

MEMORIA



**RSE** 2015

[www.mercagranada.es](http://www.mercagranada.es)





MEMORIA DE  
**RESPONSABILIDAD**  
**SOCIAL EMPRESARIAL**  
**2015**

# ÍNDICE

## 1. CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN / 6

## 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN / 8

- 2.1. Quiénes somos
- 2.2. Localización (domicilio social)
- 2.3. Dimensiones de la organización
- 2.4. Ámbito de operación (zona de influencia)
- 2.5. Composición órganos de gobierno a 31 de diciembre de 2014
- 2.6. Estructura organizacional

## 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN NUESTRA GESTIÓN / 13

- 3.1. Misión, visión y valores de Mercagranada enfocados a la RSE
- 3.2. Perfil de la memoria
- 3.3. Alcance y cobertura de la memoria
- 3.4. Cambios significativos sobre el año anterior
- 3.5. Reconocimientos y distinciones

## 4. RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS / 18

## 5. COMPROMISO CON EL EQUIPO HUMANO / 20

- 5.1. Objetivos de la administración de recursos humanos
- 5.2. Plan de formación
- 5.3. Clima laboral y satisfacción del empleado
- 5.4. Evaluación del desempeño
- 5.5 Plan de prevención de riesgos laborales

- 5.6. Igualdad de oportunidades
- 5.7. Indicadores sociales
- 5.8. Condiciones sociolaborales
- 5.9. Conciliación de la vida laboral
- 5.10. Derechos humanos
- 5.11. Seguridad corporativa

## **6. CLIENTES / 26**

- 6.1. Satisfacción del cliente
- 6.2 Apostando por nuestros clientes y la tecnología
- 6.2. Intercooperación

## **7. PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL / 30**

- 7.1. Gastos de explotación en medioambiente 2015.
- 7.2. Proyectos de colaboración en materia medioambiental
- 7.3. Indicadores medioambientales
  - 7.3.1. Consumos de energía y agua
  - 7.3.2. Residuos producidos
  - 7.3.3. Vertidos de aguas residuales
  - 7.3.4. Plan de control de plagas

## **8. GENERANDO VALOR PARA LA SOCIEDAD / 38**

- 8.1. Programa nutricional Conoce Mercagranada y los Alimentos
- 8.2. Colaboración con el Banco de Alimentos
- 8.3. Otras Colaboraciones:
  - 8.3.1 Sector de la hostelería y la gastronomía granadina
  - 8.3.2 Eventos deportivos
  - 8.3.3 Otros eventos.
- 8.4. Mercagranada comprometida con la educación
- 8.5. Indicadores de Responsabilidad Empresarial
- 8.6 Indicadores de Redes Sociales

## **9. RESUMEN DEL INFORME ECONÓMICO / 48**

## **10. ÍNDICE GRI / 50**

## **11. TABLA DE INDICADORES CLAVE / 52**

# 1. CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

**M**ercagránada S.A. presenta su cuarta memoria de Responsabilidad Social Empresarial, realizada mediante la metodología Global Reporting Initiative (GRI). De nuevo, cumplimos y renovamos nuestro compromiso con la promoción social, económica, cultural y medio ambiental de nuestra sociedad y de su entorno.

Como empresa de capital público, sentimos una vinculación especial con la comunidad a la que servimos. A través de nuestro modelo de gestión Mercaexcelencia (EFQM) compartimos públicamente con nuestros grupos de interés, así como con el resto de agentes sociales, las acciones y compromisos de ámbito social más destacados. Por ello, elaboramos y publicamos esta Memoria de Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE), correspondiente al ejercicio 2015, a fin de reiterar - a corto, medio y largo plazo - que nuestro objetivo principal es el de incrementar nuestro nivel de excelencia en la gestión interna.

En la actual coyuntura político-económica seguimos teniendo más presente que nunca, la amenaza que supondría no avanzar hacia un modelo eficiente y sostenible que optimice los recursos generados hasta ahora.

Incidimos en este firme compromiso con la atención a nuestros clientes y con la innovación constante. Ambas se conforman como alternativas ciertas para alcanzar soluciones reales y viables que den respuesta a los problemas que pudieran surgir.

La Memoria de RSE recoge los proyectos, iniciativas y acciones que esta Sociedad ha desarrollado en 2015 - dentro de un marco de responsabilidad, innovación y transparencia - en su deber para con nuestra ciudadanía.

**“sentimos una vinculación especial con la comunidad a la que servimos”**

Entre ellas, destacamos las siguientes:

- Acciones de **optimización del consumo** de energía.
- Acciones de **separación y valorización de los residuos** producidos en la Unidad Alimentaria.
- Acciones de **formación de colectivos infantiles** en la alimentación sana y saludable, en las prácticas medioambientales y solidarias que llevamos a cabo.
- Acciones de **mejora del clima** y satisfacción laboral, así como la colaboración entre todos los entes que conforman la organización.
- Acciones de **cooperación con ONG's** - principalmente con el Banco de Alimentos de Granada - en pro de los más desfavorecidos.
- Acciones de **cooperación con instituciones** granadinas para fomentar la práctica del deporte y la promoción de la cultura.

Merece mención aparte, el reconocimiento recibido con la concesión del premio MC MUTUAL Antonio Baró 2014, por la labor realizada en Prevención de Riesgos Laborales.

**Mercagranada S.A.** está comprometida en desarrollar su actividad con una clara orientación a sus clientes, mediante criterios de gestión basados en la eficiencia, transparencia y excelencia, sin olvidar la sostenibilidad económica, social y medioambiental, motivos por los cuales mostramos una especial atención a los más desfavorecidos y también, por los que ponemos nuestro foco en mejorar el clima laboral entre nuestros trabajadores.



## 2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

COMPORTAMIENTO **ÉTICO**  
EN LAS RELACIONES  
**EFICIENCIA Y TRANSPARENCIA**  
DE LA GESTIÓN  
TRABAJO **EN EQUIPO**  
SUPERACIÓN  
**Y MEJORA CONSTANTE**  
ORIENTACIÓN  
**AL CLIENTE**  
SERVICIO PÚBLICO

### 2.1. QUIÉNES SOMOS

**M**ercados Centrales de Abastecimiento de Granada, S.A. (en adelante, Mercagranada) es una sociedad de capital público. Su accionariado lo compone el Excmo. Ayuntamiento de Granada (en un 51,29 %) y la Empresa Nacional Mercasa (con un 48,71 %), integrada esta, a su vez, en el grupo de empresas Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), adscrita al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, con dependencia directa del Ministro.

Mercagranada tiene encomendado, como organismo público, la promoción y explotación de los Mercados Mayoristas de la ciudad de Granada así como la mejora de todos los órdenes del ciclo de comercialización de los productos alimenticios perecederos.

El Consejo de Administración está compuesto por entidades de carácter público.



Mercagranada presta servicios a más de 115 empresas establecidas en el recinto de la Unidad Alimentaria. Entre los mismos, destacamos:

- **Operadores Alimenticios** mediante licencias administrativas de ocupación en naves de Frutas y Hortalizas, Pescados y Polivalencia
- **Servicios de frío en cámaras** de mantenimiento de productos perecederos
- **Venta de hielo en escamas**
- **Alquiler de módulos** en naves industriales
- **Alquiler de locales de negocio** en Zona de Actividades Complementarias
- **Alquiler de oficinas** y derechos de superficie
- **Control de accesos. Servicio 24 horas, 365 días del año**
- **Vigilancia y Seguridad.** Mediante personal adscrito a los Mercados y a través de un sistema de Video vigilancia.
- **Limpieza**
- **Gestión de residuos:** retirada, separación y tratamiento.
- **Parking** abonado o por horas para camiones, autobuses y caravanas.
- **Depuración de aguas residuales.**
- **Auto lavado** para camiones, autobuses, caravanas, turismos y vehículos industriales.
- **Formación**
- **Servicios de marketing integrado.** Club de fidelización usuarios y Mercalink

- **Organización de jornadas** de promoción comercial
- **Cesión de la infraestructura necesaria** para el desarrollo de la actividad de la Fundación Banco de Alimentos de Granada.
- **Organización de visitas para formar a la infancia** en el consumo responsable de alimentos, en la gestión medioambiental sostenible y en las labores sociales benéficas que afectan a colectivos desfavorecidos, colaborando para ello con Banco de Alimentos de Granada.

#### Otros servicios que puede encontrar en Mercagranada:

- **Servicio de lavado** de camiones, autobuses, caravanas, turismos y vehículos industriales.
- **Gasolinera en el acceso**
- **Bar-cafetería/s.**
- **Entidad financiera**
- **Estanco y Gestorías.**



**Adolfo Orti  
García-Vicente**  
Director - Gerente  
de Mercagranada S.A.

### 2.2. LOCALIZACIÓN (DOMICILIO SOCIAL)

Mercagranada está situada en:  
Ctra. Badajoz-Granada, Km 436, 18015 GRANADA

Información de contacto:

Web: [www.mercagranada.es](http://www.mercagranada.es),  
Teléfono: 958276300,  
Fax: 958276208  
E-Mail: [info@mercagranada.es](mailto:info@mercagranada.es).  
Facebook: [facebook.com/mercagranadasa](https://www.facebook.com/mercagranadasa)  
Twitter: @mercagranadasa



### 2.3. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN

	2013	2014	2015
Hectáreas que ocupa el polígono	27,4922	27,4922	27,4922
Valor activos fijos NETOS (€)	9.886.385,06 €	9.689.676,92 €	9.433.597,36 €
Número de empleos directos	27	25	23
Facturación Empresa IVA incluido (€)	3.668.945,15 €	3.779.540,21 €	3.661.354,40 €

### 2.4. AMBITO DE OPERACIÓN (ZONA DE INFLUENCIA)

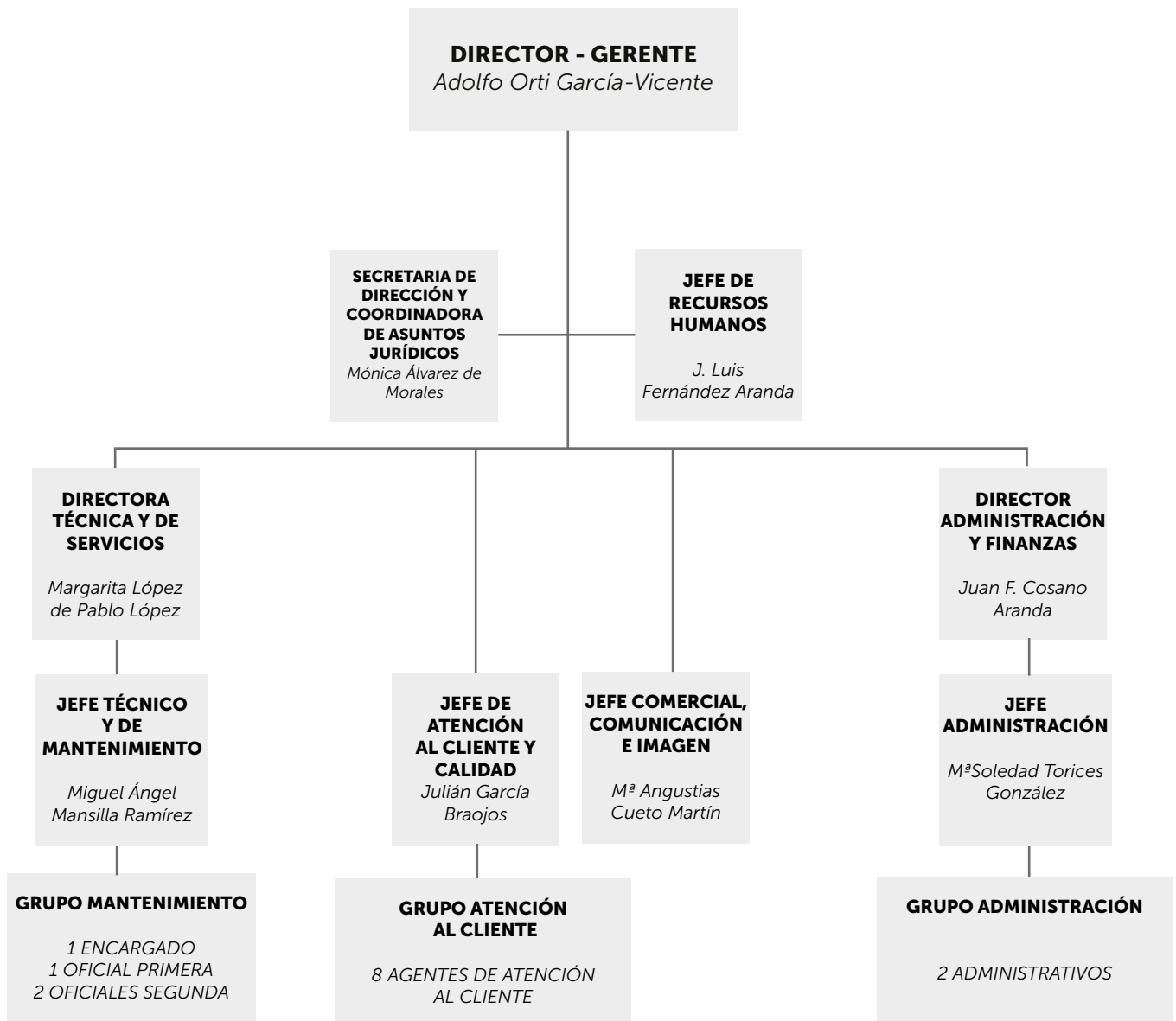
La zona de influencia de Mercagranada abarca toda la provincia de Granada y zonas limítrofes de las provincias de Córdoba, Málaga, Jaén y Almería.

## 2.5. COMPOSICIÓN ÓRGANOS DE GOBIERNO A 31 DE DICIEMBRE DE 2015

<b>CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>PRESIDENTE</b>	
Excmo. Sr. D. José Torres Hurtado	Excmo. Ayuntamiento de Granada
<b>VICEPRESIDENTE I</b>	
D. Manuel Estrada - Nora Rodríguez	Empresa Nacional MERCASA
<b>VICEPRESIDENTE II</b>	
D. Telesfora Ruiz Rodríguez	Excmo. Ayuntamiento de Granada
<b>SECRETARIO NO CONSEJERO</b>	
D. Miguel Ángel Redondo Cerezo	Excmo. Ayuntamiento de Granada
<b>VOCALES</b>	
D. Ruyman Francisco Ledesma Palomino	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D. Manuel José Olivares Huertas	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D <sup>a</sup> . Marta Gutierrez Blasco	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D <sup>a</sup> . Raquel Ruz Peis	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D. Manuel López Mora	Empresa Nacional MERCASA
D <sup>a</sup> . Silvia Llerena Muñoz	Empresa Nacional MERCASA
D. José Luis Illescas Llanos	Empresa Nacional MERCASA
D <sup>a</sup> . Vanessa Moreno Vincent	Empresa Nacional MERCASA

<b>COMITÉ DE DIRECCIÓN</b>	
Sr. D. Adolfo Orti García-Vicente	Director-Gerente
Sra. D <sup>a</sup> . Margarita López de Pablo	Directora Técnica y de Servicios
Sr. D. Juan F. Cosano Aranda	Director de Administración y Finanzas

## 2.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



# 3. LA RSE EN NUESTRA GESTIÓN

## 3.1. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE MERCAGRANADA RESPECTO A LA RSE

La **misión** de Mercagranada es mantener y mejorar la oferta y las estructuras de los canales de distribución, de la logística, de los productos alimenticios perecederos en Granada y del área que los comprende; fomentar la transparencia, competencia y eficiencia de los mercados así como de las actividades complementarias convenientes para mejorar el servicio en beneficio del consumidor; una gestión idónea de las infraestructuras; alianzas con los distintos grupos de interés y la prestación de servicios de calidad para nuestros clientes, orientados a la rentabilidad económica esperada por nuestros accionistas y cómo no, a la responsabilidad social empresarial. Todo ello, gracias a un equipo humano comprometido y satisfecho.

La **visión** de Mercagranada es ser un referente como Centro Logístico y de Servicios especializado en alimentación de la zona de Andalucía Oriental. Por esto, se apuesta por la calidad de los servicios prestados a los clientes en base al desarrollo de nuevas líneas de negocio; por el reconocimiento y el trato a los proveedores; por el fomento de la responsabilidad social empresarial, gestionando eficientemente con la intención de aportar rentabilidad a la inversión de los accionistas; y estableciendo una colaboración fluida con el conjunto de la red de mercas, tanto a nivel profesional como humano.

### 3. LA RSE EN NUESTRA GESTIÓN

Nuestros **valores**, en relación a nuestra misión y nuestra visión, son los siguientes:

- Compromiso de servicio público con calidad y eficiencia
  - Responsabilidad social y medioambiental
  - Creatividad e innovación
  - Orientación al cliente
  - Orientación a resultados
  - Eficiencia y transparencia en la gestión
  - Superación y mejora constante en las personas de la organización
  - Comportamiento ético en las relaciones
- Trabajo en equipo

Tras haber definido y alcanzado como uno de los objetivos prioritarios del Plan 2012-2014, **fomentar la Responsabilidad Social y Medioambiental**, se decide para el período estratégico 2015-2017, enfocar nuestras líneas de visión - del grupo de interés Sociedad - al fomento de la Responsabilidad social, medioambiental y de la innovación y también, al fortalecimiento de las relaciones con Instituciones, empresas y colectivos ciudadanos del entorno.

Estas estrategias, desarrolladas con y por Objetivos Estratégicos, se concretan en diversos planes de acción:

- Participación y difusión de programas sociales
- Participación y difusión de programas medioambientales
- Participación y difusión de programas de investigación, innovación y/o desarrollo
- Identificación y desarrollo de acuerdos con Instituciones, empresas y colectivos del entorno.



## 3.2. PERFIL DE LA MEMORIA

**L**a presente memoria de Responsabilidad Social Empresarial abarca el ejercicio 2015 y es la cuarta consecutiva desarrollada por **Mercagranada, S.A.**

De nuevo, expresamos nuestro propósito de continuar publicándola en el futuro, anualmente y bajo las directrices estipuladas por la metodología GRI.

## 3.3. ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

**M**ercagranada, S.A., tiene la misión de asegurar el abastecimiento al por mayor de artículos alimenticios perecederos de primera necesidad, frescos, refrigerados y congelados en el entorno de la provincia de Granada y el resto de su zona de influencia. Así, se garantiza la calidad de los productos ofrecidos: su peso o medida, precios razonables y la libre competencia entre los suministradores. La organización y el buen funcionamiento de los Mercados mayoristas de Frutas, Hortalizas, Pescados y Actividades Polivalentes de la Unidad Alimentaria, incluyendo a todas sus instalaciones complementarias. (Z.A.C.), es, por tanto, fundamental en la consecución de esta tarea.

Durante 2015 y bajo el modelo EFQM de excelencia en la gestión, Mercagranada ha desarrollado un nuevo Plan Estratégico para el período 2015-2017, el cual comprende unas estrategias, objetivos estratégicos, planes de acción y procesos, medibles según ciertos indicadores certificados y reconocidos en esta Memoria.

**“Garantizamos  
la calidad  
de los productos  
ofrecidos”**

## 3.4. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RESPECTO AL AÑO ANTERIOR



### Nuevos Convenios en materia de Responsabilidad Social:

- **Convenio con el centro Tecnológico de Química de Cataluña**, para que alumnos de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona realicen estudios de mejora en Eficiencia Energética durante el curso escolar 2015-2016.
- **Se ha colaborado en 10 eventos sociales**, promotores de vida saludable y práctica deportiva, entre los que destacamos; la Universiada, la Media Maratón Ciudad de Granada, un evento en el Mercado de San Agustín ( campaña europea "Me gusta mi Mercado") y la jornada "InterVegas", entre otros.



**Visitas colectivas infantiles:** Durante 2015 han participado y visitado la Unidad Alimentaria 50 colegios de Granada y provincia con un total de 3.449 escolares, como parte del programa nutricional "Conoce Mercagranada y los Alimentos", plan de apoyo a la dieta sana en la infancia, fomentando el consumo de productos frescos y la práctica del deporte. Se incluyeron y mantienen nuevos temas de interés para los alumnos sobre educación medioambiental, la correcta separación de residuos y su consecuente repercusión en el cuidado del medio ambiente y también sobre las alergias alimentarias.



**Separación y tratamiento de residuos:** La media de separación de residuos se ha consolidado por encima del 70%. Las campañas de concienciación, los convenios firmados con operadores y las gestiones realizadas con los gestores de residuos han resultado en una tasa de separación en 2015 del 73,20%, esto es, casi 15 puntos por encima de la media española de separación, según fuentes del Ministerio de Agricultura. Con la materia orgánica (65% del total separado), realizamos compostaje, en colaboración con la empresa Biomasa del Guadalquivir. Se valorizan y/o reutilizan el resto de productos separados; cartón, madera, plástico, etc.



**Reducción consumo de energía eléctrica,** como resultado de las inversiones realizadas en los últimos meses de 2014 en medidas de eficiencia energética. Se instalaron nuevas luminarias de bajo consumo en las farolas de los viales y los voladizos de las naves, que han producido un ahorro en el consumo eléctrico de 30.000 Kwh (3,65%) sobre el año anterior.



## “fomentamos el consumo de productos frescos y la práctica del deporte”

**Banco de Alimentos.** Mercagranada ha continuado colaborando con el Banco de Alimentos (en adelante BdA) durante 2015. El volumen de alimentos gestionados por esta ONG en dicho ejercicio, fue de 4.707 toneladas. La superficie comercial cedida al banco de alimentos por Mercagranada es de 540 m2, en seis módulos de la nave de Polivalencia. Dicha superficie tiene un valor comercial anual de 40.018 €. Además, Mercagranada ha colaborado activamente con el BdA creando eventos que han generado donaciones directas y participado y difundido en sus medios de comunicación los que esta ONG ha promovido.



### 3.5. RECONOCIMIENTOS Y DISTINCIONES

**Mercagranada S.A.**, renueva su compromiso de colaboración con la labor que realiza la Fundación Banco de Alimentos de Granada. Nuestra colaboración, como la de otras empresas e Instituciones, contribuyó al desarrollo de la mejor labor del BdA, lo que fue reconocido con la concesión del premio Príncipe de Asturias a la Solidaridad, en 2012.

Mercagranada S.A. ha visto en 2015, reconocida su labor en pro de la **Prevención de Riesgos Laborales**, con la concesión del **Premio Baró MC MUTUAL**.



# 4. RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés son aquellas partes de la organización y tareas de la misma, afectadas - y por ello a tener en cuenta - por su influencia en la estrategia, gestión, operaciones y todo el conjunto de acciones de las que Mercagranada es responsable.

## CLIENTES

**CLIENTES INTERNOS:** Clientes Operadores o mayoristas ubicados en la Unidad Alimentaria.

**CLIENTES EXTERNOS:** Clientes detallistas o minoristas que se acercan periódicamente a la Unidad Alimentaria a comprar productos y/o utilizar servicios en las empresas ubicadas en la Unidad Alimentaria Mercagranada.

**RESTO DE CLIENTES:** usuarios de empresas de servicios, como entidades de crédito, lavado y engrase, cafeterías, gestorías, estanco, informática, etc.

## PERSONAL

DIRECTIVO Y RESTO DE PERSONAL

DELEGADOS DE PERSONAL

## SOCIEDAD

CONSUMIDORES DE GRANADA Y ÁREA DE INFLUENCIA

INSTITUCIONES Y ORGANISMOS PÚBLICOS.

## ACCIONISTAS

EMPRESA NACIONAL MERCASA

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE GRANADA

## PROVEEDORES

En Mercagranada se han establecido diferentes canales y mecanismos para articular el dialogo con cada uno de los grupos de interés. Toda la información recopilada y analizada como consecuencia de esta interacción condiciona las directrices o iniciativas a desarrollar en materia de RSE.

Por otro lado, Mercagranada permanece alerta a los cambios que, normativamente, pueden impactar en las relaciones con los grupos de interés, adecuando estas relaciones a las modificaciones legislativas o reglamentarias.



Empresas

Promoción

Etiquetado

Seguridad

Variedad

Frutas

Concentración

Servicios

# 5. COMPROMISO CON EL EQUIPO HUMANO

## 5.1. OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Entre los objetivos más importantes podemos señalar:

**OBJETIVOS SOCIALES:** Ofrecer fuentes de empleo a la sociedad, fomentar la igualdad entre hombres y mujeres así como conciliar la vida laboral y familiar.

**OBJETIVOS FUNCIONALES:** Contribución de los Recursos Humanos en un nivel adecuado a las necesidades de la compañía, tanto a nivel formativo como atrayendo candidatos potenciales a través de las distintas fuentes de reclutamiento.

**OBJETIVOS PERSONALES:** Para que la fuerza de trabajo se pueda mantener, retener y motivar es necesario satisfacer las necesidades individuales de sus integrantes; necesidades económicas, de reconocimiento, de promoción y desarrollo profesional.



## 5.2. PLAN DE FORMACIÓN

La formación realizada durante el periodo 2015 supone una continuación del plan formativo 2014 realizado teniendo en cuenta el resultado y las áreas de mejora en la Evaluación del Desempeño.

La formación siempre ha sido un plan de acción ambicioso dentro de los objetivos marcados por la Dirección, habiendo superado en 2015 las expectativas de mejora, tanto en el porcentaje de formación realizada como en la calidad de los cursos.



Cursos impartidos durante el ejercicio según Plan de Formación:

**Sobre competencias Técnicas y de Gestión:**

- Curso Acces Avanzado
- Marketing Digital
- Programación Web Con Php
- Curso En Recursos Humanos
- Prevención de Riesgos Laborales Específicos
- Dirección de Proyectos
- Curso De Habilidades Directivas
- Prevención de Riesgos Penales
- Formación En Valores De La Empresa
- Técnico Dirección, Liderazgo Y Dirección De Equipos
- Habilidades En La Comunicación
- Técnicas Administrativas Y Oficina
- Técnico en Gestión Contable Y Fiscal
- Experto en Controller Financiero
- Excelencia en EFQM (Básico)
- Formación EFQM (Superior)
- Contabilidad Financiera

**Sobre Prevención de Riesgos Laborales:**

- Curso Básico Plaguicidas
- Curso Superior de Plaguicidas
- Seguridad, Medio Ambiente, Limpieza e Higiene

INDICADOR	2014	2015
Número medio de horas de formación por persona	85.37 h	91.00 h.
El porcentaje del personal que ha realizado formación	88.00 %	100.00 %
El porcentaje de inversión en formación s/de la masa salarial	0.71 %	0.33 %
Eficiencia de la formación, medida por la obtención de certificados de aptitud/diplomas	100.00 %	100.00 %

### 5.3. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

**E**n los meses de noviembre y diciembre se ha realizado la Evaluación del Desempeño por Competencias del personal de Mercagranada S.A.

La evaluación del desempeño es un proceso sistemático y periódico de estimación cuantitativa y cualitativa del grado de eficacia con el que los empleados llevan a cabo las actividades y responsabilidades de los puestos que desarrollan.

### 5.4. CLIMA LABORAL Y SATISFACCION DEL EMPLEADO

**E**l Clima Laboral y la satisfacción es producto de las percepciones matizadas por las actividades, interacciones y experiencias de cada uno de los miembros relacionadas con el sentimiento o estado de ánimo. El Clima, junto con la estructura, características organizacionales y las personas que la componen forman un sistema interdependiente altamente dinámico que tiene un impacto directo en los resultados de la organización.

INDICADOR	2014	2015
Resultado encuesta sobre clima y satisfacción laboral del empleado	82.06 %	75.30 %



## 5.5. PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES:

**M**n los meses de noviem MERCAGRANADA, S.A. aplica las medidas que integran el deber general de prevención, con arreglo a los siguientes principios generales:

- Evitar los riesgos y evaluar aquellos que no se puedan evitar.
- Combatir los riesgos en su origen.
- Adaptar el trabajo a la persona, en particular en lo que respecta a la concepción de los puestos de trabajo, así como a la elección de los equipos y los métodos de trabajo y de producción, con miras, en particular, a atenuar el trabajo monótono y repetitivo y a reducir los efectos del mismo en la salud.
- Tener en cuenta la evolución de la técnica.
- Sustituir lo peligroso por lo que entrañe poco o ningún peligro.
- Planificar la prevención, buscando un conjunto coherente que integre en ella la técnica, la organización del trabajo, las condiciones de trabajo, las relaciones sociales y la influencia de los factores ambientales en el trabajo.
- Adoptar medidas que antepongan la protección colectiva a la individual.
- Dar las debidas instrucciones a los trabajadores.

Hay que destacar en este apartado, como un reconocimiento especial, el premio "Antonio Baró" otorgado por MC-PREVENCIÓN a la labor realizada en Prevención de Riesgos Laborales en Mercagranada S.A.

INDICADOR	2014	2015
Índice de siniestralidad por accidente	0.00 %	0.00 %
Porcentaje de trabajadores que han recibido formación en PRL	64.67 %	48.15%



## 5.6. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

**E**l derecho a la igualdad de trato y a la no discriminación, es decir, el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres establecido en los artículos 14 y 9.2 de la Constitución Española, esenciales para construir una sociedad justa, social y económicamente desarrollada, cohesionada y libre, supone una inquietud esencial para nuestra organización. Por ello, estos principios vienen recogidos en el Convenio Colectivo y en el Código de Conducta y Buenas Prácticas.

## 5.7. INDICADORES SOCIALES

INDICADOR	2014	2015
Personal indefinido a jornada completa	72.41 %	74,07 %
Personal de relevo por jubilación parcial y de duración determinada	27.59 %	22,22 %
Porcentaje de mujeres en plantilla	24.25 %	22,22 %
Porcentaje de mujeres en el Comité de Dirección	33,33 %	33,33 %

NOTA: Los trabajadores fijos a tiempo parciales y los relevistas computan por enteros



INDICADOR	2014		2015	
	H	M	H	M
Trabajadores fijos en plantilla	16	5	15	5
Trabajadores fijos a tiempo parcial (jornada 15, 25 y 50 %)	4	0	4	1
Trabajadores temporales con contrato de relevo (jornada 75 %)	3	0	1	0
Trabajadores temporales duración determinada (jornada 50, 100 %)	1	0	1	0

## 5.8. CONDICIONES SOCIOLABORALES

**M**ediante sistemas protocolizados Mercagranada S.A. ha definido, junto con la Gerencia y el Comité de Dirección, los criterios con los que se decidirá actuar en los distintos reconocimientos que tiene establecidos para sus empleados.

Estos reconocimientos se establecen como una política permanente en la empresa como instrumento para garantizar que el personal se comprometa con la misión, visión y valores de la empresa en los que están implícitos el crecimiento, productividad y eficiencia de la organización.

En el año 2015, independientemente de los ya establecidos en años anteriores, se han definido e implantado los siguientes nuevos reconocimientos:

- Reconocimiento al Trabajo Excepcional
- Reconocimientos a la Prevención de Riesgos Laborales
- Reconocimiento a los cuarenta años de servicio en la empresa

También durante este periodo, y a partir del mes de abril, se ha procedido a la externalización del servicio de Nóminas y Seguridad Social, mediante adjudicación a través de licitación pública.



## 5.9. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL

La conciliación familiar se encuentra regulada en el artículo 12 de nuestro Convenio Colectivo, refiriéndose fundamentalmente a los periodos de lactancia y guarda legal.

## 5.10. DERECHOS HUMANOS

A finales de diciembre de 2015 tuvo lugar la primera actualización del Código de Conducta y Buenas Prácticas de Mercagranada S.A. siendo la integridad, la honestidad, el trato justo y el pleno cumplimiento de todas las leyes aplicables las que han guiado nuestras prácticas comerciales.

El Código de Conducta y Buenas Prácticas tiene por objeto definir los principios, criterios e instrumentos que permitan incrementar los niveles de transparencia en la gestión, así como el comportamiento ético de los trabajadores.



## 6. CLIENTES

El pilar principal de la actividad empresarial de Mercagranada son nuestros clientes y por ello, uno de los principios básicos que permanentemente se hace presente en las actividades que desarrollamos es la orientación a ellos. Entendemos la calidad como satisfacción no sólo de sus necesidades, sino también de sus expectativas.



### 6.1. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La empresa trabaja en asegurar a los clientes la calidad de los productos y servicios que ofrece, la confidencialidad de los datos y los mecanismos para que puedan manifestar las quejas, opiniones o sugerencias.

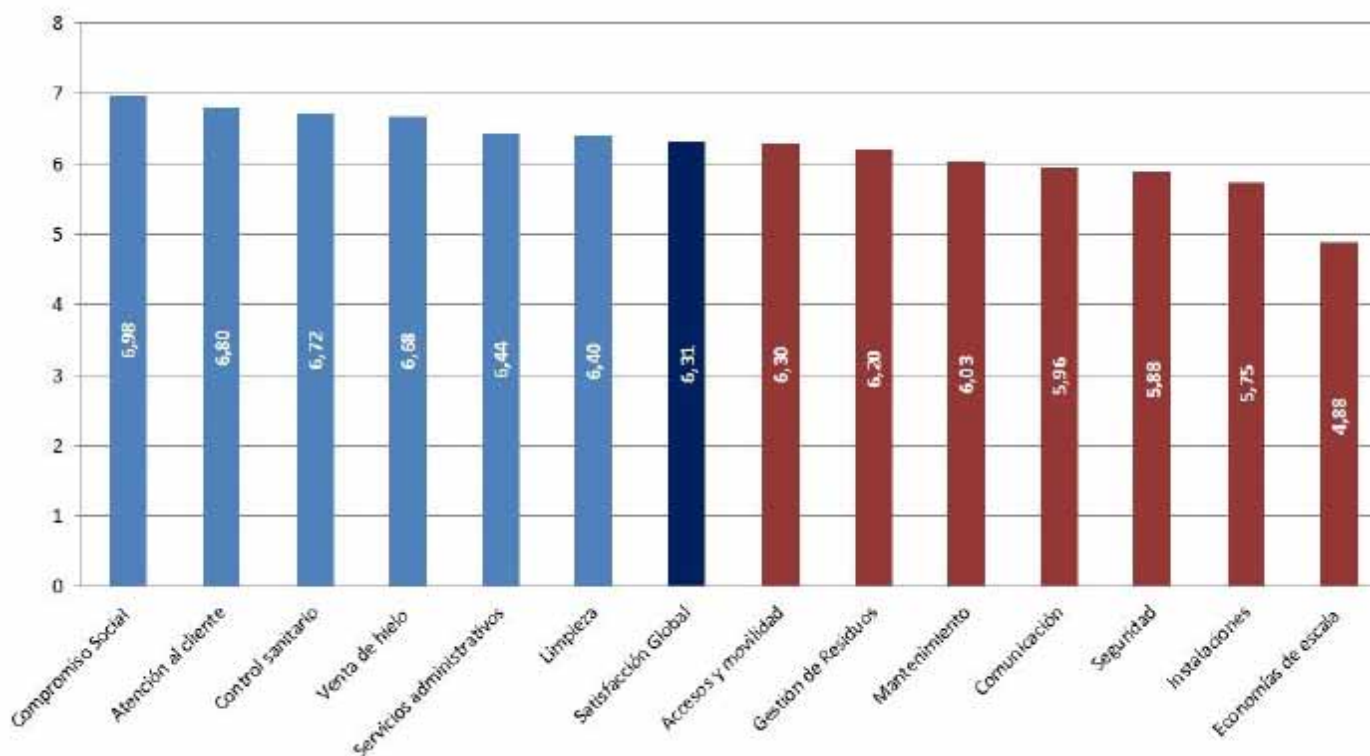
#### 1.- Practicas para evaluar la satisfacción de los clientes:

La evaluación está sistematizada a través de un procedimiento de "Encuesta de Satisfacción del Cliente", con el fin de obtener resultados medibles y cuantificables que permitan realizar un seguimiento del nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios prestados e identifiquen los servicios y/o aspectos susceptibles de mejora en base a las necesidades del cliente, para contribuir, tanto a su mejora como a la mejora del sistema de gestión.

En el ejercicio 2015 se ha realizado una encuesta en el mes de Noviembre, a través de la cual se han obtenido los siguientes resultados:



## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES 2015



En 2015, se obtuvo una Satisfacción Global, de 6,31 (sobre 10).

La evolución de la satisfacción del cliente se mantiene en el rango de los 6-7 puntos sobre 10 de 2012 a 2015.

### 2.- Número de quejas recibidas por parte de los clientes durante el año:

En 2015, se han registrado 7 Quejas y Reclamaciones.

**mejoramos  
en base a las  
necesidades  
del cliente**

## 6.2. APOSTANDO POR NUESTROS CLIENTES Y LA TECNOLOGÍA

**P**ara mejorar la gestión operativa y comunicación entre las áreas de la empresa, durante el 2015 se vuelven a realizar mejoras sobre el software de gestión de incidencias y Partes de trabajo (Mercagest), para incorporar aspectos de gestión de cobro y seguimiento de líneas de negocio.

Del mismo modo, Mercagranada, consciente de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, impulsa la utilización de estas nuevas tecnologías a través del desarrollo de una plataforma de **Oficina Virtual**, cuyo objetivo es ofrecer oportunidades de mejora de los servicios

ofrecidos, reforzar los procesos y apoyar las políticas de comunicación, de modo que se favorezca el desarrollo social y el crecimiento económico, dos de los pilares básicos del desarrollo.

Por el mismo motivo, se implanta **Mercalink**; un portal online que favorece la promoción en el entorno online, de cada una de las empresas inscritas. Estas empresas pueden ser mayoristas, detallistas, grandes y pequeños comercios de la provincia y todo el sector hostelero y de restauración.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de empresas adheridas al portal	203 establecimientos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 86 Comercios detallistas</li> <li>• 53 Establecimientos de hostelería</li> <li>• 55 Operadores de Mercagranada</li> <li>• 9 productores</li> </ul>
Recursos destinados a la Comunidad	3.800 €

Establecimiento de nuestro **Portal de la Transparencia**, dando cumplimiento a la Ley 19/2013 de 9 de diciembre, que tiene como fin garantizar nuestro compromiso con la sociedad de publicar y compartir toda la información de nuestro Centro Logístico y de Servicios. Con nuestra Presencia en las principales redes sociales, queremos estar siempre cerca de nuestros clientes y darnos a conocer a toda la sociedad.



El **diseño web RWD** (Responsive Web Design) tiene como objetivo que con un solo diseño web se tenga una visualización adecuada en cualquier dispositivo como tabletas, teléfonos inteligentes, libros electrónicos, portátiles, PC, etc. Independientemente del tamaño de pantalla, resolución, potencia de CPU, capacidad de memoria, entre otras.

## 6.3. INTERCOOPERACIÓN

**M**ercagranada apuesta por la colaboración e inter-cooperación entre empresas y organizaciones a objeto de crear sinergias laborales y generar economías de escala que aporten un valor añadido, tanto para las entidades como para los grupos de interés. Estos convenios suponen un beneficio bilateral.

Por ello, llevamos más de 17 años suscribiendo convenios para disfrute de clientes y trabajadores, con el punto de mira en la sociedad. Actualmente

mantenemos en vigor un total de 40 convenios firmados con diferentes organismos, empresas e Instituciones.

Los acuerdos y colaboraciones que se han suscrito en el año 2015 aparecen reflejados en la siguiente tabla:

ENDESA	Soterrado cableado	19 de febrero de 2015
LABOGRAN	Vestuario laboral	22 de mayo de 2015
FESTIVAL DE DANZA DE GRANADA	Colaboración en desarrollo actividades del festival	17 de junio de 2015
UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI	Proyecto/Estudio del potencial de mejora de la eficiencia energética	17 de noviembre de 2015

## OFICINA VIRTUAL

24 horas a tu lado

- Gestión de perfil personal
- Ver y descargar facturas
- Solicitar alta de vehículo autorizado
- Gestionar incidencias
- Cumplimentar solicitudes on-line
- y muchas más gestiones administrativas

*Comparte tu experiencia*

Solicita tu clave de acceso a **clientes@mercagranada.es** o a tu **Agente de Atención al Cliente**

**MERCAGRANADA MÁS  
CERCA DE TI**

# 7. PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL

En Mercagranada trabajamos con el objetivo de fomentar la Responsabilidad Social y Medioambiental. Este compromiso implica un uso racional de los recursos existentes gracias a una gestión medioambiental caracterizada por la innovación constante.



Las estrategias, objetivos y planes de acción desarrollados en este periodo estratégico 2015-2017 en relación con el medioambiente son varias:

ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PLAN ACCIÓN
Optimización de gastos	Optimizar costes internos	Optimizar el consumo eléctrico
Fomentar la Responsabilidad social, medioambiental e innovación	Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial y de la innovación	Participación y difusión de Programas de investigación, innovación y/o desarrollo  Participación y difusión de Programas Medioambientales
Fortalecimiento de las relaciones con instituciones, empresas y colectivos ciudadanos del entorno	Desarrollar alianzas con instituciones, empresas y colectivos del entorno.	Identificar y Desarrollar acuerdos con instituciones, empresas y colectivos del entorno

## 7.1. GASTOS DE EXPLOTACIÓN EN MEDIOAMBIENTE 2015

GASTOS DE EXPLOTACIÓN EN MEDIOAMBIENTE 2015 EXPRESADOS EN €	2013	2014	2015
Limpieza, desinfección y recogida de residuos dentro de la U. A.	431.919,09 €	434.323 €	432.043 €
Tasa Municipal por transporte y tratamiento de residuos en la planta de tratamiento de Alhendín	38.977,46 €	41.237 €	40.791 €
Coste de tratamiento residuos orgánicos para su compostaje	25.726,82 €	26.986 €	26.159 €
Alquiler de compactadores para residuos en punto de vertido: alquiler compactador cartón incluida retirada	3.215 €	2.340 €	2.340 €
Maderas: Trituración y retirada	0 €	0 €	0 €
Desratización, desinsectación, Prevención y tratamiento anti Legionelosis en las instalaciones de la U.A.	4.703,64 €	4.996 €	6.108 €
Amortización punto de vertidos	3.659,20 €	3.659,20 €	3.665,86 €
Amortización Depuradora	7.533,67 €	7.282,67 €	8.375,11 €

INGRESOS POR SEPARACION DE RESIDUOS	2013	2014	2015
Ingresos reciclaje cartón	2.985,70 €	1.909,82 €	2.991,41 €
Ingresos reciclaje plástico	358,77 €	0 €	0 €

## 7.2. PROYECTOS DE COLABORACIÓN EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

### CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI



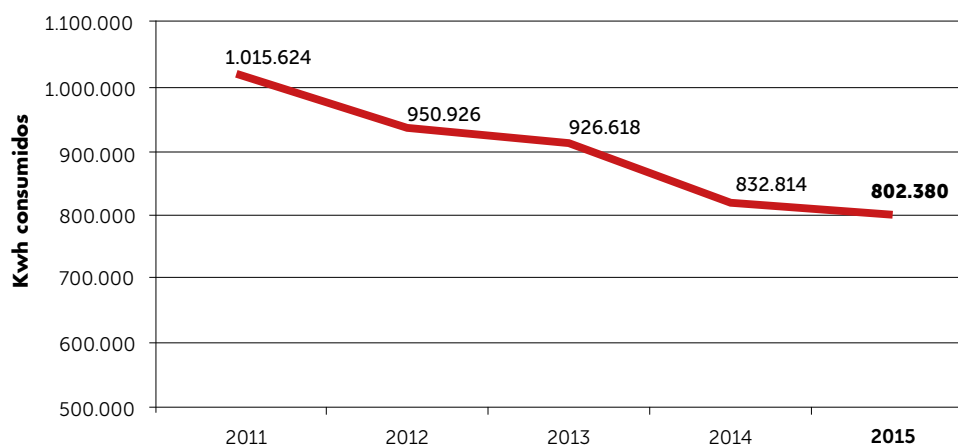
En noviembre de 2015 se ha firmado un convenio con la Universidad Rovira i Virgili, para que alumnos de post-grado analicen en sus masters de fin de curso, el potencial de mejora en eficiencia energética en MERCAGRANADA, S.A, a partir de enero de 2016.

## 7.3. INDICADORES MEDIOAMBIENTALES

### 7.3.1. CONSUMOS DE ENERGÍA Y AGUA

Nuestra política medioambiental presta especial atención a la disminución progresiva de los consumos de electricidad y agua. Sin embargo, durante el año 2015 se han producido varias averías importantes en la red de abastecimiento de agua, debido a la antigüedad de las mismas, unido a que Granada es una zona sísmica y en 2015 se han producido varios terremotos de magnitudes entre 3 y 3.7 que han afectado a nuestras redes.

**EN3: CONSUMO ELÉCTRICO EN MERCAGRANADA**



Las inversiones realizadas durante 2014, han conseguido que el consumo eléctrico haya disminuido en 2015 en un 3.65 %. Esta disminución no ha sido mayor debido a las altas temperaturas del verano de 2015 y a las reparaciones de suelos y pintura de paredes realizadas en las cámaras frigoríficas de las naves.

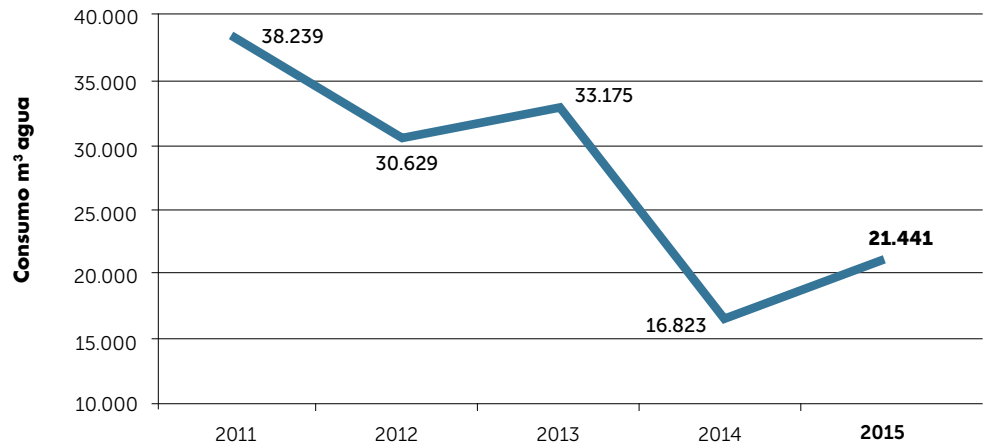
Durante 2015 se han justificado ante la agencia Andaluza de la Energía dos expedientes de subvención relacionados con la Eficiencia energética:

- Expediente nº: 395435 GP por el cambio de luminarias de 2014 a led.
- Expediente nº 359.744 GP por los equipos de eficiencia energética instalados en 2013.



Durante 2015 se han producido varias averías en la red de abastecimiento de agua potable que han dado lugar al aumento en el consumo total de agua. Las mismas se han producido en:

### COSUMO M<sup>3</sup> AGUA POTABLE



FECHA REPARACIÓN AVERÍA	Zona de Avería	m <sup>3</sup> estimados perdidos hasta que se detecta y arregla avería
4 febrero 2015	Entrada Nave Pescados	428 m <sup>3</sup>
22 Junio 2015 25 Agosto 2015	Entrada Nave Pescados	980 m <sup>3</sup>
25 Agosto 2015	Entrada Parcela 16	3050 m <sup>3</sup>
26 Noviembre 2015	Entrada Nave Pescados	910 m <sup>3</sup>
<b>TOTAL</b>		<b>5.368 m<sup>3</sup></b>

En 2015 se han detectado además 78 averías de cisternas, grifos y pedales de lavabo que han sido reparadas, estimando aproximadamente 78 m<sup>3</sup> perdidos.

El consumo de 2015 restando estas averías hubiese sido de 15.995 m<sup>3</sup>.



## 7.3.2. RESIDUOS PRODUCIDOS

**E**n la unidad alimentaria se realiza de forma continuada una amplia labor de separación y clasificación de residuos, lo que permite reducir las toneladas llevadas a vertedero y aumentar las de reciclaje. El nivel de separación de residuos ha alcanzado un valor por encima del 72%, siendo en 2015 del 73.20 %, consolidándonos como una de las Unidades Alimentarias de referencia en España en materia de reciclaje.

La media de separación de estos últimos años en torno al 74 % es notablemente superior a la media Española publicada por el Ministerio de Agricultura en el año 2.013, que fue del 15 %. Las campañas de concienciación, los convenios firmados con operadores y las gestiones con los gestores de residuos, son las claves de este resultado.

La tipología de los residuos separados en Mercagranada es la siguiente:

EN22: Peso total de los residuos gestionados según tipo y método de tratamiento:

Tipo Residuos en Toneladas	2013	2014	2015
Maderas	132,9	93,38	84,54
Plásticos	2,47	0	7,86
Cartón	54,52	57,9	60,2
Orgánica	956,91	1.034,07	983,83
Resto	461,32	416,35	415,90
<b>TOTAL</b>	<b>1.608,12</b>	<b>1.601,7</b>	<b>1.552,149</b>

INDICADOR: PORCENTAJE DE RESIDUOS SEPARADOS FRENTE A RESIDUOS TOTALES PRODUCIDOS	
2013	71,31%
2014	74,20%
2015	73,20 %
Media últimos años	74,02 %

	TOTAL COSTES RESIDUOS (€)	INGRESOS CARTÓN (€)	INGRESOS PLÁSTICOS (€)
2013	67.919,28	2.985,70	358,77
2014	70.563,37	1.909,82	0
2015	70.841,00	2.991,41	0

### 7.3.3. VERTIDOS DE AGUAS RESIDUALES

Mercagranada posee planta depuradora de aguas residuales. Los m<sup>3</sup> de agua depurada en los últimos años equivalen a:

AÑO	M <sup>3</sup> AGUA DEPURADA
2013	23.080
2014	24.957
2015	26.599

Los resultados analíticos de la planta depuradora se mantienen dentro de los valores máximos permitidos, según la autorización de vertido, y no existen desviaciones destacables respecto al año anterior.



	2013					2014					2015					valor Máximo Autori- zado
	1º	2º	3º	4º	Valor medio	1º	2º	3º	4º	Valor medio	1º	2º	3º	4º	Valor medio	
DQO (mg/l)	<15	44	30	35	31	37	31	19	<15	25,5	24	6,8	50	<15	37	125
DBO5 (mg/l)	<5	11	6,4	7,2	7,4	9,3	5,2	<5	<5	6,12	6,6	<5	19	<5	12,8	25
Sólidos en sus- pensión (mg/l)	11	29	17,2	13,4	17,6	9	13,2	10,8	15,6	12,15	10,4	<15	15,2	10,8	10,93	35

Los valores recogidos en el cuadro anterior muestran nuestro compromiso con el medio ambiente ya que, mejoran sustancialmente lo exigido por **Confederación Hidrográfica del Guadalquivir**, entidad reguladora de los vertidos. El agua tratada presenta unas condiciones óptimas para su reutilización en tierras de cultivo.

El tratamiento en la planta depuradora nos permite obtener lodos que se transforman en compost o abono orgánico para cultivos. Los valores del cuadro adjunto muestran lodos que, en lugar de ser vertidos, se reutilizan.

Año	Toneladas Lodos
2013	87,91
2014	76,44
2015	98,77



## 7.3.4 PLAN DE CONTROL DE PLAGAS

**D**ebido a la especialización necesaria para el control de plagas, Mercagranada tiene externalizado el servicio. La calidad del mismo es controlada anualmente mediante una encuesta a los usuarios con objeto de medir el nivel del servicio prestado. Los resultados de los tres últimos ejercicios reflejan un índice medio de satisfacción con el servicio prestado de más del 95%.

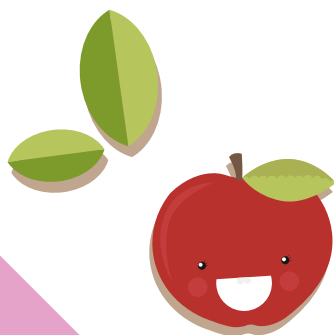
Año	2013	2014	2015
Grado de satisfacción con el servicio	96,56%	95,83%	100%

Por otro lado, a lo largo del año se realiza una evaluación del plan de Desratización. Estos son los resultados de los tres:

Año	2013	2014	2015
Presencia de roedores	Ausencia	Ausencia	Ausencia

**“mayor  
compromiso  
con el medio  
ambiente”**

# 8. GENERANDO VALOR PARA LA SOCIEDAD



## 8.1. PROGRAMA CONOCE MERCAGRANADA Y LOS ALIMENTOS

**“Conoce Mercagranada y los alimentos”** Un programa orientado a mejorar la calidad de la dieta de nuestros/as menores y educar sus hábitos en el consumo de alimentos. Al efecto, se elabora un programa de trabajo que consta de tres fases: Una primera fase, en la que optativamente, aquellos Centros que lo deseen podrán acceder a material alojado en la página web [www.mercagranada.es/conocelosalimentos](http://www.mercagranada.es/conocelosalimentos), y en la que pueden descargar material teórico relacionado con la actividad para trabajar en clase con el alumnado. Los temas a tratar inciden básicamente en el conocimiento de los/las escolares de productos frescos, clases, categorías, formas de reconocerlos y distinguirlos. Una segunda fase práctica, donde se aborda la visita a la Unidad Alimentaria y se trabajan todos los capítulos anteriores sobre el contacto directo del/la niño/a con los alimentos. Habrá una tercera fase donde se evaluará el aprovechamiento de las sesiones y donde el/la alumno/a podrá expresar sus impresiones acerca del programa.

Conocerán qué es un mercado mayorista, qué productos se venden en él, cómo se trabaja, y de dónde vienen los productos que ellos sólo conocían

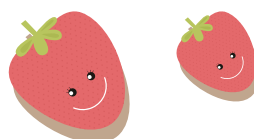


en el lineal del supermercado, haciendo hincapié en la educación nutricional de los/las menores. Además aprenderán qué es una alergia alimentaria y qué tipos hay, cómo es el proceso de separación de residuos en una Unidad Alimentaria y las similitudes y diferencias con la separación en el hogar entre otras muchas cosas.

Se persigue un aprendizaje real, con el que los/as niños/as sepan distinguir las distintas frutas, clasificarlas por su dulzura, amargura, pelarlas, mondarlas en el caso de los pescados, conocerán las diferencias entre pescado azul y el resto, su fisonomía, como evitar raspas... En definitiva, talleres donde pueden tocar, oler, gustar y sentir cada alimento. Como apoyo a todo el programa educativo **contamos con perfiles activos en facebook** desde donde tanto profesorado como familias podrán estar informados de todas las novedades de este programa, además de poder acceder a las fotografías tomadas en la unidad alimentaria durante la visita (<https://www.facebook.com/MercagranadaSA>) y Twitter (@MercagranadaSA).

Debido al éxito y a la gran acogida que tiene en nuestra ciudad y provincia, el proyecto se ha exportado a otros mercados interesados en llevarlo a cabo en sus respectivas unidades alimentarias.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº Colegios que nos han visitado	45 colegios
Charlas impartidas en colegios	5 colegios
Nº Participantes	3.449 escolares
Recursos Destinados a la Comunidad	7.049,16 €

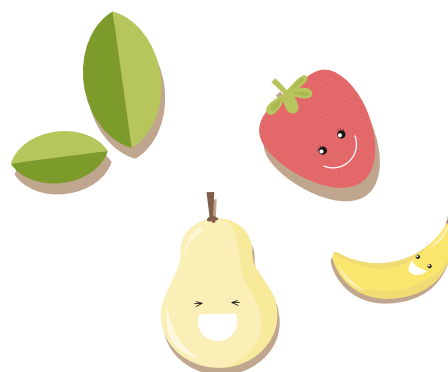


Contamos con la colaboración de la Concejalía de Educación del Ayuntamiento de Granada y de los operadores del mercado quienes aportan sus productos para los talleres de los sentidos.

Mercagranada, **reforzando su labor de responsabilidad con la sociedad** en la que opera, desde el año 2014 realiza "Charlas Educativas. En este caso, es Mercagranada quien se desplaza hacia aquellos centros que no pueden hacerlo a la Unidad Alimentaria.

La evolución del crecimiento de participantes avala el esfuerzo en intentar transmitir a los más pequeños hábitos alimentarios correctos y la satisfacción de los colegios al realizar sus visitas.

Nº NIÑOS	
2013	1.307
2014	2.987
2015	3.449



AÑO	NAVES	AULA		MATERIAL		WEB	EXPLICACIONES	VISITA	TOTAL
		FRUTA	PESCADO	ALUMNO	PROFESOR				
2013	9,63	9,42	9,42	9,30	9,30	9,57	9,90	9,63	9,50
2014	9,44	9,78	9,63	9,33	9,33	10,00	10,00	9,78	9,66
2015	9,73	9,85	9,77	10,00	10,00	10,00	9,87	9,87	9,80



## 8.2. COLABORACIÓN CON EL BANCO DE ALIMENTOS

**M**ercagranada colabora desde 1995 con esta ONG. El volumen de alimentos gestionado por el Banco de Alimentos en el año 2015, fue de 4.707 Toneladas, aportando los mayoristas de la unidad alimentaria 166 toneladas (3,53 % del total).

La superficie comercial de Mercagranada cedida al Banco de Alimentos es de seis módulos de 90 metros en la nave de Polivalencia (540 m<sup>2</sup>). La valoración económica de esta cesión es de 40.018€.

Mercagranada además, colabora activamente con el Banco de Alimentos creando y participando eventos que generan donaciones para la ONG o participando y difundiendo en nuestros medios de comunicación los que promueven directamente:

- **27 mayo**, programa de radio especial para el Banco de Alimentos en ONDA CERO
- **25 de junio**, "Paella Solidaria" para recaudar fondos en la que participaron 900 personas y se recaudaron 1.095 euros.
- **Lotería de Navidad**: Al igual que en años anteriores Mercagranada paga la impresión de las participaciones que la ONG vende para recaudar fondos.
- **Otras acciones**: Apoyo y promoción de las campañas que ellos desarrollan: "Ningún niño sin bigote", Colaboración en la Gran Recogida de Alimentos, Operaciones 'kilo' en cadenas de grandes supermercados etc.

Indicadores de Benchmarking Banco de Alimentos:

	2013	2014	2015
Toneladas enviadas por la Merca	173	226	166
Toneladas gestionadas por el Banco de Alimentos	3.725	4.840	4.707



## 8.3. OTRAS COLABORACIONES

Para la difusión de las acciones en el ámbito de la Responsabilidad Empresarial, Mercagranada, durante el año 2015, ha llevado a cabo numerosos proyectos y colaboraciones con el objetivo de ampliar y mejorar sus compromisos con la sociedad en la que opera.



### 8.3.1 MERCAGRANADA CON EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA Y LA GASTRONOMÍA GRANADINA

Desde hace más de once años, Mercagranada participa en eventos de Hostelería. Intentamos fortalecer la relación entre el canal HORECO y los operadores de la merca, a la vez que promocionar y difundir la cultura gastronómica de la ciudad de Granada.

#### Evento en Mercado de San Agustín. Campaña europea "Me gusta mi Mercado"

Organizada por Mercagranada en colaboración con el Excelentísimo Ayuntamiento de Granada, el 25 de junio tuvo lugar en el mercado de San Agustín una jornada de apoyo a la campaña mundial "Me Gusta Mi Mercado" de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas ( World Union of Wholesale Markets) y al sector HORECO, al objeto de potenciar la cultura

gastronómica de Granada.

La jornada contó con, Merca-demostraciones que daban la posibilidad al público de degustar los productos comercializados en los puestos del mercado municipal, Talleres y catas, Masterclass de cocina en directo de los cocineros granadinos 4.0 y Merca-talleres, ofrecidos por las empresas pertenecientes a la iniciativa de la marca Sabor Granada de la DIPUTACION DE GRANADA. La jornada terminó con un almuerzo cuya recaudación fue destinada al Banco de Alimentos.

Mercagranada, un año más, promueve acciones para facilitar al sector HORECO el promocionar y dar a conocer la cultura gastronómica de la ciudad de Granada.

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº de participantes	900
Nº empresas expositoras	57 San Agustín 14 Sabor Granada
Recursos destinados a la comunidad	8.120€



## 8.3.2 MERCAGRANADA CON EL DEPORTE



### 8.3.2.1. Deporte y Apoyo al programa "Me gusta mi mercado"

#### • Colaboración con la Media Maratón Ciudad de Granada y Carrera en Familia

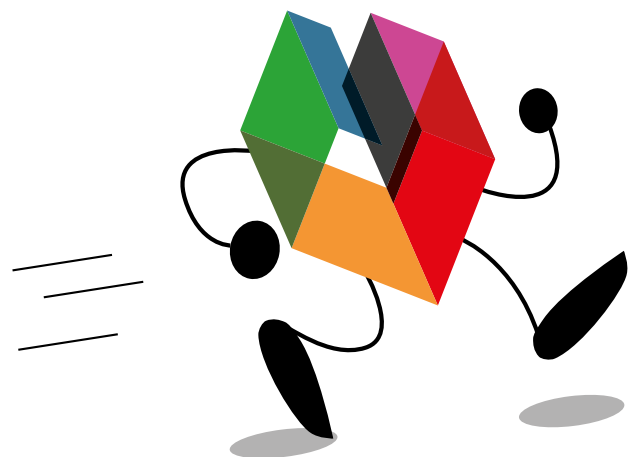
Durante los días 9 y 10 de mayo se celebró la tradicional Media Maratón Ciudad de Granada y las Carreras en Familia. Mercagranada estuvo presente promocionando la iniciativa "Me gusta mi mercado" y su programa "Conoce Mercagranada y los Alimentos" y aportando toda la fruta que consumieron los corredores.

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº de participantes Media Maratón	5.000 participantes
Nº de participantes de Carrera en Familia	1.200 participantes
Recursos destinados a la Comunidad	2.241 €

#### • Colaboración en la IX Carrera de las Fuerzas Armadas

El 30 de mayo Mercagranada volvió a colaborar aportando información sobre la importancia de una buena alimentación y su relación con el deporte y apoyando a la campaña "Me gusta mi mercado" y "Conoce Mercagranada y los Alimentos".

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº de participantes	2.900 adultos 900 niños
Nº de carreras	8
Recursos destinados a la Comunidad	1.675 €



### 8.3.2.2. Otros eventos deportivos

- **Patrocinio Gran Premio de Fondo de la Diputación de Granada**

Mercagranada ha colaborado activamente en la vigésimo octava edición del Gran Premio de Fondo Diputación-Cruzcampo. En total, han sido 15 pruebas, realizadas en 18 municipios de la provincia con 206 kilómetros recorridos y 15.808 atletas de 72 municipios de la provincia.

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº de participantes	15.808
Nº de carreras por la provincia	15
Recursos destinados a la Comunidad	7.000 €

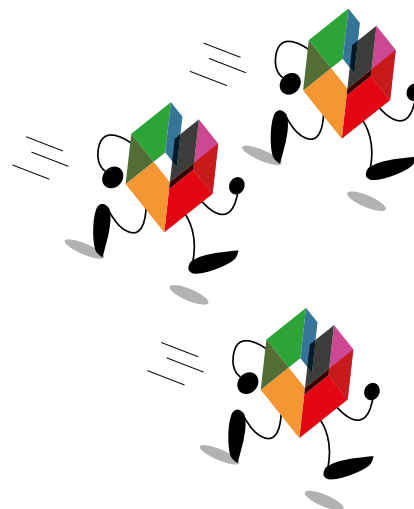
- **Colaboración en la Universiada de Granada de 2015**

Conocida como los XXVII Juegos Universitarios de Invierno, es un evento de varios deportes de invierno que tuvo lugar en la ciudad de Granada, en el mes de marzo. A lo largo de las competiciones, Mercagranada estuvo presente aportando fruta fresca a los deportistas, especialmente en la disciplina de hockey hielo.

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº de participantes	2.000
Nº de Zonas de la ciudad	Granada Capital y Sierra Nevada
Recursos destinados a la Comunidad	2.009 €

### 8.3.2.3. Otros eventos deportivos

- **Salvemos la Vega**, El 13 y 14 de noviembre.
- **I Carrera De La Cruz Roja**, 18 de octubre
- **Carrera Urbana Universidad Ciudad de Granada**, 24 y 25 noviembre
- **Festival Aires De Brasil**, del 12 al 20 de Septiembre.



## 8.4. MERCAGRANADA COMPROMETIDA CON LA EDUCACIÓN

Colaboramos con la sociedad posibilitando y mejorando la formación práctica de los estudiantes, lo que contribuye a mejorar la capacitación futura de los alumnos. Mercagranada mantiene una estrecha línea de colaboración con la Universidad de Granada, que se concreta en las siguientes acciones:

- **Estudio sobre la lealtad en los clientes minoristas de Mercagranada**

Durante el pasado mes de julio, se realizó en las instalaciones de Mercagranada una investigación, de mano de la alumna Luisa Aguado Del Barrio del Máster de Marketing y Comportamiento del Consumidor de la Universidad de Granada, sobre la formación de la lealtad en los clientes minoristas de Mercagranada, coordinada por la Responsable del Área Comercial, Comunicación e Imagen de Mercagranada.

- **Prácticas formativas para alumnos de la UGR de Granada**

Durante un periodo de seis meses un alumno de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha colaborado con las Áreas Comercial, Comunicación e Imagen y de Atención al Cliente y Calidad. Las prácticas profesionales contribuyen a la preparación profesional de los estudiantes de acuerdo a las necesidades actuales del mercado laboral, ayudándoles a su aprendizaje. Los estudiantes conocen de primera mano el día a día de una empresa y las tareas que se llevan a cabo, lo que implica, en consecuencia, una mejora de sus capacidades.



## 8.5. INDICADORES DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

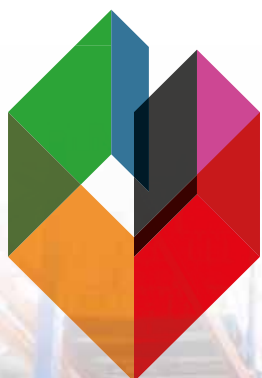
Mercagranada es consciente de la importancia de las redes sociales en la difusión, concienciación y participación de la sociedad en todas las actividades e iniciativas llevadas a cabo desde la organización. Por ello, tanto en Facebook como Twitter, se realizan campañas de sensibilización nutricional, se publican las entrevistas realizadas a los usuarios del mercado, recetas sencillas, fotografías de las visitas de los colegios, eventos relacionados con el mundo de la hostelería en Granada y otras noticias relevantes. Entendemos la importancia de educar en hábitos de vida saludable. Animamos a la sociedad a mantener una dieta equilibrada combinada con la práctica deportiva.

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº total de Apariciones en Prensa	509 apariciones
Valoración apariciones en Prensa	67.155 €
Percepción de la calidad de los servicios (encuesta clientes)	6,31

## 8.6 INDICADORES REDES SOCIALES

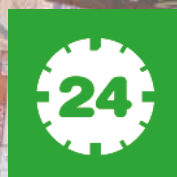
INDICADORES DE LA ACCION	
Nº seguidores Facebook	7.250 seguidores
Nº seguidores Twitter	1.549 seguidores
You tube Nº visualizaciones	554





**MERCAGRANADA**  
www.mercagranada.es

# **CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS EN ALIMENTACIÓN**



**ABIERTO  
365 DÍAS  
AL AÑO**



**PARKING  
24H**



**SEGURIDAD  
Y  
VIGILANCIA**

# **EL ESPACIO IDEAL PARA TU EMPRESA**



[/MercagranadaSA](#)



[@MercagranadaSA](#)



**958 276 300**



**comercial@mercagranada.es**

# 9. RESUMEN DEL INFORME ECONÓMICO

Las magnitudes económicas de Mercagranada, a 31 de diciembre de 2015, siguen la tendencia positiva en la evolución de resultados y la consolidación de sus rentabilidades, asegurando el principio básico de todo servicio público: cubrir los costes de explotación y cumplir con el programa de inversiones para el mantenimiento integral y efectivo del mismo, respetando los principios de sostenibilidad económica, medioambiental y social.



Un espacio ideal **para su negocio**



<b>CIFRAS DE MERCAGRANADA A 31 DE DICIEMBRE DE 2015-2014</b>		
<b>(DATOS EN EUROS REFLEJADOS EN CCAA)</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
Ingresos de explotación	3.184.528	3.218.693
Gastos de personal	(1.135.636)	(1.181.261)
Gastos de explotación	(1.423.059)	(1.375.519)
Amortizaciones (EC8)	(394.498)	(384.320)
<b>RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>231.334</b>	<b>277.593</b>
Ingresos financieros	4.393	2.184
Gastos Financieros	(69.211)	(74.568)
<b>RESULTADOS FINANCIEROS</b>	<b>(64.818)</b>	<b>(72.384)</b>
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>166.516</b>	<b>205.209</b>
<b>EBITDA</b>	<b>630.225</b>	<b>664.097</b>
<b>RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE) (EC1) Indicador de Rentabilidad = BAI / Patrimonio Neto</b>	<b>2,09 %</b>	<b>2,62 %</b>
<b>RENTABILIDAD ECONOMICA (ROI) Indicador: BAI / Activo Total</b>	<b>2,24 %</b>	<b>2,74 %</b>
<b>PRODUCTIVIDAD POR EMPLEADO (€) (EC1) Ingresos explotación/nº empleados</b>	<b>138.458</b>	<b>128.748</b>

# 10. ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI	PÁGINA
Estrategia y análisis	13/14
Declaración del más alto responsable de la organización	6
Perfil de la Organización	8
Nombre de la organización	10
Principales Marcas, productos y/o servicios	9
Estructura operativa de la organización	12
Ubicación de la sede de la organización	10
Número de países en los que la organización opera	10
Naturaleza de la titularidad y forma jurídica	8
Mercados a los que sirve la organización	10
Escala de la organización que elabora la memoria	13-14
Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	16
Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria	17
PARÁMETROS DE LA MEMORIA	6
Periodo que cubre la memoria	6
Fecha de la memoria anterior más reciente	6
Ciclo de elaboración de la memoria	6
Punto de contacto para resolver preguntas	10
Proceso para definir el contenido de la memoria	6
Cobertura de la memoria	15
Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria	15
Base para incluir en la memoria información sobre empresas conjuntas, filiales, instalaciones arrendadas, operaciones subcontratadas y otras entidades.	-

ÍNDICE GRI	PÁGINA
Explicación del sentido que tiene repetir información incluidas en memorias anteriores y razones de dicha repetición.	6
Cambios significativos respecto de periodos anteriores.	16
Índice de contenidos GRI	
GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.	18
Estructura de gobierno de la organización	11
Indicar si el Presidente del órgano superior de gobiernos es además un directivo	11
Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos	11
Mecanismos en virtud de los cuales los accionistas y los empleados pueden hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno.	-
Lista de grupos de interés que participan en la organización	18
Base para identificar y seleccionar a los grupos de interés que participarán	18
INDICADORES DE DESEMPEÑO GRI	50
EC1 RENTABILIDAD	49
EC1 PRODUCTIVIDAD	49
EC 8 AMORTIZACIONES	49
EN22 TN DE CADA TIPO DE RESIDUOS	34
EN 3 CONSUMO ENERGÍA EN KW	32
EN 21 m <sup>3</sup> AGUA DEPURADA	33
LA13 % MUJERES EN COMITÉ DE DIRECCIÓN	52
LA3 % MUJERES EN CONSEJO ADMINISTRACIÓN	52
PR6 N° APARICIONES EN PRENSA	46
PR5 % SATISFACCIÓN CLIENTES	27

# 10. TABLA DE INDICADORES CLAVE

INDICADOR	CÓDIGO GRI	VALOR
<b>ECONÓMICOS</b>		
Rentabilidad. Beneficio Neto	EC1	166.516 €
Productividad. € / empleado	EC1	138.458 €
Amortizaciones en €.	EC8	394.498 €
Residuos. Separación	EN22	74,20%
Electricidad. Kwh consumidos	EN3	832.814 Kwh
Depuración Aguas. M3 depurados	EN21	16.823 m3
Participación Mujer. % Mujeres equipo directivo	LA13	33,33 %
Formación. Nº horas formación por empleado	LA10	91 horas/empleado
Comunicación. Nº apariciones en medios de comunicación	PR6	509 apariciones
Satisfacción Clientes. % General de Satisfacción de Clientes	PR5	6,31 %

*Desde hace más de 40 años  
participamos en tu vida*

Mercagranada piensa en ti.



# MERCAGRANADA

**CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS**  
ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN

■ Referentes en  
**alimentación  
perecedera**

■ Servicios  
a empresas

■ Logística

■ Innovación

■ Atención  
al cliente

■ Responsabilidad  
social



Descubre más en  
[www.mercagranada.es](http://www.mercagranada.es)

MEMORIA DE  
**RESPONSABILIDAD**  
**SOCIAL EMPRESARIAL**  
**2015**





**MERCAGRANADA**  
www.mercagranada.es



/MercagranadaSA



@MercagranadaSA



/MercagranadaSA

Carretera Badajoz-Granada, Km. 436.  
18015 Granada  
Tlfs. 958 276 300 / 958 203 531  
Fax 958 276 208  
Email [info@mercagranada.es](mailto:info@mercagranada.es)