



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es

MEMORIA RSE 2015



MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL 2015

Índice

1. CARTA DEL PRESIDENTE / 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 / 16

- 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 / 20

5. COMPROMISO CON EL EQUIPO HUMANO / 21

- 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. Intercooperación

7. PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL / 30

- 7.1. Campañas de concienciación de usuarios en temas medioambientales
- 7.2. Proyectos de colaboración con empresas 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 / 40

- 8.1. Programa Conoce los Alimentos
- 8.2. Colaboración con el Banco de Alimentos
- 8.3. III Gran Fiesta de los Alimentos
- 8.4. V Edición Granada de Tapas - Ruta de la Tapa
- 8.5. X Jornada Mercarest – El Plato del Año
- 8.6. Indicadores de Responsabilidad Empresarial

9. RESUMEN DEL INFORME ECONÓMICO / 49

10. ÍNDICE GRI / 50

11. TABLA DE INDICADORES CLAVE / 52

1. CARTA DEL PRESIDENTE



Don José Torres Hurtado

Alcalde-Presidente del
Ayuntamiento de Granada

Mercagranada S.A. presenta su tercera memoria de Responsabilidad Social Empresarial, realizada mediante la metodología Global Reporting Initiative (GRI). Un año más, cumplimos y renovamos nuestro compromiso con la promoción social, económica y medio ambiental de la 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 2014, a fin de reiterar - a corto, medio y largo plazo - que nuestro objetivo no es otro si no el de incrementar el nivel de excelencia en la gestión interna.

En la actual coyuntura 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, otra vez, en este firme compromiso con la atención a nuestros clientes y con la innovación constante. Ambas se configuran como alternativas tangibles 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 2014 - dentro de un marco de responsabilidad, innovación y transparencia - en su deber para con nuestra ciudadanía.

Entre ellos, destacamos las siguientes medidas:

- Acciones de **optimización de los consumos** de energía y agua.
- 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 y en las prácticas medioambientales y solidarias que se llevan a cabo en Mercagranada.
- 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.

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

2.1 QUIÉNES SOMOS

Mercados 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 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 mantiene un compromiso constante con la Sociedad, que manifiesta a través de unos valores presentes en su actuación y la toma de decisiones que definen su carácter corporativo:

CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN



abierto
24H



PARKING

abonado o por horas

¡Llámanos y solicita tu plaza!

958 276 300



MERCAGRANADA

www.mercagranada.es

/MercagranadaSA @MercagranadaSA

· CAMIONES

· AUTOBUSES

· CARAVANAS



- **Rigor**, que implica la máxima exigencia en la gestión, el control y la ejecución de sus responsabilidades

- **Austeridad en la utilización de sus recursos**, buscando el mayor aprovechamiento y optimización de los mismos, lo que contribuye a una sostenibilidad efectiva y beneficiosa

- **Profesionalidad**, enfocada hacia la obtención de los mejores resultados y objetivos en la gestión de su patrimonio

Mercagranada prestaservicios a más de 120 empresas establecidas en el recinto de la Unidad Alimentaria.

Entre los mismos, destacamos:

- **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 a usuarios del mercado

- **Alquiler de módulos** en naves industriales para otras actividades

- **Alquiler de locales** de negocio en Zona de Actividades Complementarias

- **Alquiler de oficinas**

- **Derechos de superficie**



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es



Adolfo Orti García-Vicente

Director - Gerente
de Mercagranada S.A.

- **Control de accesos y mercados.** Servicio 24 horas, 365 días del año
- **Vigilancia,** mediante personal adscrito al servicio de atención al cliente y a través de un sistema de Vídeo Vigilancia
- **Limpieza**
- **Retirada, separación y tratamiento de residuos**
- **Parking** para tráiler, caravanas y vehículos industriales
- **Servicios de marketing integrado** y Club de fidelización usuarios
- **Organización de jornadas** de promoción comercial
- **Cesión de la infraestructura** necesaria a la Fundación Banco de Alimentos de Granada, para el desarrollo de su labor
- **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 el Banco de Alimentos de Granada



FORMA PARTE DEL
**CLUB DE
COMPRADORES**



- Disfruta de exclusivas **ventajas**
- Infórmate sobre las **novedades**
- Te invitamos a conocer **Mercagranada** de nuestra mano con una visita guiada
- Más información **958 276 300**

 /MercagranadaSA

 @MercagranadaSA



2.2. LOCALIZACIÓN (DOMICILIO SOCIAL)

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

Información de contacto:

Web: www.mercagranada.es

Teléfono: 958276300

Fax: 958276208

E-Mail: info@mercagranada.es.

Facebook: facebook.com/mercagranadasa

Twitter: [@mercagranadasa](https://twitter.com/mercagranadasa)

2.3. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN

	2012	2013	2014
Hectáreas que ocupa el polígono	27,4922	27,4922	27,4922
Valor activos fijos NETOS (€)	10.029.115,85€	9.886.385,06€	9.689.676,92€
Número de empleos directos	27	27	25
Facturación Empresa IVA incluido (€)	3.572.642,86€	3.668.945,15€	3.779.540,21€

2.4. ÁMBITO 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.



Empresas

Variedad

Promoción

Frutas

Etiquetado

Concentración

Seguridad

Pescado

Servicios

Frutas

Concentración Fresco

Parking

Información

2.5. COMPOSICIÓN ÓRGANOS DE GOBIERNO A 31 DE DICIEMBRE DE 2014

PRESIDENTE:	
Excmo. Sr. D. José Torres Hurtado	Excmo. Ayuntamiento de Granada
VICEPRESIDENTE I:	
D. Manuel Estrada - Nora Rodríguez	Empresa Nacional MERCASA
VICEPRESIDENTE II:	
D. Juan Antonio Mérida Velasco	Excmo. Ayuntamiento de Granada
SECRETARIO NO CONSEJERO:	
D. Miguel Ángel Redondo Cerezo	Excmo. Ayuntamiento de Granada
VOCALES:	
D. Vicente Aguilera Lupiañez	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D ^a . M ^a . Rocío Díaz Jiménez	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D. Fernando Egea Fernández-Montesinos	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D. Baldomero Oliver León	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D ^a . Raquel Ruz Peis	Excmo. Ayuntamiento de Granada
D. Manuel López Mora	Empresa Nacional MERCASA
D. Andrés Santaella Alba	Empresa Nacional MERCASA
D ^a . Silvia Llerena Muñoz	Empresa Nacional MERCASA
D. José Luis Illescas Llanos	Empresa Nacional MERCASA
D ^a . Vanessa Moreno Vincent	Empresa Nacional MERCASA

UN MERCADO HUMANO



MERCAGRANADA
www.mercagránada.es

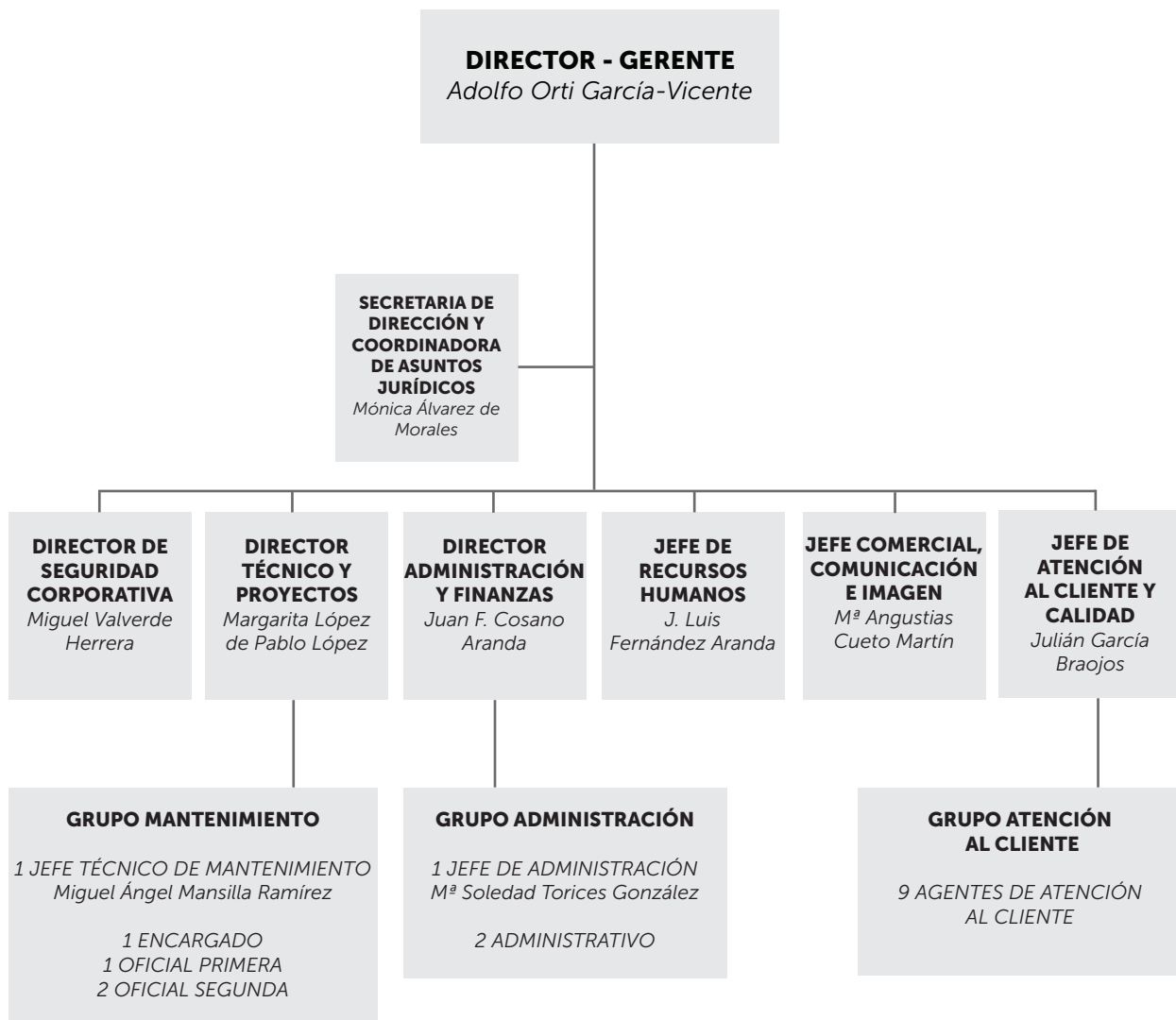
Comprometidos con las personas



Comité de Dirección

ENCARGADO:	DEPARTAMENTO
Sr. D. Adolfo Orti García - Vicente	Director - Gerente
Sr. D. Miguel Valverde Herrera	Director de Seguridad Corporativa
Sra. D ^a . Margarita López de Pablo López	Director Técnico, Proyectos y Calidad
Sra. D ^a . M ^a . Angustias Cueto Martín	Jefe Comercial, Comunicación e Imagen
Sr. D. Juan F. Cosano Aranda	Director de Administración y Finanzas
Sr. D. José Luis Fernández Aranda	Jefe de Recursos Humanos
Sr. D. Julián García Braojos	Jefe de Mercados y Atención al Cliente
Sra. D ^a . Mónica Álvarez de Morales Mercado	Secretaria de Dirección y Coordinadora Asuntos Jurídicos

ORGANIGRAMA DE MERCAGRANADA S.A.



3. LA RSE EN NUESTRA GESTIÓN

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



MISIÓN

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.

VISIÓN

La visión de Mercagranada es ser un referente como polígono alimentario y logístico 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.

VALORES

Nuestros valores, en tanto a lo enumerado anteriormente, 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 como objetivo prioritario en el Plan 2012-2014, fomentar la Responsabilidad Social y Medioambiental, se decide enfocar nuestra misión a desarrollar una gestión efectiva orientada a la rentabilidad económica y a la Responsabilidad Social Empresarial.

Damos también respuesta a nuestra visión y a los valores adquiridos como herramientas para cumplir con dicha responsabilidad.

Este objetivo estratégico viene recogido en varios planes de acción:

- Desarrollo de programas sociales, promocionales e I+D+i
- Elaboración de las memorias de Responsabilidad Social y Medioambiental
- Implantación de una cláusula de Responsabilidad Social y Medioambiental en los contratos con clientes y proveedores

Dentro del mismo plan estratégico, con un doble sentido económico y social, se fija el objetivo del desarrollo tecnológico y la mejora en infraestructuras e instalaciones.

Esto conlleva el análisis y el estudio de los consumos de agua, luz y otros elementos necesarios para su reducción.

3.2. PERFIL DE LA MEMORIA

La presente **memoria de Responsabilidad Social Empresarial** abarca el ejercicio 2014 y es la tercera 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

Mercagranada, 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 2014 y bajo el modelo EFQM de excelencia en la gestión, Mercagranada ha continuado desarrollando su Plan Estratégico 2012-2014, el cual comprende unos objetivos, planes de acción y procesos medibles según ciertos indicadores certificados y reconocidos en esta Memoria.

3.4. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RESPECTO AL AÑO ANTERIOR



Tratamiento de residuos:

Durante el año 2014 ha mejorado un 3% con respecto al año 2013. El nivel alcanzado por Mercagranada ha sido un 74,2% esto es un 13,2% superior a la media Española (61%, según EUROSTAT). Todos los años se implementan acciones que mejoran la información y formación de usuarios en la separación de los residuos, con el objetivo de buscar el mayor compromiso de nuestros clientes, ya que cualquier esfuerzo o aportación contribuye a una mejora significativa.



Reducción consumo de energía eléctrica:

Ha sido disminuido en un 10% como resultado de las inversiones realizadas en 2013 en medidas de eficiencia energética. En los últimos meses del 2014 se han instalado nuevas luminarias de bajo consumo en las farolas de los viales y los voladizos de las naves, cuyo ahorro podrá ser valorado en 2015.



Reducción en el consumo de agua:

Las reparaciones de fugas, el cambio de válvulas y la instalación de nuevas conducciones, han dado como resultado un más que importante ahorro en el consumo de agua del 50%, respecto al año 2013.



Visitas colectivas infantiles:

Durante 2014 han visitado la Unidad Alimentaria 37 colegios de Granada y provincia. Se ha prestado especial atención a los centros para niños con necesidades especiales, sean educativas o sociales. Se han incluido 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.

Consideramos que dar a conocer tanto la labor como las actividades generadas y programadas por Mercagranada, orientadas a las nuevas generaciones, es esencial para el futuro de nuestra empresa.



Implantación del modelo gestión EFQM, proyecto "Mercaexcelencia":

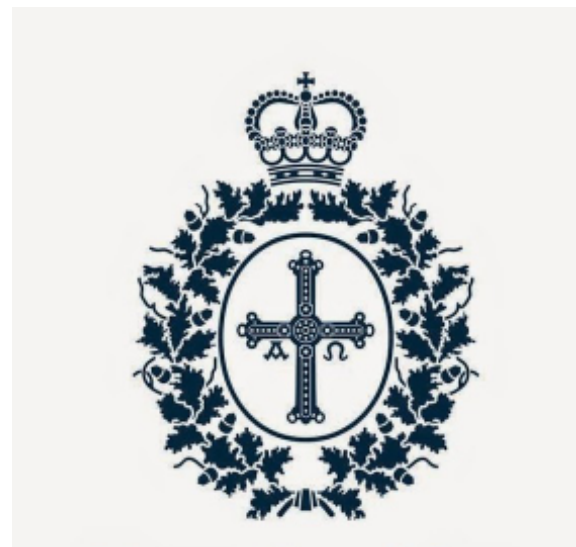
En diciembre de 2014 se ha realizado una autoevaluación del modelo, basado en la lógica Reder y con la herramienta Perfil editada por el Club de Excelencia en la Gestión. Posteriormente, esta autoevaluación ha sido validada por la firma licenciataria Lideria, la cual ha otorgado a Mercagranada una puntuación de 407 puntos. La evolución en la puntuación desde 2011 - 259 puntos – pone de manifiesto la mejora en la gestión de la Sociedad en estos últimos tres ejercicios.

La autoevaluación ha servido, así mismo, para establecer las bases del plan estratégico de MERCAGRANADA para el periodo 2015-2017.

3.5. RECONOCIMIENTOS Y DISTINCIONES

Mercagranada S.A., reitera de nuevo su compromiso de colaboración con la labor que realiza la Fundación Banco de Alimentos de Granada. Dicho trabajo llevó al Banco de Alimentos a obtener el premio Príncipe de Asturias a la Solidaridad en 2012.

La Asociación de Mérito "**Amigos de la Guardia Civil**" concedió el pasado 20 de diciembre de 2014 la medalla al Mérito Distinguido al Director Gerente de Mercagranada S.A., en reconocimiento a la colaboración permanente y de mecenazgo con la misma.



4. RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

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

Los grupos de interés definidos son los siguientes:

▪ **ACCIONISTAS:**

Empresa Nacional Mercasa

Excmo. Ayuntamiento de Granada

▪ **CLIENTES Y PROVEEDORES:**

Clientes internos: Mayoristas

Clientes externos; Minoristas

Resto de clientes

- Clientes mayoristas y otros operadores ubicados en la Unidad Alimentaria.

- Clientes minoristas o detallistas 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 afectados.

En Mercagranada se han establecido diferentes canales y mecanismos para articular el diálogo con 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.



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es

UTILIZA EL BUZÓN DE
SUGERENCIAS



Participa en la vida de tu mercado



¡Contamos con tu opinión!

5. CON EL EQUIPO HUMANO

5.1. OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

SOCIALES

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

FUNCIONALES

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

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.



MERCAGRANADA
www.mercagranada.es

5.2. PLAN DE FORMACIÓN

La formación impartida durante el año 2014 ha sido consecuencia del resultado de la Evaluación del Desempeño realizada a finales de 2012, en la que se identificaron las necesidades formativas por áreas y personas, completada además, con diversos cursos enfocados a la mejora del conocimiento del modelo EFQM y su gestión.

Cursos impartidos durante el ejercicio:

Sobre Prevención de Riesgos Laborales:

- Formación específica en el puesto de trabajo en el área de mantenimiento

Sobre competencias Técnicas y de Gestión:

- Excel Avanzado
- Acces Avanzado
- Power Point
- Gestión de personas
- Planificación del Trabajo
- Dirección y Planificación Financiera
- Iniciación al Derecho Laboral

- Trabajo en equipo
- Inteligencia emocional, comunicación y empatía
- Comunicación en comercio
- Curso de carretillas elevadoras (áreas de Mantenimiento y Att. Cliente)
- Fiscal Básico
- Contabilidad de costes y financiera
- Técnicas de Administración de Oficina
- Formación Modelo EFQM



INDICADOR	2013	2014
Número medio de horas de formación por persona	51.70 h.	85.37 h.
El porcentaje del personal que ha realizado formación	96.29 %	88.00 %
El porcentaje de inversión en formación s/ de la masa salarial	0.31 %	0.71 %
Eficiencia de la formación, medida por la obtención de certificados de aptitud/ diplomas	100.00 %	100.00 %

5.3. CLIMA LABORAL Y SATISFACCIÓN DEL EMPLEADO

Con el propósito de mejorar paulatinamente las condiciones en la prestación de los servicios, la Dirección, apoyándose en los principios de desarrollo y cambio mencionados en esta Memoria, ha medido la percepción y opinión de los empleados de Mercagranada, a todos los niveles.

Para analizar el clima y la satisfacción laboral de los empleados se han realizado dos encuestas, en 2014:

INDICADOR	2013	2014
Resultado encuesta sobre clima laboral del empleado	83.90 %	82.06 %
Resultado encuesta satisfacción del empleado	93.39 %	88.90 %

5.4. PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES:

MERCAGRANADA, S.A., a través del establecimiento de su política preventiva, asume el compromiso de implantar y desarrollar un sistema de prevención de riesgos laborales a integrar en el conjunto de sus actividades y decisiones. Influye en los procesos técnicos, en la organización del trabajo y en las condiciones en que este se desarrolle, incluido en todos los niveles jerárquicos.

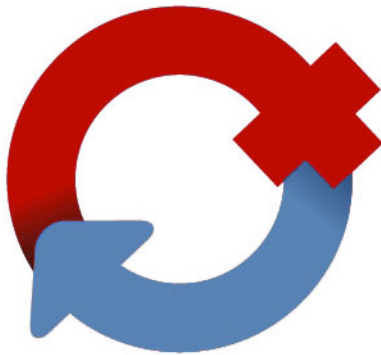
La política de prevención afecta tanto a las personas que trabajan en la empresa como a los lugares y equipos de trabajo.

En este sentido, se han asumido los siguientes compromisos:

- Cumplir con la legislación aplicable en materia de prevención de riesgos laborales.
- Promover la mejora continua de los comportamientos y niveles de prevención de riesgos laborales.
- Involucrar a todo el personal de la empresa en la responsabilidad de gestionar y prevenir los riesgos laborales, lo que incluye a contratistas y colaboradores en el compromiso activo de mejora de las condiciones de trabajo laborales.
- Fomentar la participación, información, formación y consulta de todo el personal, incluidos los trabajadores temporales y externos que operen en las instalaciones para mantener un adecuado nivel de prevención en la empresa.

INDICADORES	2013	2014
Índice de siniestralidad por accidente	0.00 %	0.00 %
Porcentaje de trabajadores que han recibido formación en PRL	65.00 %	64.67 %

5.5. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



El 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 han sido incluidos en el Convenio Colectivo y en el Código de Conducta y Buenas Prácticas.

INDICADORES	2013	2014
Personal indefinido a jornada completa	63.64 %.	72.41 %.
Personal de relevo por jubilación parcial y de duración determinada	36.36 %	27.59 %
Porcentaje de mujeres en plantilla	22.22 %	24.25 %
Porcentaje de mujeres en el Comité de Dirección	37.50 %	37.50 %

INDICADORES	2013		2014	
	H	M	H	M
Trabajadores fijos en plantilla (jornada 100%)	16	5	16	5
Trabajadores fijos a tiempo parcial (jornada 15 y 25%)	5	0	4	0
Trabajadores temporales con contrato de relevo (jornada 75%)	5	0	3	0
Trabajadores temporales duración determinada (jornada 50%)	0	2	1	0

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

5.8. CONDICIONES SOCIOLABORALES

En el año 2014 se firmó el Convenio Colectivo, cuya vigencia comprende el período 2014 - 2016, con la intención de introducir las condiciones o mejoras sociolaborales que se detallan:

- Mejora de los permisos especiales retribuidos en fiestas locales y autonómicas
- Reestructuración de turnos nocturnos
- Sistema de incentivos para toda la plantilla basado en:

Objetivos Generales

Objetivos de Equipo

Objetivos individuales

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

La aplicación del Código de Conducta implantado ha supuesto una mejora en las buenas prácticas respecto a la relación entre trabajadores y las empresas colaboradoras en Mercagranada, S.A., evidenciadas en el alto nivel de satisfacción de los empleados y de las empresas instaladas en la Unidad Alimentaria. En este apartado hay que hacer mención especial a la política de la empresa y los procedimientos acerca de los derechos humanos vinculados a las operaciones desarrolladas, sin olvidar aspectos como la libertad de asociación, rechazo a la corrupción, etc.

6. CLIENTES

6.1. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

1. Describir las prácticas relacionadas con la evaluación de 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 en relación a los servicios prestados.

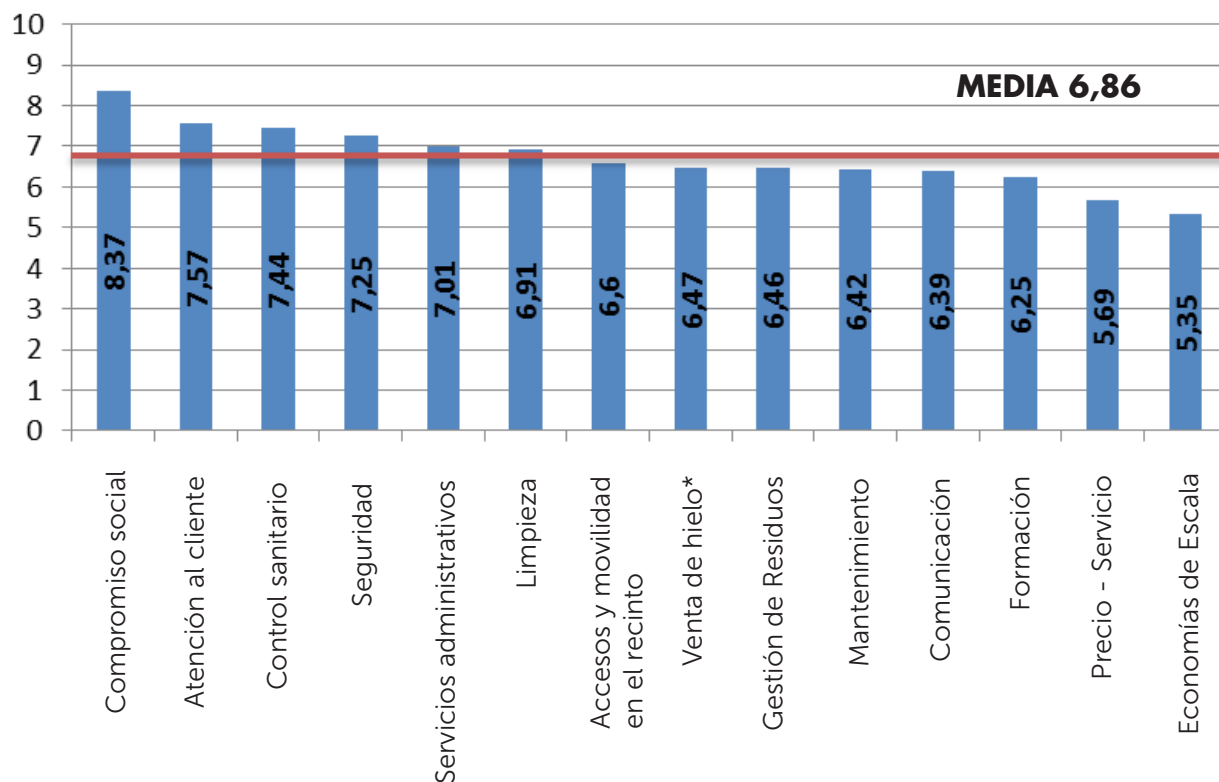
A continuación se podrán identificar los servicios y/o aspectos susceptibles de mejora, tomando como base las necesidades del cliente. Esto contribuirá a la mejora del sistema de gestión.

En el ejercicio 2014 se realizaron dos remesas de encuestas: **mayo y noviembre.**



Tras la realizada en mayo de 2014, se obtuvieron los siguientes resultados:

SATISFACCIÓN CLIENTES 2014 POR VARIABLES

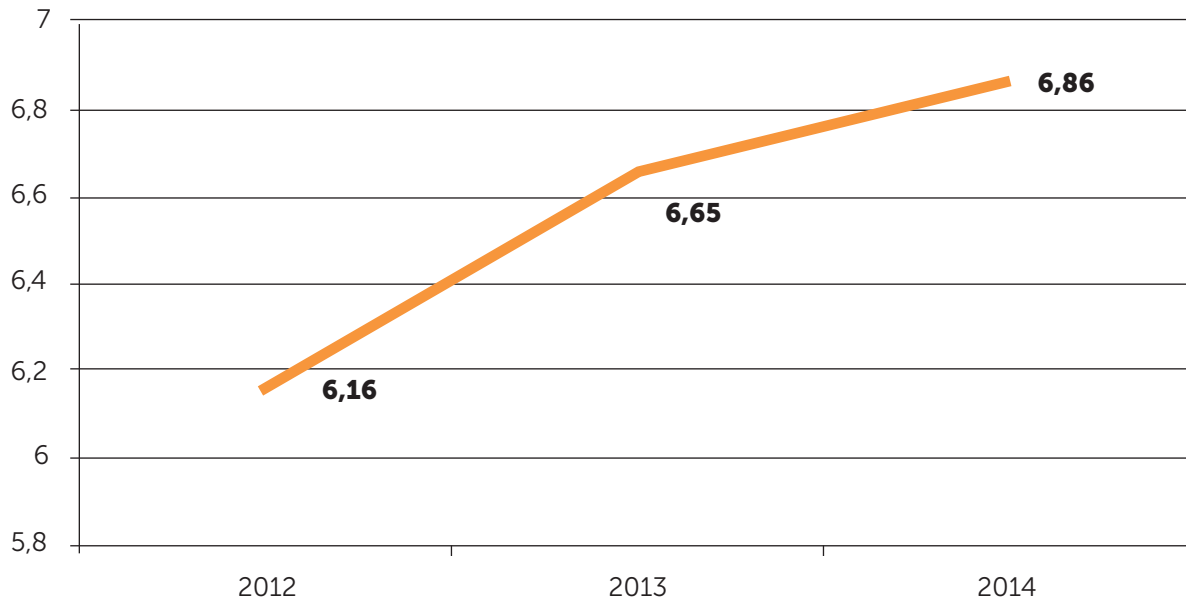


* Esta variable está considerada únicamente para la actividad de Pescado

Como se puede observar, se obtuvo una valoración media - entre ambas remesas - de 6,86 (sobre 10) distribuida en catorce variables (Atención al cliente, limpieza,...).

Analizando la evolución de la satisfacción del cliente, vemos como la satisfacción general va experimentando un aumento progresivo.

EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN GENERAL CLIENTES



2. Número de quejas recibidas por parte de los clientes durante el año 2014.

Se han registrado 22 quejas y reclamaciones.

6.2. INTERCOOPERACIÓN

Mercagranada apuesta por la colaboración e intercooperación 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 16 años suscribiendo convenios para disfrute de clientes y trabajadores, con el punto de mira en la sociedad. Actualmente mantenemos en vigor un total de 59 convenios firmados con diferentes organismos, empresas e Instituciones.



Los acuerdos y colaboraciones que se han suscrito en el año 2014 aparecen reflejados en la siguiente tabla:

ESCUELA INTERNACIONAL DE GERENCIA	Colaboración en programas de formación y servicios	14 de marzo
ADAPTALIA	Servicio de Task Force	17 de junio
MERCABARNA TELECOMUNICACIONES	Adscripción al operador mercabarna	9 de julio
ORANGE TELECOMUNICACIONES	Red de Telecomunicaciones	22 septiembre
CEPSA CARD, S.A	Promoción y difusión de la tarjeta CEPSA STAR	1 octubre
AMBILAMP	Recogida selectiva de residuos de lámparas	4 octubre



MERCAGRANADA
www.mercagránada.es

CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS
ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN



SOSTENIBILIDAD



EFICIENCIA
TRANSPARENCIA
EXCELENCIA

RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

/MercagránadaSA @MercagránadaSA

7. PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL

En Mercagránada 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.

Este objetivo estratégico viene desarrollado en varios planes de acción:

- Programas sociales, **promocionales e I+D+i**
- Elaboración de las memorias de **Responsabilidad Social y Medioambiental**
- Implantación de una cláusula de **Responsabilidad Social y Medioambiental a nuestros clientes y proveedores.**

En 2014 los objetivos medioambientales planteados en Mercagranada han sido los siguientes:

OBJETIVO	ACCIONES REALIZAS	
Ahorro de agua y energía	Establecimiento de indicadores de consumo desde 2011	KW consumidos M3 agua consumidos
	% ahorro luz, KW	-9,6 % (88.700 Kwh menos consumidos)
	% ahorro agua m3	-49 % (16.352 m3 menos consumidos)
Objetivo de minimización de residuos	Tasa de separación de residuos	74,20%
	Tipología residuos	Maderas, plásticos, cartones, papel,
	Valorización de los residuos	Por empresas especializadas
Depuración de aguas residuales	Cantidad de agua residual depurada con separación de residuos y lodos.	24.957 m3
Divulgar labor y logros de Mercagranada identificando a Mercagranada como sello de calidad	<p>Empatizar con los clientes internos y externos en la labor de Mercagranada por el medio-ambiente implicando a toda la organización e informando a los clientes.</p> <p>Conocer la opinión de los clientes internos y externos en el ámbito medioambiental.</p>	

7.1. GASTOS DE EXPLOTACIÓN EN MEDIOAMBIENTE 2014

GASTOS DE EXPLOTACIÓN EN MEDIOAMBIENTE 2014 EXPRESADOS EN €	2013	2014
Limpieza, desinfección y recogida de residuos dentro de la U. A.	431.919,09 €	434.323 €
Tasa Municipal por transporte y tratamiento de residuos en la planta de tratamiento de Alhendín	38.977,46 €	41.237 €
Coste de tratamiento residuos orgánicos para su compostaje	25.726,82 €	26.986 €
Alquiler de compactadores para residuos en punto de vertido: alquiler compactador cartón incluida retirada	3.215 €	2.340 €
Maderas: Trituración y retirada sin coste.	0 €	0 €
Desratización, desinsectación, Prevención y tratamiento anti Legionelosis en las instalaciones de la U.A.	4.703,64 €	4.996 €
Amortización punto de vertidos:	3.659,20 €	3659,20 €
Amortización Depuradora	7.533,67 €	7282,67 €

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

7.2. CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN DE USUARIOS EN TEMAS MEDIOAMBIENTALES

Campañas de información medioambiental por parte de:

- 
- Agentes de Mercados y Atención al Cliente
 - Servicios de Seguridad Privada
 - Cartelería y folletos

Resultados obtenidos gracias a las campañas:

- Limpieza en las naves, los residuos no se tiran por los suelos y se llevan a los contenedores.
- Concienciación de los minoristas sobre la necesidad de reciclar y separar residuos. Clasificación en contenedores según su composición: orgánicos, plásticos, madera y cartón, lo que ha permitido un alto grado de cumplimiento en los objetivos de reciclado.
- Aumento de la eficacia en la limpieza por parte de la empresa concesionaria del servicio, al disminuir de dos por muelle a uno el número de contenedores orgánicos inicialmente dispuestos

7.3. PROYECTOS DE COLABORACIÓN CON EMPRESAS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

CONVENIO MERCAGRANADA Y BIOMASA DEL GUADALQUIVIR

Desde 2009 existe un convenio con la empresa externa Biomasa del Guadalquivir para el servicio de tratamiento y reciclado de residuos orgánicos asimilables y lodos EDAR de Mercagranada. Estos residuos son utilizados para la elaboración de compost, uno de los mejores abonos orgánicos que se puede obtener de forma fácil y ecológica.

Mercagranada, a través y en colaboración con la empresa gestora de residuos orgánicos, participa en el proyecto europeo "impacto". Esta iniciativa pretende innovar en la extracción de biogás a través del compost producido con nuestros residuos orgánicos, fruto de los cuales se ha obtenido un biogás con un porcentaje de metano entre el 56 y el 71 %.

7.4. INDICADORES MEDIOAMBIENTALES

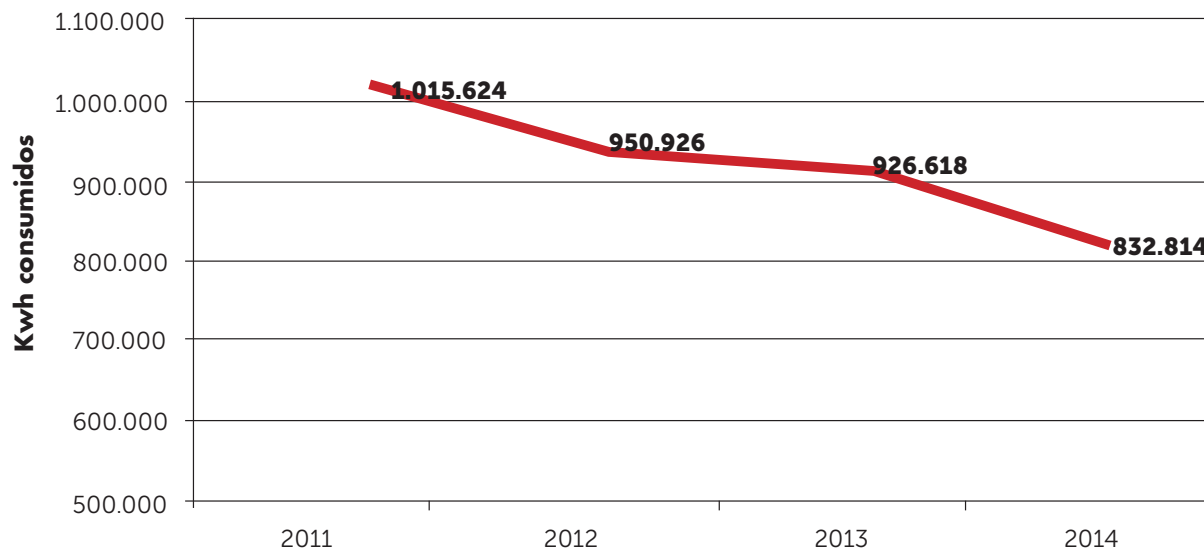
7.4.1. CONSUMOS DE ENERGÍA Y AGUA

Nuestra **política medioambiental** presta especial atención a la disminución progresiva de los consumos de electricidad y agua. Mercagranada ha conseguido un ahorro de 88.700 Kwh con respecto a 2013, un 9.6 % menos de consumo que el año anterior.

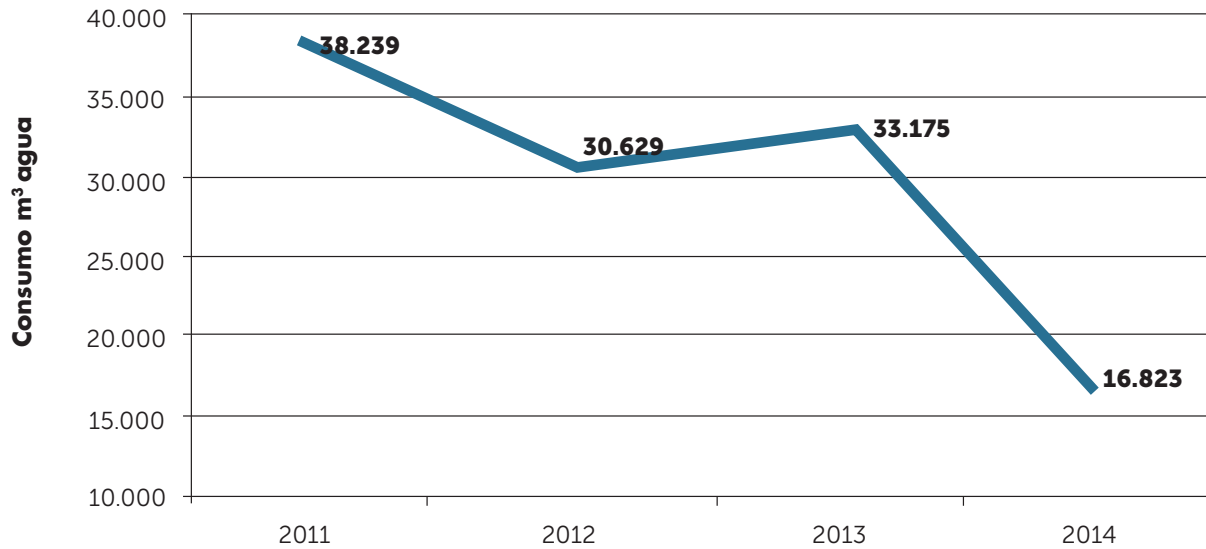
EN3 - CONSUMO DE ENERGÍA EN 2014

AÑO	KWH CONSUMIDOS
2011	1.015.624
2012	950.926
2013	926.618
2014	832.814

CONSUMO ELÉCTRICO EN MERCAGRANADA



COSUMO M³ AGUA POTABLE



Las reparaciones realizadas, en 2.013 y a principios de 2.014, en el depósito de agua contra incendios existente en la gasolinera de Mercagranada y en la red de abastecimiento del edificio administrativo han dado sus frutos este año con una considerable disminución del consumo de agua potable de en torno al 49 %.

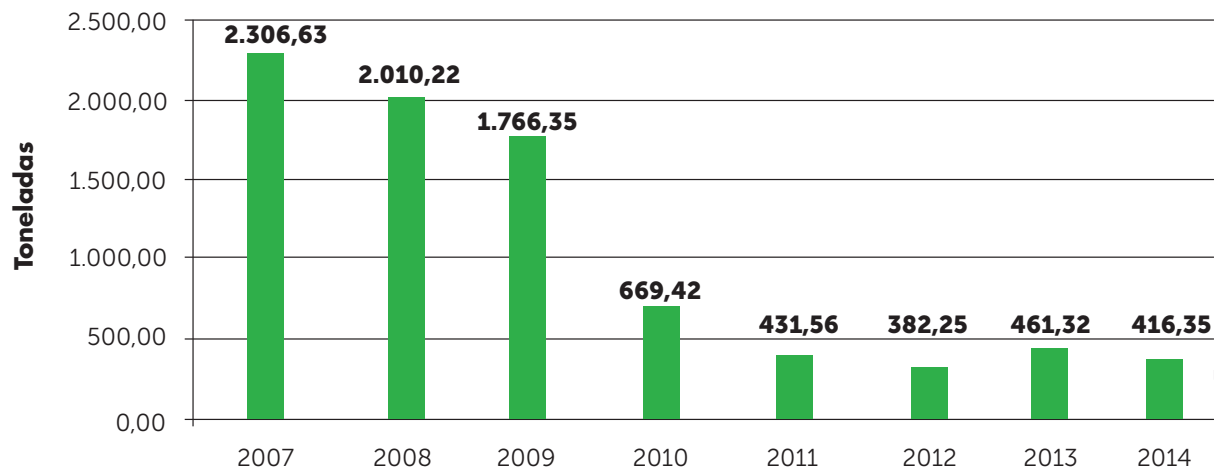
EVOLUCIÓN CONSUMO DE AGUA

AÑO	CONSUMO AGUA POTABLE (m3)
2011	38.239
2012	30.629
2013	33.175
2014	16.823

7.4.2. RESIDUOS PRODUCIDOS

En 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 71%, consolidándonos como una de las mercas de referencia en España en materia de reciclaje.

Tn RESIDUOS LLEVADAS A PLANTA VERTEDERO



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	2011	2012	2013	2014
Maderas	172,1	150,46	132,9	93,38
Plásticos	21,42	13,82	2,47	0
Cartón	115,28	84,3	54,52	57,9
Orgánica	1.062,94	930,07	956,91	1.034,07
Resto	431,65	382,25	461,32	416,35
TOTAL	1.803,39	1.560,9	1.608,12	1.601,7

INDICADOR: PORCENTAJE DE RESIDUOS SEPARADOS FRENTE A RESIDUOS TOTALES PRODUCTIDOS	
2011	76.06%
2012	75.51 %
2013	71,31%
2014	74,20%
Media últimos años	74,22 %

	TOTAL COSTES RESIDUOS (€)	INGRESOS CARTÓN (€)	INGRESOS PLÁSTICOS (€)
2011	62.818,02	5.433,88	1.500,96
2012	58.018,34	4.890,94	1.429,41
2013	67.919,28	2.985,70	358,77
2014	70.563,37	1.909,82	0

7.4.3. VERTIDOS DE AGUAS RESIDUALES

Mercagranada posee planta depuradora de aguas residuales. Los m³ de agua depurada en los últimos años equivalen a:

EN21: M3 DE AGUA DEPURADA:

AÑO	M³ AGUA DEPURADA
2011	25.624
2012	23.522
2013	23.080
2014	24.957

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

	2013					2014					VALOR
	1º	2º	3º	4º	Valor Medio	1º	2º	3º	4º	Valor Medio	Máximo autorizado
DQO (mg/l)	<15	44	30	35	31	37	31	19	<15	25.5	125
DBO5 (mg/l)	<5	11	6,4	7,2	7,4	9.3	5,2	<5	<5	6,12	25
Sólidos en suspensión (mg/l)	11	29	17,2	13,4	17,65	9	13,2	10,8	15,6	12,15	35

Los valores recogidos en el cuadro anterior muestran nuestro compromiso con el medio ambiente ya que, si atendemos a lo exigido por la **Confederación Hidrográfica del Guadalquivir**, son muy inferiores a los exigidos por dicha entidad reguladora de 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
2011	80,97
2012	54,01
2013	87,91
2014	76,44

7.4.4. PLAN DE CONTROL DE PLAGAS:

Los valores recogidos en el cuadro anterior muestran nuestro compromiso con el medio ambiente ya que, si atendemos a lo exigido por la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir, son muy inferiores a los exigidos por dicha entidad reguladora de 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	2011	2012	2013	2014
Grado de satisfacción con el servicio	99%	100%	96,56%	95,83%

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

AÑO	2011	2012	2013	2014
Presencia de roedores	Ausencia	Ausencia	Ausencia	Ausencia

8. GENERANDO VALOR PARA LA SOCIEDAD

8.1. PROGRAMA CONOCE MERCAGRANADA Y LOS ALIMENTOS



“Conoce Mercagranada y los alimentos” es un programa educativo orientado a mejorar la calidad de la dieta de nuestros menores y educarlos en hábitos alimenticios saludables. Por ello, desde Mercagranada y con la colaboración de nuestros operadores, hemos continuado mejorando y ampliando este programa educativo durante el 2014.

El programa permite a los más pequeños conocer cómo llegan los alimentos a sus hogares, el proceso que se lleva a cabo en un mercado mayorista así como el correcto tratamiento de los alimentos y la importancia de la relación entre una alimentación sana y deporte.

En él, los alumnos y su profesorado visitan nuestro centro logístico y conocen, de la mano de nuestros profesionales, un gran número de conceptos relacionados con la alimentación. Además, recorren las instalaciones del mercado, donde aprenden cómo funciona el ciclo de distribución de los alimentos, las distintas clases y variedades que hay, sus orígenes y procedencias.

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	37 colegios
Charlas impartidas en colegios	3 colegios
Nº Participantes	2.987 escolares
Recursos Destinados a la Comunidad	3.859,77€

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.

De los 37 colegios que nos visitaron, 20 repitieron visita en el 2014. Estos datos avalan nuestro esfuerzo en intentar transmitir a los más pequeños hábitos alimentarios correctos y la satisfacción de los colegios al realizar sus visitas.

Nº DE NIÑOS	
2011	1.617
2012	1.886
2013	1.307
2014	2.987

Mercagranada, reforzando su **labor de responsabilidad con la sociedad en la que opera**, ha puesto en marcha las "Charlas Educativas". En este caso, es Mercagranada quien se desplaza hacia aquellos centros que no pueden hacer salidas por el coste que ello implica.

El programa cuenta con:

- **Zona web del programa nutricional** en el que se incluye información como: Contenido del programa, información de interés, sección para los colegios, galerías de fotografías de las visitas, manuales de trabajo para el alumno y el profesor, etc. <http://mercagranada.es/conoce-los-alimentos/>
- **Sala de los sentidos:** un lugar especialmente habilitado para los escolares en el que realizan talleres sensoriales en los que pueden tocar, oler, gustar y sentir cada alimento, dirigidos por un monitor que ayuda a los niños a descubrir de forma dinámica y a través de los sentidos una alimentación sana y equilibrada.
- **Conoce el trabajo de una ONG:** Los alumnos visitan las instalaciones del Banco de Alimentos para conocer de primera mano la labor que realizan. Les enseñamos la importancia de la solidaridad.
- **Encuestas de satisfacción y mejora del programa:** en cada visita los profesores cumplimentan un cuestionario de satisfacción de la visita donde asignan una puntuación a cada uno de los contenidos de ésta. En las encuestas obtenidas en el presente año, hemos conseguido mejorar la puntuación respecto a la del año anterior.

AÑO	NAVES	AULA		MATERIAL		WEB	EXPLICACIONES	VISITA	TOTAL
		FRUTA	PESCADO	ALUMNO	PROFESOR				
2011	9,78	9,85	9,67	9,67	9,72	8,67	9,93	9,70	9,62
2012	9,32	9,35	9,27	9,72	9,50	9,29	9,87	9,40	9,40
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

8.2. COLABORACIÓN CON EL BANCO DE ALIMENTOS

Mercagranada colabora con el Banco de Alimentos desde 1995. El Banco de Alimentos aglutina 168 colaboradores (entre los que se incluyen empresas, organismos oficiales, fundaciones, operación kilo...). La Fundación Banco de Alimentos de

Granada distribuye a 180 instituciones benéficas, que acogen a más de 14.409 personas con necesidades básicas. La superficie ocupada por el Banco de Alimentos en nuestras instalaciones es la siguiente:

- Nave de Polivalencia, seis módulos de 90 metros, en total 540 m2. Dos de ellos han sido cedidos durante el año 2014, ocupados desde el mes de agosto, debido al incremento de la actividad de la organización a consecuencia de la crisis.
- Nave Multiusos, un total de 720 m2., en dos módulos de 360 m2 en régimen de alquiler, a los que se aplica un 25 % de descuento respecto a tarifas oficiales del mercado.
- La valoración económica de las cesiones en instalaciones al Banco de Alimentos de Granada en 2014, fué de 41.874€.
- En el año 2014, el volumen de alimentos gestionado por el Banco de Alimentos fue de 4.840.074,84 kilogramos. Los operadores de la Merca han aportado 225.804 kilogramos.

Acciones realizadas directamente junto al banco de alimentos:

- 30 mayo, Recogida específica de comida infantil a favor del Banco de Alimentos de Granada.
- 9 de junio, Mercarest: un año más, la jornada de encuentro entre operadores y canal Horeco tuvo un matiz solidario, se elaboró una paella para todos los asistentes y el dinero recaudado se donó al Banco de Alimentos.
- Operaciones 'kilo' en cadenas de grandes supermercados como Carrefour y Mercadona (27 y 28 de junio)
- 9 de junio, Mercarest: un año más, la jornada de encuentro entre operadores y canal Horeco tuvo un matiz solidario, se elaboró una paella para todos los asistentes y el dinero recaudado se donó al Banco de Alimentos.
- Gran Recogida de Alimentos los días 28 y 29 de noviembre.
- Lotería Navideña Banco de Alimentos, campaña Navideña en la que Mercagranada ha patrocinado la impresión de la lotería de Navidad que el Banco de Alimentos ha vendido.

Se intenta que los excedentes de producto aportados en los eventos sociales y promocionales sean donados al Banco de Alimentos.

Evolución Banco de Alimentos	2011	2012	2013	2014
Tons. Enviadas por la Merca al B.A.	787	271	173	226
Total Tons. Gestionadas por el B.A.	1.935	3.623	3.725	4.417

8.3. OTRAS COLABORACIONES

Para la difusión de las acciones en el ámbito de la Responsabilidad Empresarial, Mercagranada, durante el año 2014, 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 diez 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.

GRANADA DE TAPAS 2014

Del 10 al 22 de marzo de 2014, se organizó en Granada la VI edición de Granada de Tapas. Un concurso de reconocido prestigio entre los granadinos y visitantes que permite a los restaurantes y bares de nuestra ciudad ofrecer y crear especialidades para sorprender nuestros paladares a través de ricas tapas elaboradas con productos de Mercagranada.

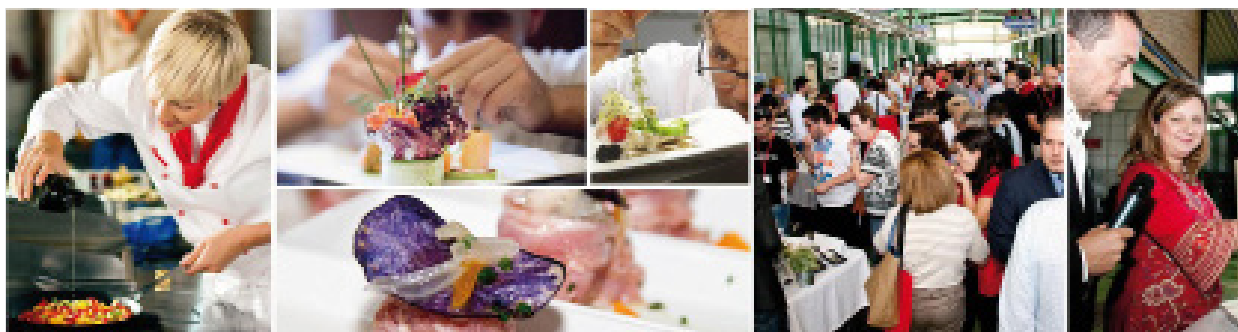
INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	72 establecimientos
Nº de Zonas de la ciudad	12 zonas
Recursos destinados a la Comunidad	777 euros

GRANADA JOVEN CHEF, EL MÁSTER CHEF GRANADINO

Concurso de **cocina para jóvenes** granadinos impulsado por el Ayuntamiento de Granada con el objetivo de promocionar las creaciones gastronómicas de las jóvenes promesas de la cocina y el consumo de los productos granadinos.

En la semifinal se seleccionaron 10 recetas de las que las tres finalistas participaron en el "Show Cooking Final", que tuvo lugar el 23 de mayo en el teatro de Caja Granada. Mercagranada participó como patrocinador oficial del evento.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	10 cocineros
Recursos destinados a la Comunidad	421,5 euros



XI JORNADA MERCAREST

Organizada por Mercagranada en colaboración con el Excelentísimo Ayuntamiento de Granada, estas jornadas tienen el objetivo de poner en contacto a profesionales del sector HORECO y operadores para el establecimiento de relaciones comerciales.

Mercagranada, un año más, intenta brindar canales que faciliten al sector HORECO a promocionar y dar a conocer la cultura gastronómica de la ciudad de Granada.

Mercarest 2014, celebrado el pasado 9 de junio, propició en una jornada ideal, fortaleciendo relaciones comerciales entre los asistentes, y potenciando siempre la cultura gastronómica de Granada. El ganador del concurso fue el Restaurante Saffron Gastrobar, con su tapa "Mala Follá". La jornada terminó con un almuerzo cuya recaudación fue destinada al Banco de Alimentos, reforzando la labor solidaria que Mercagranada realiza.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	18 establecimientos
Expositores	21 expositores
Recursos destinados a la Comunidad	10.600,36 €
Recaudación a favor del Banco de Alimentos	1.250 €



8.3.2. MERCAGRANADA CON EL DEPORTE

COLABORACIÓN EN LA IX CARRERA DE LAS FUERZAS ARMADAS

El 18 de mayo se celebra una carrera muy popular en nuestra ciudad, y Mercagranada quiso colaborar aportando información sobre la importancia de una buena alimentación y su relación con el deporte. Asistieron más de 4.000 personas entre padres, familiares, amigos y corredores.

Mercagranada estuvo presente en la zona de meta de los atletas y corredores, dando a conocer toda la información sobre nuestro programa educativo "Conoce los Alimentos". También animamos a todos los asistentes, especialmente los más pequeños, a participar en el sorteo de una bicicleta símbolo del programa.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	2.500 adultos 1.500 niños
Recursos destinados a la Comunidad	355 €



COLABORACIÓN EN EL CAMPEONATO NACIONAL DE GIMNASIA RÍTMICA

El Campeonato de España individual, clubes y autonomías de Gimnasia Rítmica fue celebrado los días 24-29 de Junio en Granada.

Mercagranada estuvo presente promocionando su programa 'Conoce Los Alimentos' y repartiendo fruta a todos los atletas participantes en el Campeonato.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	1.400 participantes
Recursos destinados a la Comunidad	424,4 €

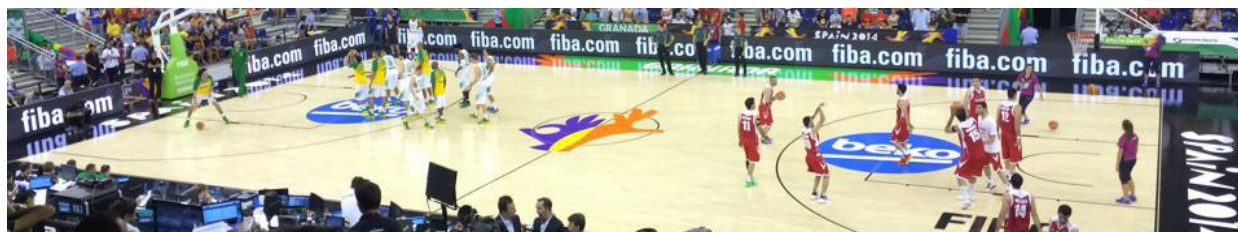
COLABORACIÓN EN EL MUNDIAL DE BALONCESTO

Granada recibió la primera fase del Mundial de Baloncesto 2014, celebrado entre los días 30 de Agosto y 14 de Septiembre.

Mercagranada, sumado a la colaboración de sus operadores, estuvo presente repartiendo fruta en lo partidos. Se contaron hasta 4.000 kg consumidos por jugadores y organización.

También se instaló una carpa en la Fan- Zone, en el Paseo del Salón junto a la fuente de las Granadas, desde donde se retransmitieron todos los partidos.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes	7.000 participantes
Recursos destinados a la Comunidad	1.906,73 €



COLABORACIÓN CON LA MEDIA MARATÓN CIUDAD DE GRANADA Y CARRERA EN FAMILIA

Durante los días 4 y 5 de octubre se celebró la tradicional Media Maratón Ciudad de Granada y las Carreras en Familia. Mercagranada estuvo presente promocionando su programa Conoce Los Alimentos y aportando toda la fruta que consumieron los corredores. En el stand Mercagranada se promocionó el programa nutricional y se sorteó un Cheque Regalo para una cesta de productos frescos.

INDICADORES DE LA ACCIÓN	
Nº de participantes Media Maratón	5.000 participantes
Nº de participantes de Carrera en Familia	2.000 participantes
Recursos destinados a la Comunidad	1.654,6 €

8.3.3. 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. En concreto, Mercagranada mantiene una estrecha línea de colaboración con la Universidad de Granada.

▪ ALUMNOS DE GADE ANALIZAN EL VALOR DE MARCA DE MERCAGRANADA

El 12 de marzo presentaron el trabajo "Valor de marca de Mercagranada", en el que se analizó nuestra reputación como marca referente en el sector de la alimentación en Granada y nos aportó datos sobre cómo somos percibidos por nuestros clientes detallistas y HORECO. Un proyecto enmarcado bajo la asignatura de Investigación de Mercados (GADE), de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada.

▪ PRÁCTICAS FORMATIVAS PARA ALUMNOS

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.



8.4. INDICADORES DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL	
Nº total de Apariciones en Prensa	343 apariciones
Valoración apariciones en Prensa	57.510 €
Percepción de la calidad de los servicios	9,66

INDICADORES DE BENCHMARKING BANCO DE ALIMENTOS				
	2010	2011	2013	2014
Toneladas enviadas por la Merca	787	271	173	226
Toneladas gestionadas por el Banco de Alimentos	1.935	3.623	3.725	4.840

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.

8.5. INDICADORES REDES SOCIALES

INDICADORES DE LA ACCION	
Nº seguidores Facebook Comunicación Mercagranada	2.080seguidores
Nº seguidores Facebook Mercagranada Unidad Alimentaria	3.474seguidores
Twitter	1.257 seguidores

9. RESUMEN DEL INFORME ECONÓMICO

Las magnitudes económicas de Mercagranada, a 31 de diciembre de 2014, muestran la consolidación en la evolución positiva de sus resultados y la rentabilidad asociada. Esto permite asegurar 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.

CIFRAS DE MERCAGRANADA A 31 DE DICIEMBRE DE 2014/2013		
(DATOS EN EUROS REFLEJADOS EN CCAA)	2014	2013
Ingresos de explotación	3.218.693	3.146.502
Gastos de personal	(1.181.261)	(1.187.359)
Gastos de explotación	(1.375.519)	(1.373.421)
Amortizaciones (EC8)	(384.320)	(377.933)
RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN	277.593	207.789
Ingresos financieros	2.184	3.991
Gastos Financieros	(74.568)	(80.173)
RESULTADOS FINANCIEROS	(72.384)	(76.182)
BENEFICIO NETO	205.209	131.608
EBITDA	664.097	589.713
RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)	2,62 %	1,72 %
(EC1) Indicador de Rentabilidad = BAI / Patrimonio Neto		
RENTABILIDAD ECONOMICA (ROI)	2,74%	2,05%
Indicador: BAI / Activo Total		
PRODUCTIVIDAD POR EMPLEADO (€)	128.748	116.537
(EC1) Ingresos explotación/nº empleados		

10. ÍNDICE GRI

INDICADORES DE LA ACCIÓN	PÁGINA
Estrategia y análisis	16
Declaración del más alto responsable de la organización	6
Perfil de la Organización	8
Nombre de la organización	11
Principales Marcas, productos y/o servicios	9
Estructura operativa de la organización	15
Ubicación de la sede de la organización.	11
Número de países en los que la organización opera	12
Naturaleza de la titularidad y forma jurídica	8
Mercados a los que sirve la organización	12
Escala de la organización que elabora la memoria	16
Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	18
Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria	19
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	11
Proceso para definir el contenido de la memoria	6
Cobertura de la memoria	18
Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria	18
Base para incluir en la memoria información sobre empresas conjuntas, filiales, instalaciones arrendadas, operaciones subcontratadas y otras entidades	-
Explicación del sentido que tiene repetir información incluidas en memorias anteriores y razones de dicha repetición.	6
Cambios significativos respecto de periodos anteriores	18

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	PÁGINA
ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	20
Estructura de gobierno de la organización	13
Indicar si el Presidente del órgano superior de gobiernos es además un directivo	13
Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos	13
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	20
Base para identificar y seleccionar a los grupos de interés que participarán	20
INDICADORES DE DESEMPEÑO GRI	50
EC1 RENTABILIDAD	49
EC1 PRODUCTIVIDAD	49
EC 8 AMORTIZACIONES	49
EN22 TN DE CADA TIPO DE RESIDUOS	36
EN 3 CONSUMO ENERGÍA EN KW	34
EN 21 AGUA DEPURADA	35
LA 13 MUJERES EN COMITÉ DE DIRECCIÓN	52
LA 3 MUJERES EN CONSEJO ADMINISTRACIÓN	52
PR6 N° APARICIONES EN PRENSA	48
PR5 % SATISFACCIÓN CLIENTES	27




MERCAGRANADA
 www.mercagranada.es
CENTRO LOGÍSTICO Y DE SERVICIOS
 ESPECIALIZADO EN ALIMENTACIÓN

**EN MERCAGRANADA...
 ¡TU ERES EL PROTAGONISTA!**

En MERCAGRANADA queremos dar a conocer a tu empresa. Cuéntanos a través de Facebook o Twitter más sobre vuestro día a día y lo compartiremos con TODOS nuestros seguidores.

11. TABLA DE INDICADORES CLAVE

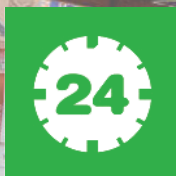
INDICADOR	CODIGO GRI	VALOR
ECONÓMICOS		
Rentabilidad. Beneficio Neto	EC1	205.209 €
Productividad. € / empleado	EC1	128.748 €
Amortizaciones. € amort.	EC8	384.320 €
Residuos. Separación	EN22	74,20%
Electricidad. Kwh consumidos	EN3	832.814 Kwh
Depuración Aguas. M3 depurados	EN21	16.823 m3
Participación Mujer. % Mujeres equipo directivo	LA13	37,50 %
Formación. Nº horas formación por empleado	LA10	85,37 horas/ empleado
Comunicación. Nº apariciones en medios de comunicación	PR6	343 apariciones
Satisfacción Clientes. % General de Satisfacción de Clientes	PR5	6,87%



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

COMPORTAMIENTO **ÉTICO** EN LAS RELACIONES
EFICIENCIA Y TRANSPARENCIA DE LA GESTIÓN

TRABAJO EN **EQUIPO**

SUPERACIÓN Y MEJORA CONSTANTE

ORIENTACIÓN A **RESULTADOS**

WWW.**MERCAGRANADA**.ES

RESPONSABILIDAD SOCIAL MEIOAMBIENTAL

ORIENTACIÓN AL **CLIENTE**

COMPROMISO DE SERVICIO PÚBLICO, CON CALIDAD Y EFICIENCIA

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

 /MercagranadaSA

 @MercagranadaSA

Carretera Badajoz-Granada, Km. 436. 18015 Granada
Teléfonos: 958 276 300 / 958 203 531. Fax: 958 276 208
Email: info@mercagranada.es

