



## ODS12. "El reto más ambicioso que tenemos entre manos en este momento es la puesta en marcha de nuestro nuevo mercado mayorista de alimentos frescos ecológicos, el Biomarket"

Entrevista a Josep Tejedo, director general de Mercabarna

08-06-2020

[Corresponsables \(@Corresponsables\)](#)



[Previo](#) [Siguiente](#)



**¿Puede hablarnos de la Responsabilidad Social de MERCABARNA, de cómo ha evolucionado estos años hasta la actualidad?**

Los principios éticos de la empresa quedan bien definidos en nuestra misión: Mercabarna es una empresa pública cuyo objetivo es garantizar el funcionamiento eficiente y responsable de la cadena de abastecimiento de alimentos frescos en el eslabón mayorista, con criterios de responsabilidad social, sostenibilidad ambiental y transparencia.

Como empresa pública, Mercabarna siempre ha estado al lado de los grupos de interés: el más cercano, el conjunto de las 700 empresas mayoristas alimentarias ubicadas en su recinto, con sus 7.500 trabajadores directos; pero también los clientes compradores detallistas y los consumidores finales de dichos productos, es decir, la sociedad en su conjunto.

A lo largo de los años, sus acciones de RSC se han centrado en temas medioambientales, formación en oficios alimentarios, fomento de la inserción laboral, lucha contra el desperdicio alimentario y nuestra preocupación permanente en educar a los niños y niñas en hábitos alimentarios saludables.

Desde hace ya unos años, todos los planes estratégicos de la empresa y los objetivos operativos que se derivan están enmarcados en los ODS.

**Puede ponerme algunos ejemplos de todo ello.**

En 2002 fuimos el primer mercado mayorista del mundo en tener un plan estratégico de gestión de los residuos comerciales que generan los 23.000 usuarios profesionales que acceden diariamente a nuestras instalaciones, incluyendo un Punto Verde. Gracias a ello, actualmente estamos reciclando el 76% de los residuos.

Otro ejemplo, lo encontramos cuando empezó el mismo año nuestra colaboración con el Banco de Alimentos,

cediéndoles un almacén, e iniciamos campañas de sensibilización dirigidas a los empresarios situados en nuestro recinto para evitar el derroche alimentario. Dicha colaboración ha crecido durante los años, con la ampliación de dichas instalaciones y aportaciones económicas permanentes al Banco de los Alimentos.

En 1987, pusimos en marcha nuestros Servicios de Formación ocupacional y continuada. La formación ocupacional, para que no se perdieran oficios tan importantes como los de carnicero o pescadero, ya que eran trabajos que pasaban de padres a hijos, y estos últimos no querían continuar con el negocio de sus padres. En cambio, había muchas personas sin trabajo a las que, en pocos meses, formamos en estas profesiones y los insertamos en el mundo laboral. Actualmente, cada año pasan por los servicios de formación de Mercabarna unos 2.000 alumnos.

Otro ejemplo son nuestros programas para promover hábitos alimentarios saludables entre la población más joven. En este sentido, hace ya 20 años (1999), iniciamos el primero de nuestros programas, '5 al día', dirigido a escolares, a sus maestros y familias, siendo la primera campaña de España de fomento del consumo de frutas y hortalizas entre los escolares. Posteriormente incorporamos dos programas educativos más, 'Crece con el pescado' (desde 2010) y 'Flores y plantas cada día' (2013). Cada año participan en dichas campañas casi 13.000 niños y niñas de toda Cataluña.

### **¿Cuáles son actualmente sus principales áreas estratégicas de RSC?**

Nuestras acciones de RSC están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de la ONU. Su implementación pretende conseguir el crecimiento sostenible de la empresa.

A través de nuestra 'Memoria anual de sostenibilidad', que publicamos desde hace 3 años, medimos nuestros avances y orientamos nuestros nuevos objetivos.

El ADN de Mercabarna está formado por los 5 pilares que se materializan en acciones dirigidas a nuestros principales grupos de interés.

El primer pilar es el fomento de hábitos saludables y el bienestar, tanto de los ciudadanos de nuestro entorno como de nuestros propios trabajadores.

El segundo lo constituye nuestro compromiso para promover la competitividad de las empresas agroalimentarias situadas en Mercabarna, así como la inserción laboral de personas en situación de desempleo en empresas mayoristas y detallistas, mediante formación profesional y programas de ayuda a la contratación.

El tercer pilar es nuestra lucha contra el derroche alimentario.

El cuarto nuestro compromiso con el medio ambiente.

Y finalmente, el quinto pilar agrupa todas aquellas acciones de colaboración con diferentes entidades y eventos solidarios en distintos ámbitos: atención a niños y niñas vulnerables; promoción de la salud e investigación médica; fomento de la inclusión y la igualdad de oportunidades; y fomento de hábitos saludables.

### **¿Qué iniciativas o proyectos nos podría compartir de su estrategia de Responsabilidad Social, y cuáles son sus principales beneficios y beneficiarios?**

Para las personas que trabajan en nuestra empresa, disponemos del programa 'Mercabarna Saludable'. El objetivo de dicho programa es proporcionar bienestar, fomentar un estilo de vida saludable y aumentar el número de actividades, servicios y beneficios sociales que repercutan de forma positiva en la salud y la motivación de nuestra plantilla de 140 profesionales. El Plan tiene 5 grandes áreas de trabajo: actividad física, prevención, concienciación, alimentación saludable y conciliación familiar.

### **¿Qué tipo de acciones realizan para fomentar hábitos de alimentación saludable entre los ciudadanos?**

Respecto al fomento de hábitos saludables entre los ciudadanos, las principales acciones que desarrollamos en colaboración con los gremios de empresarios mayoristas, son las 3 campañas dirigidas a las escuelas de Cataluña ('5 al día', 'Crece con el pescado' y 'Flores y plantas cada día', y en las que participan cada año unos 13.000 niños y niñas). Además, desde 2016 y durante los meses de julio y agosto, organizamos un campus de verano para niños en situación de vulnerabilidad. Durante su estancia en Mercabarna, estos pequeños realizan visitas, talleres y juegos destinados a que se diviertan mientras adquieren hábitos de alimentación saludables y de respeto al medio ambiente. Cada verano pasan por nuestro campus unos 500 niños.

Por otro lado, cada año desde 2015 celebramos la Carrera Mercabarna, una fiesta solidaria que reúne a unas 5.000 personas, entre corredores y sus acompañantes. Esta carrera, que tiene como objetivo dar a conocer Mercabarna y promover el deporte y la alimentación saludable entre los ciudadanos, dona cada año los ingresos de su almuerzo

multitudinario a una entidad de ayuda social diferente.

## **¿Y qué actividades desarrollan para promover la competitividad de los mayoristas y la inserción laboral en su entorno?**

Como ya he comentado anteriormente, disponemos de nuestros Servicios de Formación, que cuentan con 32 años de experiencia. En 2019, por ejemplo, realizamos 117 cursos, 97 de formación continuada para los trabajadores de las empresas de Mercabarna y 20 de formación ocupacional para personas en situación de desempleo, consiguiendo una tasa de ocupación del 75%. Para mejorar aún más estas formaciones, en 2017, pusimos en marcha el ‘Aula del Fresco’, un espacio dotado de las últimas tecnologías, para contribuir a la profesionalización de los oficios alimentarios, tan arraigados a la cultura mediterránea y al comercio de proximidad.

Otra de las iniciativas en esta misma línea, que llevamos a cabo desde 2014, son las Becas Mercabarna, un programa de ayudas a la contratación dirigidas a las empresas del recinto y a los gremios de detallistas de productos frescos de Cataluña. Con estas ayudas fomentamos la incorporación del talento en las pimes alimentarias, la contratación de jóvenes recién graduados y de personas en situación de desempleo. También queremos impulsar la contratación estable de estos profesionales, que en el 75% de los casos continúa trabajando en la empresa superados los 6 meses de duración de la Beca. Ya se han otorgado 93 becas y hemos invertido en dicho programa más de 350.000€ en 5 años.

## **Tienen también un Observatorio de tendencias...**

Sí, lo creamos en 2015. El Observatorio analiza la evolución del comercio y el consumo de los productos frescos, así como las nuevas oportunidades y modelos de negocio que surgen en torno a ellos. Todo este conocimiento se lo ofrecemos a las empresas de nuestro recinto para ayudarles a tomar decisiones y adaptar sus negocios.

Con similar objetivo, desde hace 2 años celebramos la Universidad de Verano de Mercabarna, que tiene vocación de convertirse en un encuentro anual de referencia del sector agroalimentario para promover la cooperación, la transferencia de información y el networking entre los participantes, así como aportar conocimiento actualizado sobre los principales retos de este sector. La primera edición se centró en ‘La sostenibilidad en la cadena alimentaria’, y la segunda en ‘La lucha contra el derroche alimentario’.

Para promover la innovación entre las empresas situadas en nuestro recinto, pusimos en marcha, en 2015, los Premios Mercabarna Innova, que ofrecen una dotación económica a las firmas que presentan nuevos proyectos alineados con los valores que defendemos.

Así mismo, es importante el programa Innofood, que desde 2018 llevamos a cabo junto a Barcelona Activa, para apoyar la creación de empresas innovadoras que mejoren cualquier parte de la cadena de valor del sector agroalimentario. Se valora que las empresas sean respetuosas con el medio ambiente, favorezcan hábitos de alimentación saludable e incorporen la responsabilidad social corporativa en su gestión.

## **¿Y cuál es su contribución contra el derroche alimentario?**

Respecto a la lucha contra el derroche alimentario, ya hemos avanzado al principio de esta entrevista nuestra colaboración con el Banco de los Alimentos. En 2015, hicimos obras para ampliar hasta 450 m2 el almacén cedido al Banco en nuestras instalaciones. Gracias a ello, las empresas mayoristas de Mercabarna donan anualmente unos 1,300.000 Kg de frutas y hortalizas, que son distribuidos entre 35.000 personas en situación de vulnerabilidad de Barcelona y su área metropolitana, a través de unas 90 entidades sociales.

Así mismo, la actual crisis sanitaria ha triplicado la necesidad de alimentos por parte de muchas personas afectadas, y ante la imposibilidad del Banco de los Alimentos de hacer frente a una demanda tan grande e imprevista, hemos creado junto a T-Systems, filial de Deutsche Telecom, una aplicación que nos permite ampliar las donaciones alimentarias. Dicha App, la T-Mercabarna Solidaria, pone en contacto a las empresas donantes de Mercabarna, a la Cruz Roja que elige los alimentos que necesita en cada momento, y a la empresa de transporte situada en nuestro recinto que solidariamente los transporta a la central de esta entidad social. Gracias a esta nueva herramienta ya se ha conseguido distribuir casi 40.000 kg de alimentos entre personas necesitadas de toda Cataluña.

## **Tengo entendido que han creado unos premios para motivar a las empresas a luchar contra el derroche alimentario.**

Sí, en 2019 creamos los ‘Premios Mercabarna Paco Muñoz’, que reconocen las iniciativas llevadas a cabo en dicha materia en todos los eslabones de la cadena alimentaria de Cataluña: producción, sector mayorista, distribución detallista y entidades sociales. La denominación de estos galardones es un homenaje a Paco Muñoz por su larga

trayectoria profesional en el ámbito de la lucha contra el despilfarro alimentario, tanto desde la Universidad Autónoma de Barcelona como desde la Plataforma ‘Aprofitem els Aliments’ (PAA). En la primera edición se presentaron 15 proyectos, todo un éxito. Los premios de Mercabarna para los ganadores ascendieron a 15.000€.

### **¿Y cuáles son los próximos retos y desafíos de su organización en materia de RSC y cómo los piensan llevar a cabo?**

El reto más ambicioso que tenemos entre manos en este momento es la puesta en marcha de nuestro nuevo mercado mayorista de alimentos frescos ecológicos, el Biomarket, que pensamos inaugurar en otoño. Será el primero de España y el segundo de Europa, y contribuirá a promover el consumo de dichos productos, al concentrar su oferta y hacerla más visible. El Biomarket estará formado por 20 empresas, entre mayoristas, cooperativas agrarias y productores de proximidad.

Otro de los proyectos previstos para el año próximo es la creación de una cátedra que investigue nuevas fórmulas para evitar el derroche alimentario en el sector mayorista y detallista.

Por otro lado, cuando la crisis sanitaria actual nos lo permita, realizaremos la prueba piloto de los contenedores inteligentes de materia orgánica, que teníamos prevista para antes del confinamiento. Dichos contenedores nos permitirán saber las empresas mayoristas que más cantidad de materia orgánica depositan en ellos y, de esta forma, podremos trabajar conjuntamente nuevas fórmulas para evitar el desperdicio alimentario.