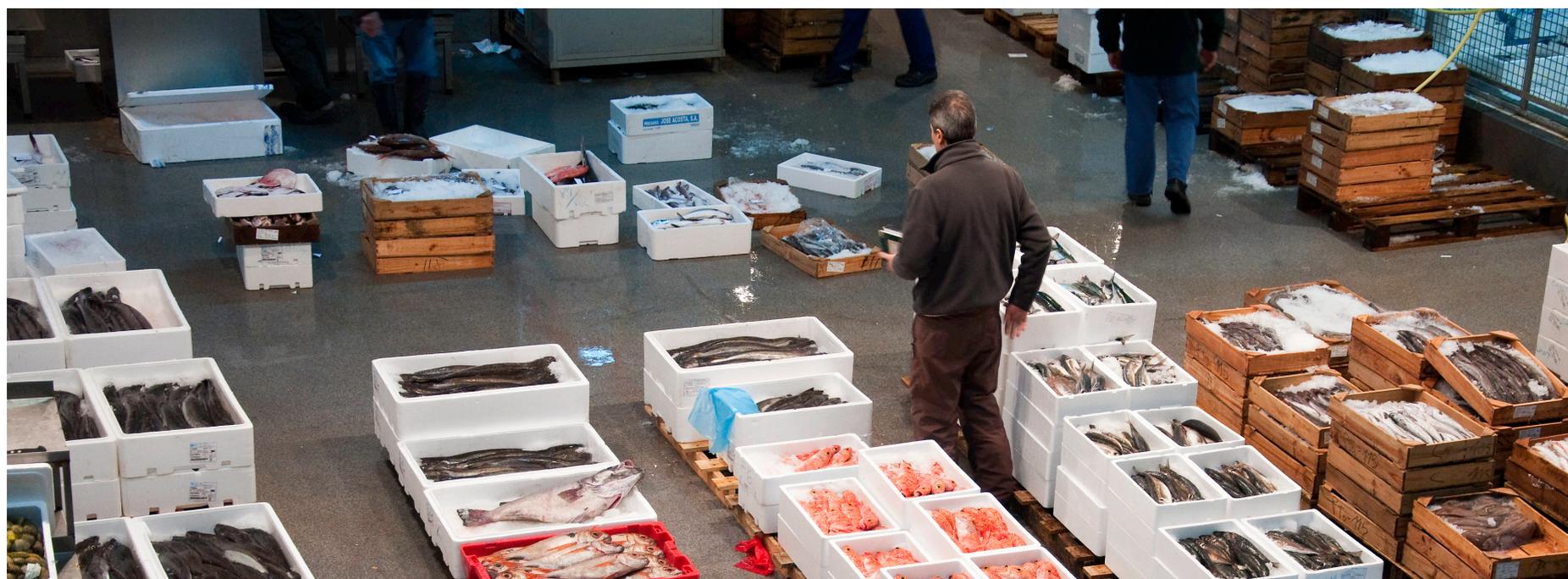
La comercialización en 2012 se ha mantenido estable, dada la situación económica en la que nos encontramos inmersos. Se han registrado 245.924 Tm, un 0,22% menos que en 2011. La ocupación del mercado a fin de año era del 99,51% en venta y locales comerciales y del 99% en Actividades Complementarias.

Los precios muestran una recuperación, en el total de frutas y Hortalizas (2,15%), a pesar de que se han producido descensos importantes en el precio de los plátanos (-13,68%) y de las patatas (-5,41%)

En pescados y mariscos el precio medio del grupo se ha mantenido estable, debido al incremento del precio del pescado fresco y de los congelados que han paliado la bajada del importe del marisco.

El mercado Polivalente, continúa con los precios al alza, con una subida media del 15%.

Por sectores, la comercialización de pescado y marisco mantiene una tendencia a la baja que en 2012 se cierra con un 2,81% menos en sus entradas, mientras que el mercado de frutas y hortalizas muestra un ligero repunte del 0,35%. El sector de polivalencia (cárnicos, huevos, lácteos,...) que supone el 1,58% del total comercializado, vuelve a perder cuota de mercado con un descenso del 9,85% en sus registros.



Frutas y hortalizas

El consumo de fruta fresca durante 2012, se ha mantenido prácticamente estable con respecto a 2011 (-0,08) con un descenso del gasto de un 1,51% debido a la bajada del 13,68% en el precio del plátano. En el caso de las hortalizas, el consumo ha aumentado un 1,43% y el gasto un 8,33%. No obstante, la comercialización de productos del país por parte de los productores ha retrocedido ligeramente (-0,01%), mientras que su precio ha crecido un 12%.

El mercado de Frutas y Hortalizas ha contado con 302 días hábiles. La media diaria de comercialización ha sido de 705 Tm, y el total anual ha rozado las 213.000 Tm. Los mejores registros mensuales se han dado en Mayo, Junio y Marzo.

Los productos más vendidos entre las verduras y hortalizas han sido la patata, el tomate, la lechuga, el pimiento, la cebolla, el grupo de las coles y la judía verde. Cabe destacar respecto al año anterior, un mayor consumo de tomate (+5,63%) y coles (+3,91%), así como de puerro, calabacín, pepino, acelga, guisante, haba, ajo y cebolla. En el lado contrario de la balanza se encuentran algunas hortalizas de tallos y hojas como la espinaca (-26%), la escarola (-2,05%), la lechuga (-0,98%) y el apio.

La naranja, ha sido la fruta con mayor presencia dentro del mercado. Durante el año 2012 supuso el 26,2% del consumo de fruta. En comparación a 2011, la compra de este cítrico bajó un 1,2%, mientras que el gasto total disminuyó debido al descenso del 3,2% del precio medio, que se situó en 0,60 euros/kilo.

El 15% del consumo de fruta se corresponde con el plátano,





habiendo aumentado su consumo un 4,08% en comparación al año 2011. Por el contrario el gasto se redujo un 10% como resultado del fuerte descenso en su precio medio, situándose en 1,01 euros/kilo. Según datos extraídos de un estudio elaborado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente sobre el consumo de fruta fresca en el hogar durante 2012, el incremento en el consumo de esta fruta es generalizado, destacando el aumento del consumo por persona en aquellos hogares formados por adultos independientes (+10,5%) y jubilados (+6,7%).

La manzana se sitúa en el tercer lugar de las frutas más vendidas con un total de 20.136 Tm. un 0,46% más que en 2011 y un incremento en el precio medio del 5%.

El descenso más acusado lo registran los frutos secos (-10,27%),. También ha bajado la comercialización de frutas tropicales un 2,64% y de hueso un 2,39%.

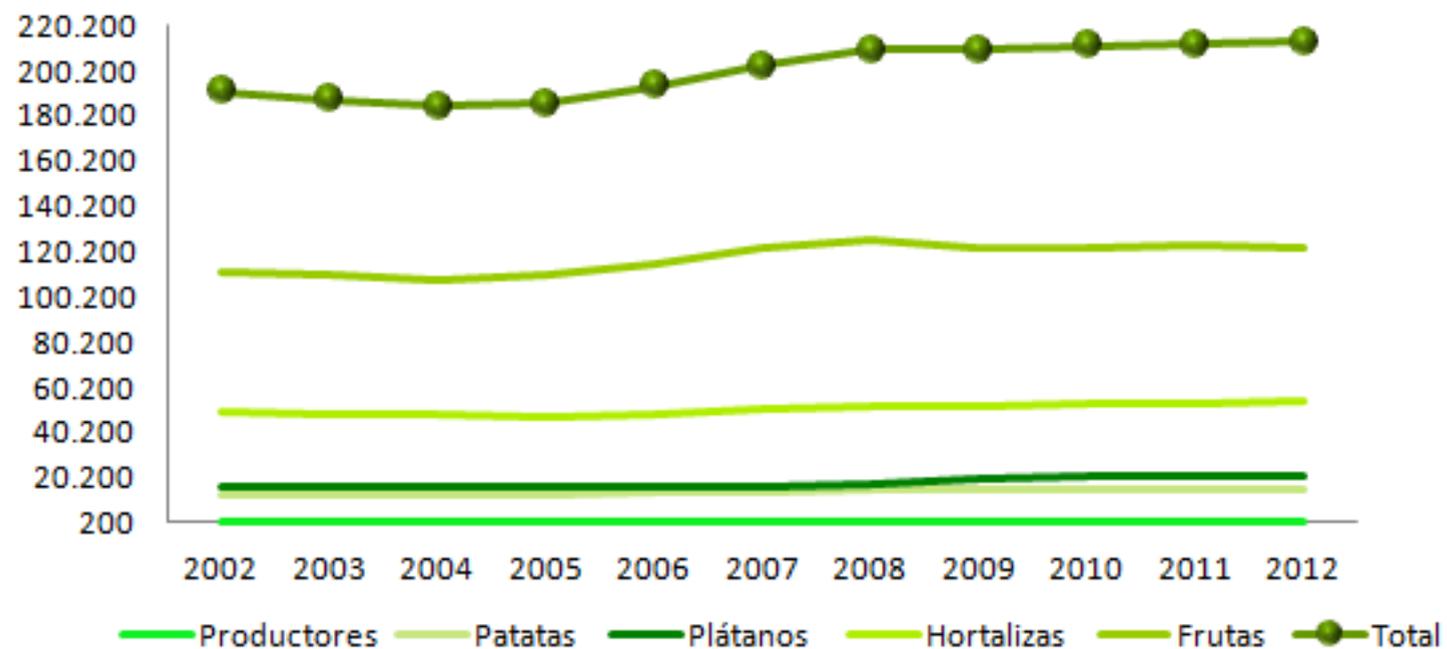
Comercialización de frutas y hortalizas

	KGS. 2012	KGS. 2011	Variación	%	€/kg. 2012	€/kg. 2011	Variación	%
Frutas	122.107.043	123.058.081	951.038	-0,77	0,96	0,95	0,01	1,05
Hortalizas	53.808.381	53.045.682	-762.699	1,44	0,91	0,84	0,07	8,33
Patatas	15.379.741	15.295.379	-84.362	0,55	0,35	0,37	-0,02	-5,41
Plátanos	21.370.968	20.532.986	-837.982	4,08	1,01	1,17	-0,16	-13,68
Productores	224.842	224.828	-14	0,01	1,03	0,92	0,11	11,96
TOTAL	212.890.975	212.156.956	-734.019	0,35	0,95	0,93	0,02	2,15

**Evolución mensual en los años 2011 y 2012
(en Tm.)**



Evolución anual de las Tm comercializadas



Entrada de frutas y hortalizas en KG.

	2012	2011	Variación	%
TOTAL FRUTAS	143.478.032	143.591.067	-113.035	-0,08
Cítricos	49.221.588	49.433.524	-211.936	-0,43
De semilla	27.786.006	27.766.710	19.296	-29,87
Plátanos	21.370.968	20.532.986	837.982	4,08
De Hueso	19.471.869	19.948.397	-476.528	-2,39
Fruta Pequeña	7.883.616	8.031.700	-148.084	-1,84
Tropicales	9.197.639	9.447.107	-249.468	-2,64
Melón	4.216.202	4.180.670	35.532	0,85
Sandía	2.129.761	1.991.325	138.436	6,95
Frutos Secos	1.108.257	1.235.166	-126.909	-10,27
Otras Frutas	1.092.126	1.023.482	68.644	6,71
TOTAL HORTALIZAS	69.412.943	68.565.889	847.054	1,24
Raíces y Tubérculos	18.534.565	18.495.733	38.832	0,21
Bulbos	9.233.783	9.198.375	35.408	0,38
Tallos y Hojas	8.572.132	8.612.528	-40.396	-0,47
Inflorescencias	4.905.866	4.749.838	156.028	3,28
Frutos	26.824.552	26.167.000	657.552	2,51
Grano	66.787	62.997	3.790	6,02
Hierbas Aromáticas	106.231	107.426	-1.195	-1,11
Setas	1.169.027	1.171.992	-2.965	-0,25
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS	212.890.975	212.156.956	734.019	0,35

Evolución de los precios de frutas y hortalizas

En el primer semestre del año, el precio medio en frutas y hortalizas era negativo, debido a la caída de las cotizaciones del plátano y de la patata, pero en el segundo semestre se ha ido frenando esta tendencia.

Si observamos las cotizaciones medias de cada uno de los productos, vemos que la tendencia general es al alza y en algunos casos con porcentajes elevados. Destaca la subida de precio de algunos cítricos: limón (+30%), pomelo (+8%). Lo mismo ocurre con las frutas de hueso con porcentajes que oscilan entre el (+17%) de la cereza y (+5%) del melocotón. No obstante, también se registran bajas importantes en frutas como el albaricoque (-12%).

Las frutas de semilla también muestran precios al alza. La manzana sube un 5% de media, y la pera un 4,7%. En cuanto a las frutas tropicales, hay que señalar el incremento de precio de las frutas más comercializadas de este grupo: el kiwi (+9,8%) y la piña (+3,9%)

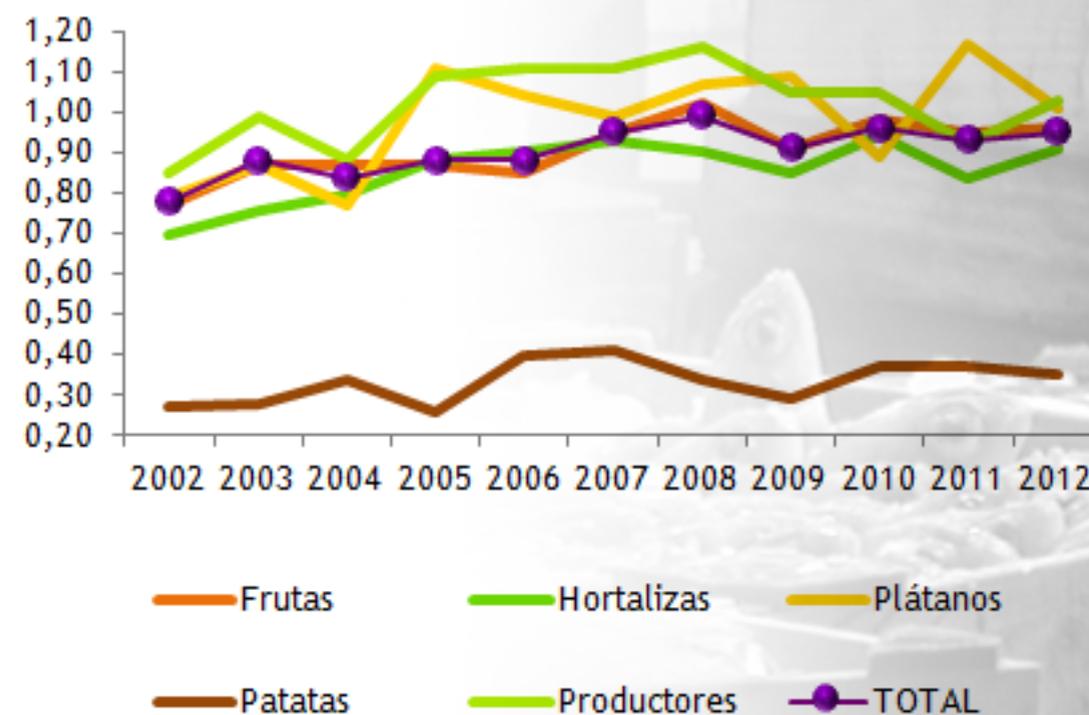
En lo que se refiere a la fruta pequeña, el fresón ha sufrido un descenso importante en su cotización respecto a 2011 (-7%) y la uva mantiene su precio medio.

Por otro lado, también se percibe una caída de precios en las frutas de verano, aunque el melón consigue mantener su precio, el de la sandía ha disminuido un 13%.

Respecto a las verduras y hortalizas, son pocos los productos que mejoran su cotización, pero las subidas son importantes. Es el caso del calabacín (+45%), el tomate (+28,7%), la lechuga (+12%), la judía verde (+17%) y la zanahoria (7,6%).

El registro de precios a la baja está encabezado por el ajo (-22%), la cebolla (-21%), las coles (-11%) y la patata (-5%). El pimiento consigue mantener su precio.

Evolución anual de precios



Procedencia de Frutas y Hortalizas

Se incrementa un 1,18% la entrada de productos hortofrutícolas procedentes del mercado interior. Baja el porcentaje de las importaciones, sobre todo de hortalizas.

El 31% de las frutas comercializadas proceden de La Comunidad Valenciana, que mantiene su aportación, seguida de Canarias y Cataluña con un 14%. En cuanto a las verduras y hortalizas procedentes del mercado interior, Andalucía mantiene el primer puesto de los productos hortícolas comercializados, con un incremento respecto a 2011 del 1,42%, seguido por La Rioja (18,6%) y Castilla León (13,6%)

Cabe destacar el incremento en la entrada de productos procedentes de Andalucía, Cataluña, Canarias, Castilla-León y Navarra. Por el contrario pierden cuota de mercado los productos recibidos de Murcia, Castilla-La Mancha y Extremadura. El resto de las Comunidades mantienen sus aportaciones.

La entrada de frutas y hortalizas de importación, se reduce un 14,8% a pesar del crecimiento en las partidas procedentes de África, Centroamérica y Oceanía.

Entre las frutas y hortalizas de importación destacan las, manzanas, naranjas, fresón, melón, bananas, además de una amplia gama de frutas tropicales encabezada por el kiwi y la piña. En hortalizas las importaciones se centran principalmente en patatas, tomates, pimientos, judías verdes, coles, espárragos trigueros, cebollas, ajos y productos de la gastronomía china.



Procedencias de
frutas y hortalizas (TM)

	Frutas	%	Hortalizas	%	Total	%
INTERIORES	120.763.664	84,17	64.403.617	92,78	185.167.281	86,98
C. Valenciana	44.464.203	30,99	6.290.710	9,06	50.754.913	23,84
Andalucía	8.968.977	6,25	19.095.641	27,51	28.064.618	13,18
Canarias	20.493.926	14,28	0	0,00	20.493.926	9,63
Cataluña	19.545.473	13,62	26.431	0,04	19.571.904	9,19
La Rioja	5.885.016	4,10	12.953.365	18,66	18.838.381	8,85
Murcia	8.079.064	5,63	6.568.563	9,46	14.647.627	6,88
Castilla-León	1.166.218	0,81	9.490.908	13,67	10.657.126	5,01
Aragón	7.988.719	5,57	1.227.975	1,77	9.216.694	4,33
País Vasco	189.387	0,13	5.278.813	7,60	5.468.200	2,57
Navarra	1.006.197	0,70	2.030.732	2,93	3.036.929	1,43
Castilla- La Mancha	1.632.476	1,14	1.270.276	1,83	2.902.752	1,36
Extremadura	535.834	0,37	145.409	0,21	681.243	0,32
Madrid	657.079	0,46	0	0,00	657.079	0,31
Galicia	144.174	0,10	448	0,00	144.622	0,07
Cantabria	6.921	0,00	24.346	0,04	31.267	0,01
EXTERIORES	22.714.368	15,83	5.009.326	7,22	27.723.694	13,02
C. Europea	6.714.910	4,68	2.062.496	2,97	8.777.406	4,12
Sudamérica	6.686.759	4,66	96.546	0,14	6.783.305	3,19
África	3.777.369	2,63	2.849.192	4,10	6.626.561	3,11
Centroamérica	3.893.304	2,71	0	0,00	3.893.304	1,83
Oceanía	1.529.017	1,07	0	0,00	1.529.017	0,72
Asia	77.239	0,05	0	0,00	77.239	0,04
Norteamérica	35.770	0,02	1.092	0,00	36.862	0,02
TOTAL	143.478.032	100	69.412.943	100	212.890.975	100

compromiso

Pescados, mariscos y congelados

El mercado de pescado ha contado con 251 días hábiles, con una cifra media diaria que supera las 116 Tm. Los mejores registros se han dado en los meses de Mayo, Octubre y Diciembre.

El descenso en la comercialización de pescado y marisco fresco ha sido generalizado, estimándose en un 3,81% respecto al año anterior, mientras que el precio medio de venta se ha diversificado: el pescado fresco sube un 0,97% y el marisco baja un 4,60%. El grupo de congelados es el único que muestra índices positivos, tanto en Tm. como en precios.

La entrada de anchoa, ha sido inferior a la de 2011, afectando sobre todo a la de procedencia nacional que pierde un 21,2%, hecho que incide directamente en la subida del precio. El de la anchoa de importación se incrementa un 12%, mientras que la de origen nacional sube hasta un 19%.

La anchoa del Golfo de Bizkaia, volvió en Marzo a los mercados. La comisión Europea decidió en 2012 reducir el número de capturas de anchoa del Cantábrico en un 30%.



Comercialización de pescados	KGS.	KGS.	Variación	%	€/kg.	€/kg.	Variación	%
	2012	2011			2012	2011		
Pescados	18.149.573	18.952.741	-803.168	-4,24	5,21	5,16	0,05	0,97
Marisco	5.000.123	5.114.920	-114.797	-2,24	6,63	6,95	-0,32	-4,60
Congelados	6.002.262	5.926.560	75.702	1,28	5,95	5,89	0,06	1,02
TOTAL	29.151.958	29.994.221	-842.263	-2,81	5,61	5,61	0,00	0,00

Las razones para esta disminución de cuota están en una pequeña reducción de la biomasa de la anchoa que sin ser preocupante obligó a un ligero descenso de las capturas. Este dato, no preocupó demasiado a las cofradías del Cantábrico, ya que a pesar de la significativa reducción, las capturas fueron superiores a las de 2011.

Además desde el sector, se respaldó esta reducción de cuota de la anchoa para evitar de esta manera un descenso significativo del precio de la especie en lonja, así como el menor interés por parte de las conserveras de los bocartes pescados fuera de campaña de primavera, ya que el bocarte en primavera tiene una proporción de grasas que se adecua mejor a su elaboración en conserva.

El final de la pesquería de la anchoa del Golfo de Bizkaia coincide con el comienzo de la campaña del bonito del norte en estas aguas. Los arrantzales vascos han cerrado la campaña del bonito con el mayor volumen de capturas de los últimos cinco años, al haberse desembarcado en los puertos vascos 6.477 toneladas de bonito, de las cuales 813 Tm. se han distribuido en Mercabilbao. El precio medio de venta en los almacenes mayoristas ha sido de 5,96 euros un 12,7% menos que en 2011.

compromiso

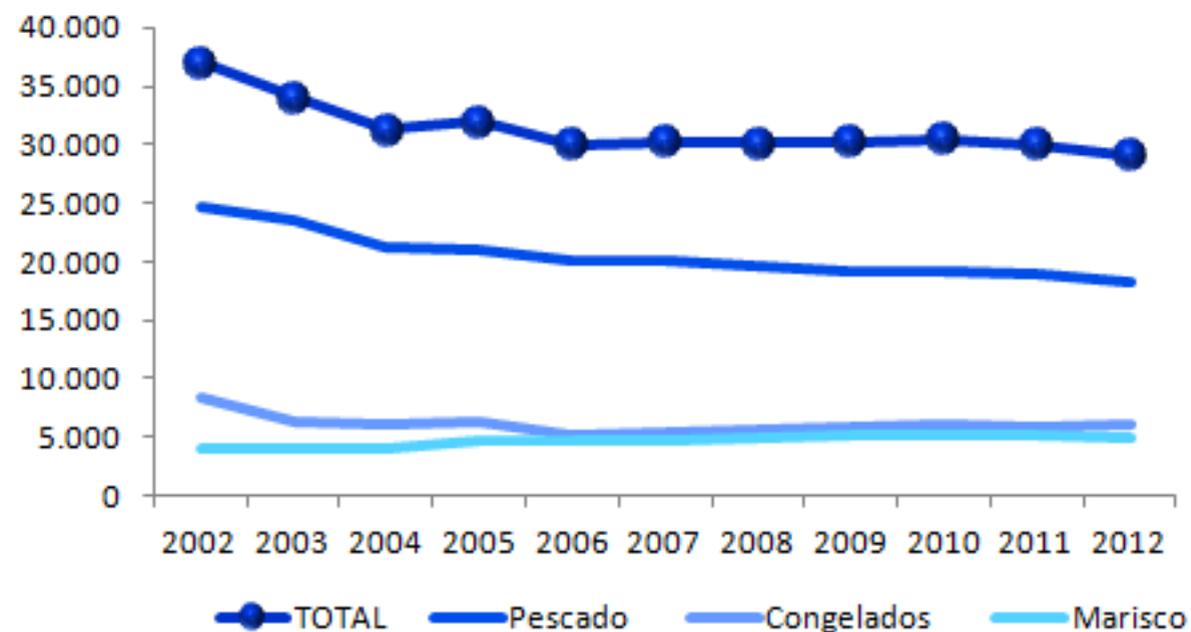
La mayor entrada de género de algunas especies va ligada, en muchos casos, a un menor precio de venta. Este es el caso de la brótola, el cabracho, el lenguado mediano y pequeño, la merluza, el besugo, el rape y el rodaballo, tanto el de captura como el de cultivo. En el caso contrario, a menor entrada mayor precio, se encuentran: el bacalao, el calamar, el atún, el congrio, la faneca, el chicharro, la pescadilla, el pulpo y la sardina. Algunas de estas especies muestran un retroceso en sus registros, digno de destacar, como el 24% del congrio, el 37% del pulpo o el 16,4% de la sardina.

El menor registro de marisco fresco se debe principalmente a una menor entrada de crustáceos (buey, bogavante, centollo, cigala de Coruña (-10,6%), nécora (-8,62) y langostino) y de algunos moluscos como la almeja, el caracolillo, la chirla y el mejillón.

Evolución mensual en los años 2011 y 2012 (en Tm)



Evolución anual de las toneladas comercializadas



Entradas de pescado,
marisco y congelados

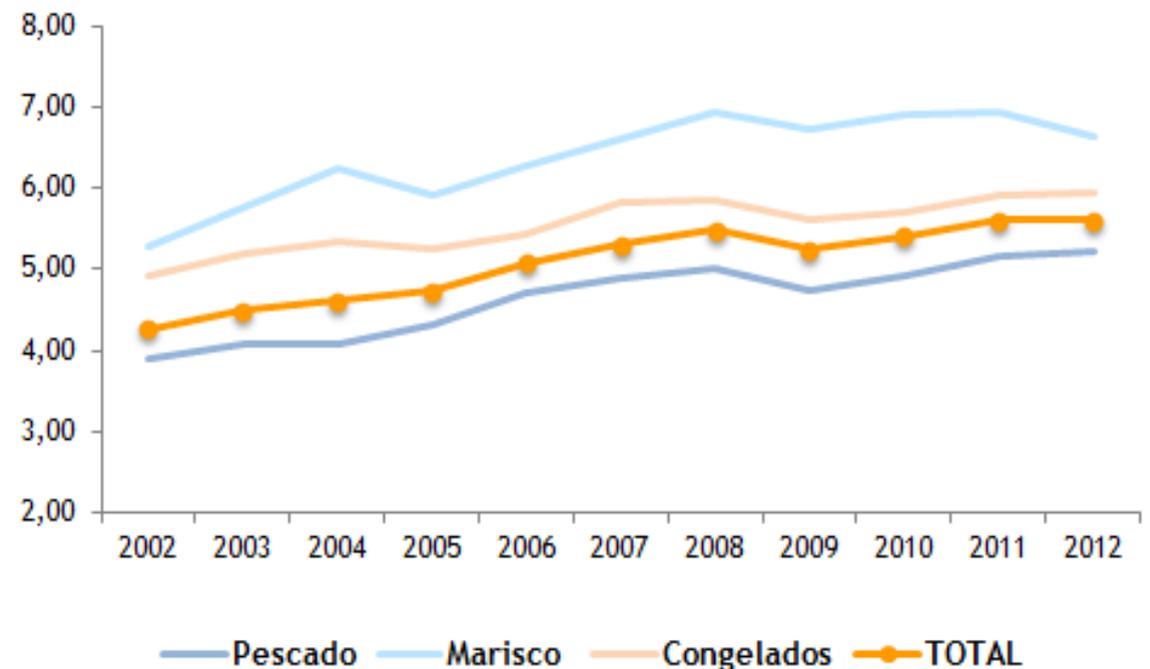
	2012	2011	Variación	%
TOTAL PESCADO	18.149.573	18.952.741	-803.168	-4,24
Pescados	16.285.575	16.800.447	-514.872	-3,06
Pescado de acuicultura	1.800.289	2.103.067	-302.778	-14,40
Otros	63.709	49.227	14.482	29,42
TOTAL MARISCO	5.000.123	5.114.920	-114.797	-2,24
Moluscos	1.059.811	1.070.928	-11.117	-1,04
Crustáceos	1.265.521	1.344.988	-79.467	-5,91
Moluscos acuicultura	2.674.791	2.699.004	-24.213	-0,90
TOTAL CONGELADOS	6.002.262	5.926.560	75.702	1,28
Pescados	1.409.804	1.646.363	-236.559	-14,37
Moluscos	1.613.022	1.574.201	38.821	2,47
Crustáceos	1.164.666	1.131.052	33.614	2,97
Otros	1.814.770	1.574.944	239.826	15,23
TOTAL PESCADO, MARISCO Y CONGELADOS	29.151.958	29.994.221	-842.263	-2,81



Evolución de los precios de pescado y marisco

Como hemos comentado anteriormente, se ha observado un incremento de precio en el pescado fresco y un importante descenso en el de marisco fresco. Entre los pescados y moluscos que han incrementado su precio hay que mencionar el pulpo que por segundo año consecutivo registra una importante subida (+20%), y la sardina con una subida del 16%. Bajan los pescados y mariscos de cultivo (dorada, rodaballo, salmón, almeja, mejillón y langostino) con algunas excepciones como la trucha y la lubina que incrementan su cotización. En esta línea de descenso se encuentran también pescados como la angula (-11%), la dorada de captura (-12,7%), el gallo, la liba y el lirio, y mariscos como la almeja de captura (-3,9%), la cigala de Coruña (-4,3%), la gamba fresca (-2,4%), la quisquilla y la nécora. En congelados, tanto de pescado como de marisco, la tendencia de precios es a la baja, excepto en el caso del atún, el calamar, la jibia y la merluza (+1,2%).

Evolución anual de precios



Procedencias de pescados y mariscos

Se incrementa el porcentaje de las importaciones, que en 2012 representa el 39% del total comercializado. En general, la entrada de especies procedentes del Cantábrico ha bajado, con excepción de los puertos asturianos que mejoran su entrada. El pescado recibido de los puertos vascos baja un 1,78% y sube la entrada de marisco un 1,95%.

Los puertos gallegos mantienen su hegemonía como principales abastecedores de marisco fresco (52,6% del total) y congelados, aunque en 2012 la cifra total registrada de esta Comunidad ha disminuido un 1,62%, a pesar del incremento en el envío de congelados.

Baja la entrada del Mediterráneo, a pesar de que la Comunidad Valenciana mejora sus aportaciones de pescado y marisco fresco. El registro de pescado de Canarias se incrementa un 116,6% principalmente por el envío de atún y bonito.

La CEE mantiene el porcentaje de importaciones (20%), gracias a la cifra de productos congelados, ya que las cantidades de pescado y marisco fresco son menores que en 2011. Esta misma tendencia se percibe en las importaciones de los países de la AELC.

En el lado positivo se sitúan las entradas de pescado procedente de Sudamérica y Norteamérica y las de marisco y congelados de África. También aumenta la entrada de congelados de Centroamérica. Respecto a los productos importados, la anchoa representa el 23% del total de anchoa comercializado. El 87% de esta especie llega de Francia y el resto de Italia y Portugal.

En lo que se refiere a marisco fresco, el total importado supera el 39,5% de la entrada total de estos productos. La cifra se reparte entre Reino Unido (28,64%), Francia (5,6%), Italia (4,4%), EEUU (0,48%), Holanda (0,24%) y Marruecos (0,04%).

El 93,4% del pescado de cultivo es importado. El mayor volumen corresponde al salmón (59%), procedente de Noruega y Dinamarca; el 17,9% corresponde a lubina de Grecia, Francia, Reino Unido y Portugal. La entrada de dorada de Grecia y Francia representa el 16,2% del pescado de cultivo importado y un 0,31% es de rodaballo llegado de Dinamarca, Reino Unido, Holanda, Portugal y Francia.

compromiso

Procedencias de
pescado fresco,
marisco y congelados
(Tm.)

	Pescado	%	Marisco	%	Congelados	%	Total	%
INTERIORES	13.467.957	74,21	3.024.410	60,49	1.272.134	21,19	17.764.501	60,94
Galicia	3.917.752	21,59	2.634.747	52,69	167.009	2,78	6.719.508	23,05
País Vasco	5.070.544	27,94	42.613	0,85	92.894	1,55	5.206.051	17,86
Asturias	1.242.971	6,85	681	0,01	0	0,00	1.243.652	4,27
Andalucía	970.413	5,35	134.508	2,69	0	0,00	1.104.921	3,79
Cantabria	793.964	4,37	211.351	4,23	10.372	0,17	1.015.687	3,48
Cataluña	601.093	3,31	202	0,00	76.746	1,28	678.041	2,33
C. Valenciana	607.644	3,35	308	0,01	40.224	0,67	648.176	2,22
La Rioja	9.644	0,05	0	0,00	482.501	8,04	492.145	1,69
Navarra	0	0,00	0	0,00	265.629	4,43	265.629	0,91
Murcia	197.139	1,09	0	0,00	0	0,00	197.139	0,68
Castilla-León	1.881	0,01	0	0,00	136.259	2,27	138.140	0,47
Canarias	50.248	0,28	0	0,00	0	0,00	50.248	0,17
Castilla-La Mancha	4.664	0,03	0	0,00	500	0,01	5.164	0,02
EXTERIORES	4.681.616	25,79	1.975.713	39,51	4.730.128	78,81	11.387.457	39,06
C. Europea	3.378.137	18,61	1.950.027	39,00	556.745	9,28	5.884.909	20,19
África	275.961	1,52	1.898	0,04	1.653.124	27,54	1.930.983	6,62
Sudamérica	623	0,00	0	0,00	1.521.025	25,34	1.521.648	5,22
AELC	938.090	5,17	0	0,00	57.097	0,95	995.187	3,41
Norteamérica	88.805	0,49	23.788	0,48	571.598	9,52	684.191	2,35
Centroamérica	0	0,00	0	0,00	246.320	4,10	246.320	0,84
Oceanía	0	0,00	0	0,00	92.421	1,54	92.421	0,32
Asia	0	0,00	0	0,00	31.798	0,53	31.798	0,11
TOTAL	18.149.573	100,00	5.000.123	100,00	6.002.262	100,00	29.151.958	100,00

Polivalencia

El pabellón de Polivalencia alberga actualmente 14 puestos de venta de productos cárnicos, huevos, lácteos, congelados, dulces y alimentación en general, 8 puestos dedicados al almacenaje, preparación y distribución de frutas, hortalizas, pescados, mariscos y pollos, y 5 almacenes que realizan labores de logística, gestionados por 16 empresas.

En 2012, este sector ha contado con 247 días hábiles. La comercialización anual asciende a 3.882 Tm, un 9,85% menos que en 2011.

Este retroceso afecta prácticamente a todos los productos comercializados en este pabellón, principalmente a productos lácteos (-59,75%), leche (-21,01%) y pollos (-13,01%). Mejora su índice particular la carne de vacuno (0,58%).

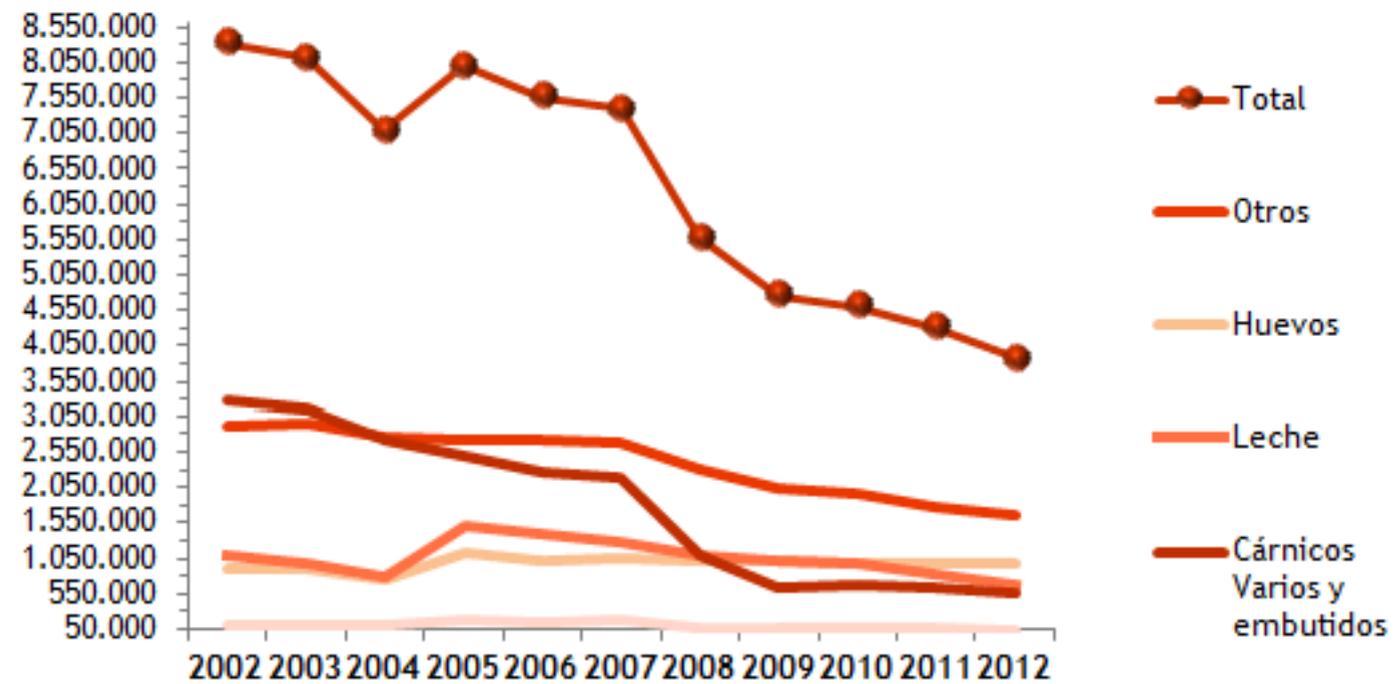
Los precios tienden a la baja con algunas excepciones como los huevos que suben un 34% y los pollos que incrementan su precio medio un 4,7%. La leche mantiene su precio y baja el precio de la carne de vacuno (-2,67%) y de los corderos (-0,71%).

Comercialización polivalente (kg./l.)

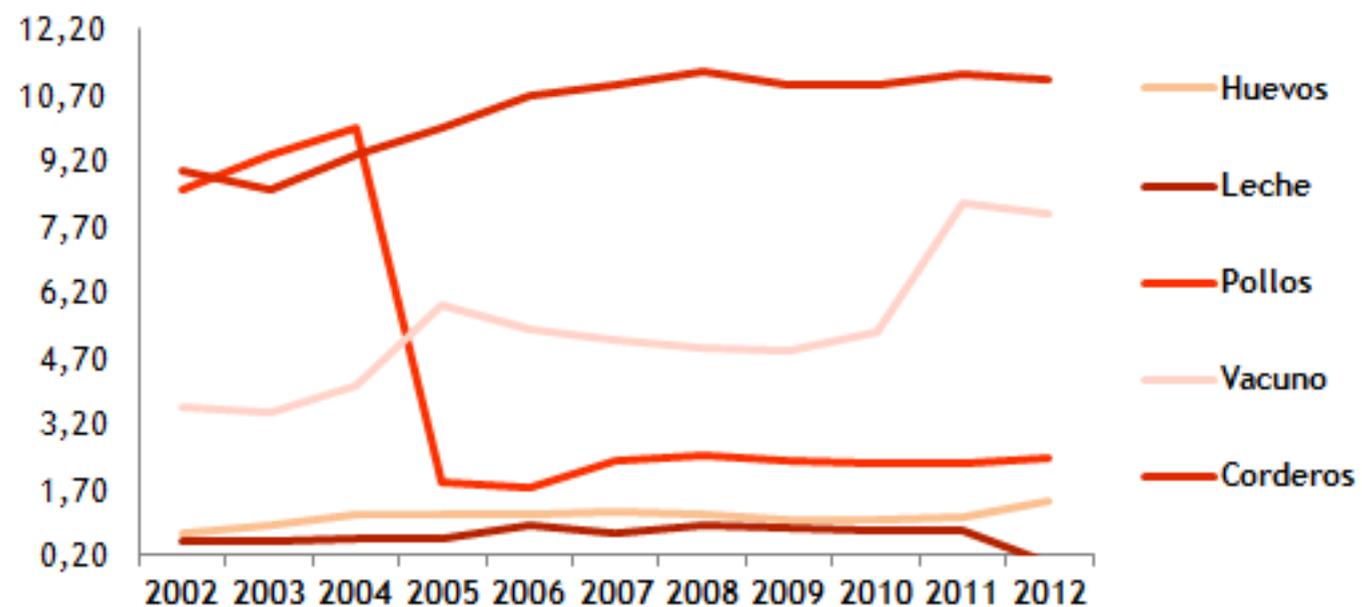
	KGS. 2012	KGS. 2011	Variación	%	Euros/kg. 2012	Euros/kg. 2011	Variación	%
Huevos	968.100	977.500	9.400	-0,96	1,4	1,04	0,36	34,62
Leche	663.707	840.224	176.517	-21,01	0,75	0,75	0,00	0,00
Lácteos	44.116	70.476	70.432	-99,94				
Otros	1.646.583	1.783.844	137.261	-7,69				
Total Cárnicos	559.055	633.677	74.622	-11,78				
Corderos	8.349	8.441	92	-1,09	11,06	11,14	-0,08	-0,72
Pollos	112.377	129.189	16.812	-13,01	2,41	2,30	0,11	4,78
Vacuno	172.012	171.025	-987	0,58	7,99	8,21	-0,22	-2,68
Cárnicos Varios y embutidos	266.317	325.022	58.705	-18,06				
TOTAL	3.881.561	4.305.721	424.160	-9,85	0,92	0,80	0,12	15,00

Comercialización polivalente

Evolución anual de kgs/litros comercializados en Polivalencia



Evolución anual de precios medios en el Mercado Polivalente





fortaleza

Con el excelente resultado económico, Mercabilbao, con sus operadores a la cabeza, no cesan en el empeño de reforzar y consolidar la posición de referente de la industria agroalimentaria en su área de influencia.

73

2012 ha sido un año positivo por la ratificación en la tendencia alcista de los resultados...

El resultado económico del ejercicio 2012 de Mercabilbao, S.A., presenta un beneficio de 796.530 euros después de impuestos, que supone una mejora del 56,9% respecto del año anterior. En términos de generación de recursos, el Cash Flow alcanza los 1.662 mil euros.

Los aspectos más destacables que han concurrido en la formación y evolución del resultado han sido los siguientes:

Evolución de los ingresos

El importe de la cifra de negocio en el ejercicio ha ascendido a 3.938 miles de euros, lo que supone un incremento del 0,7% respecto al ejercicio 2011. Esta variación en el volumen de negocio de la Sociedad se ha producido principalmente:

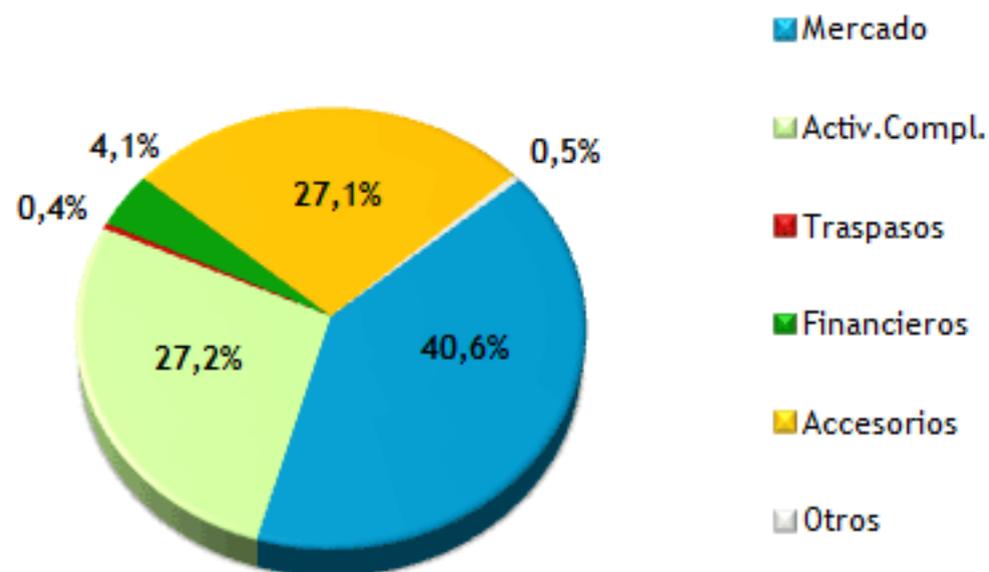
- Las tarifas generales del mercado se han mantenido congeladas frente al incremento del I.P.C. que fue del 2,4%. Cabe destacar que a diciembre de 2.012 se registra una plena ocupación de todos los mercados.
- El conjunto de ingresos por suministros se han incrementado en un 9,3 %, teniendo como causa principal el aumento del precio de la energía eléctrica pactado con los usuarios; como contrapartida tenemos un aumento del gasto suministros del 4,7% respecto al ejercicio anterior.

Durante el ejercicio se han materializado ingresos provenientes de traspasos por importe de 25 mil euros frente a la falta de ingresos en el ejercicio anterior por este concepto; estos ingresos provienen de un traspaso en el mercado de pescados, un traspaso en el mercado de frutas y hortalizas y un traspaso en el mercado polivalente.

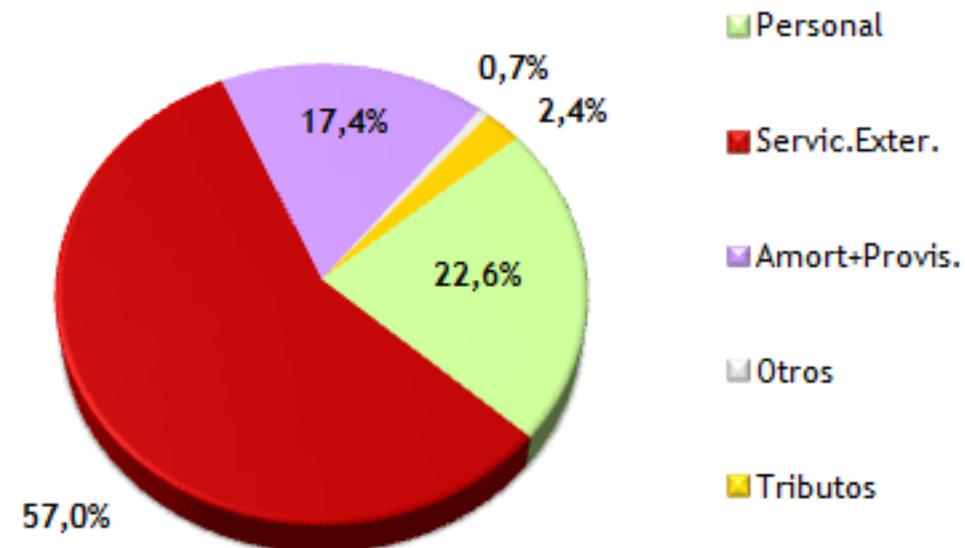
Los resultados financieros netos han ascendido a 239.901 euros, que supone un 30% del beneficio total del ejercicio, con una disminución del 2% respecto a la cifra alcanzada en el año 2011, la disponibilidad financiera media se ha incrementado en el 5,6% respecto al ejercicio 2011, alcanzándose una rentabilidad media de los recursos del 3,43%.

Las inversiones se materializan en instrumentos financieros seguros, exigiéndose a las entidades financieras calificación de solvencia.

INGRESOS



GASTOS



Prestación de servicios

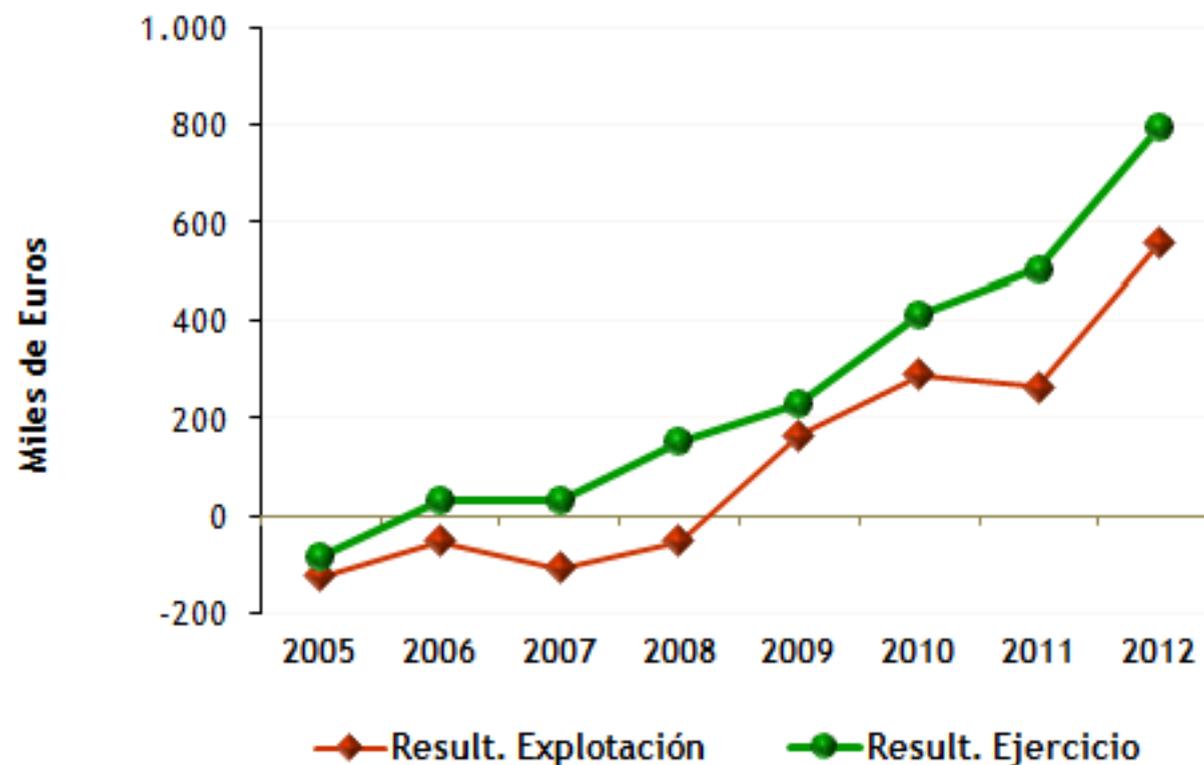
El conjunto de los gastos de la explotación se han reducido un 2,6% resultando un beneficio de explotación de 557.819 euros, lo que supone una mejora del 112% respecto al ejercicio anterior como consecuencia, en parte, de la reducción de los gastos de personal y de los gastos de reparaciones y conservación.

Los servicios exteriores comprenden los gastos incurridos en “Reparaciones y conservación” por 324.529 euros con una disminución del 26,8%, en “Vigilancia y conserjería externa” donde ha producido el cambio de empresa adjudicataria del servicio, resultando un gasto por este concepto de 288.507 euros, lo que implica una disminución del 5,7%, en “Limpieza y vertidos” por 1.016.198 euros y en “Suministro eléctrico y de agua” por importe de 954.588 euros. Cabe destacar el epígrafe de “Otros servicios exteriores” por importe de 251.627 euros con un aumento del 1%.

Los gastos de personal se han visto reducidos en un 14,6% con respecto a 2011 como consecuencia principalmente de la eliminación de la paga extra de navidad al colectivo de trabajadores de la sociedad en cumplimiento del Real Decreto 20/2012; así como la congelación de los salarios y la prohibición legal de aportación institucional a la E.P.S.V. Elkarkidetza, en cumplimiento del Real Decreto 20/2011 y la Ley de Presupuestos del Estado 2/2012.

El gasto por las obligaciones tributarias de Mercabilbao respecto al Impuesto sobre Beneficios ha ascendido a 1.190 euros como consecuencia de la aplicación del artículo 36 de la norma foral de este impuesto que supone la bonificación del 99% en la cuota líquida; llevado a cabo tras la reducción del capital de la sociedad amortizando las acciones de titularidad privada y procediendo a la modificación de los estatutos sociales de manera que el capital social es de titularidad pública en su totalidad.

Evolución de los resultados

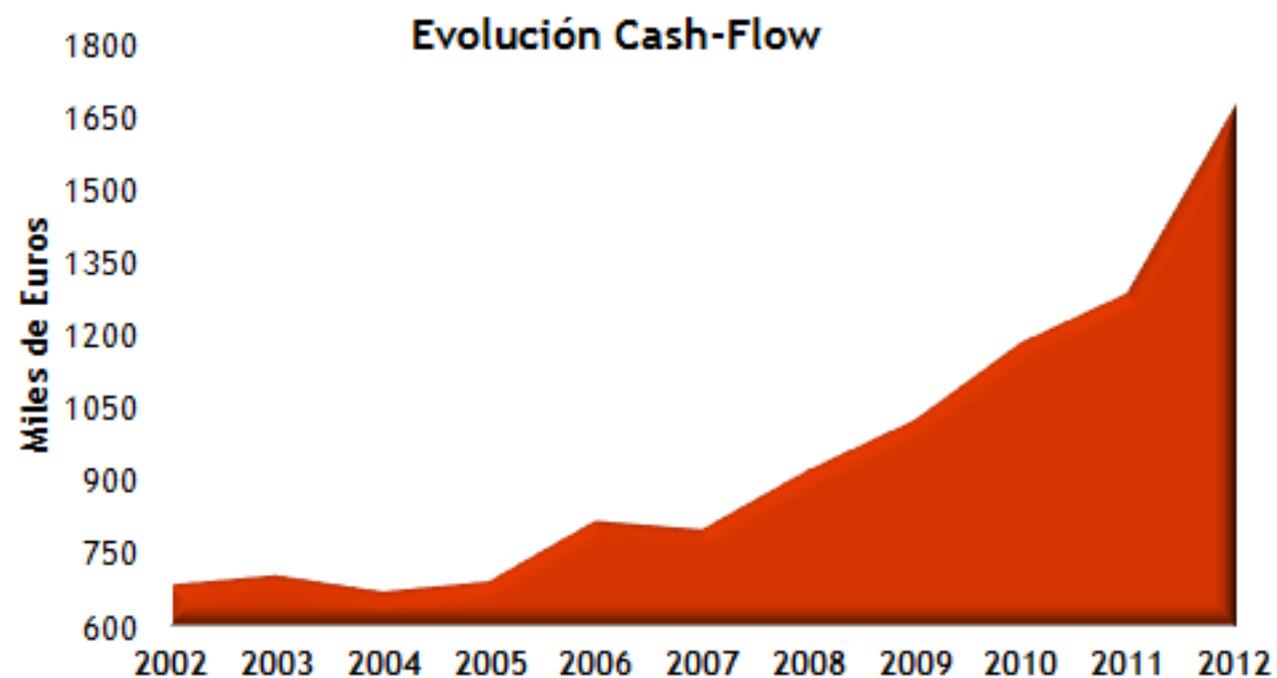


Inversiones

La inversión realizada por Mercabilbao, S.A. en 2012 ha ascendido a 808.903 euros, correspondiendo 676.701 euros a la adecuación de las instalaciones eléctricas en Alta y Baja tensión y 130.168 euros a la instalación de un sistema perimetral de detección electrónica a fin de incrementar la seguridad del recinto.

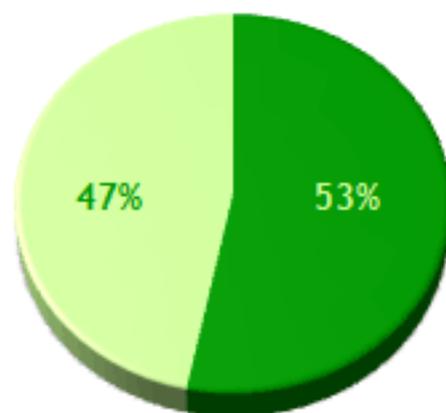
Generación de recursos y solvencia

El cash flow en 2012 asciende a la cantidad de 1.662 mil euros, que suponen un aumento del 29,74% respecto del ejercicio inmediato anterior. Esta generación de recursos supone la fuente de financiación de las inversiones que se llevan a cabo en Mercabilbao.



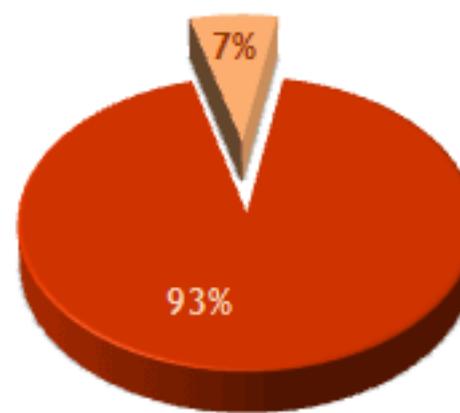
Fruto de lo anterior, el índice de solvencia a corto plazo alcanza el 6,76, o lo que es lo mismo, que por cada euro que tenemos comprometido en el corto plazo, tenemos 6,76 euros que lo respaldan, de los cuales 6,43 son activos financieros.

Activo



■ No Corriente
■ Corriente

Patrimonio neto y Pasivo



■ Patrimonio Neto
■ Pasivo Corriente

Asimismo, nuestro grado de autonomía, entendido como fondos propios entre el total del patrimonio neto + pasivo, alcanza valores del 93,10%.

Durante el ejercicio se ha procedido a la compra y amortización de 259 acciones de titularidad del Ayuntamiento de Santurtzi, cumpliendo con la exigencia de los estatutos sociales de manera que el capital social esté constituido por accionistas de titularidad exclusivamente pública. Además de la adquisición para amortización de las acciones del Ayuntamiento de Santurtzi, con el fin de conseguir ahorros y una mayor agilidad en la gestión operativa, durante 2012 se ha procedido a la reducción en un 57% en el número de administradores de la Sociedad.

El enfoque para el ejercicio 2013, ante la inestabilidad del entorno, continuará teniendo la prudencia como premisa principal, acompañada del esfuerzo y compromiso como valores que guíen nuestras actividades para el soporte de una acertada estrategia.

Ingresos	2012	2011
Importe Cifra de Negocios	3.938.462	3.909.879
Mercado de pescado	653.241	653.221
Mercado de Frutas y hortalizas	1.703.095	1.702.212
Frigorífico general	356.392	363.948
Mercado polivalente	417.289	406.416
Centro comercial	244.442	232.163
Actividades complementarias	564.003	551.919
Ingresos accesorios y otros de gestión	1.574.751	1.443.365
Ingresos Excepcionales y Subvenciones	29.529	27.625
Total Ingresos Explotación	5.542.742	5.380.869
Gastos	2012	2011
Gastos de personal	1.125.066	1.317.587
Sueldos, salarios y asimilados	849.884	971.878
Cargas sociales	275.182	345.709
Dotaciones para amortizaciones	865.670	773.605
Variación de las provisiones de tráfico	33.610	(638)
Otros gastos de explotación	2.960.029	3.025.153
Servicios exteriores	2.841.288	2.912.506
Tributos	118.741	112.647

Gastos Excepcionales	548	2.026
Total Gastos Explotación	4.984.923	5.117.733
Resultado de Explotación	557.819	263.136
Resultados financieros positivos netos	239.900	245.160
Resultado antes de impuestos	797.719	508.296
Impuesto sobre Sociedades	(1.189)	(769)
<hr/>		
RESULTADO DEL EJERCICIO	796.530	507.527

Balances de situación

(Euros)

Activo	2012	2011
Activo No corriente	9.728.536	10.124.520
Inmovilizaciones materiales	350	1.050
Inmovilizaciones financieras		
Total Inmovilizado	9.728.886	10.125.570
Activo Corriente		
Deudores	314.266	433.406
Inversiones financieras a C/P	8.069.960	6.797.216
Ajustes por periodificación	12.925	5.261
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes	143.886	272.100
Total Activo Circulante	8.541.037	7.507.983
TOTAL ACTIVO	18.269.923	17.633.553

(Euros)

fortaleza

Patrimonio Neto y Pasivo

2012

2011

Patrimonio neto

Fondos Propios

Capital suscrito

5.667.370

5.682.936

Reservas

10.543.596

10.118.561

Resultado del Ejercicio

796.530

507.527

Total Fondos Propios

17.007.496

16.309.024

TOTAL PATRIMONIO NETO

17.007.496

16.309.024

Pasivo no Corriente

Periodificaciones a Largo Plazo

0

0

Total Pasivo no Corriente

0

0

Pasivo Corriente

Otros pasivos financieros

123.891

376.906

Deudas con empresas del grupo

13.563

Acreedores comerciales

865.922

766.045

Personal

89.638

103.658

Administraciones Públicas

169.413

77.920

Total Pasivo Corriente

1.262.427

1.324.529

TOTAL PATRIMONIO + PASIVO

18.269.923

17.633.553

www.mercabilbao.es



**GOXOA
GARDENA
GARIBIA**

**SABROSO
SEGURO
SALUDABLE**

merca **B**ilbao