

2015

Memoria Económica  
y de Actividades

**mercapalma**

# INDICE

---

- PRESENTACIÓN página | 3
- INTRODUCCIÓN página | 4
- ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN página | 5
- EMPRESAS Y ACTIVIDAD página | 6
- UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN página | 7
- EMPRESAS UBICADAS EN MERCAPALMA página | 9
- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA página | 10
  - Mercapalma Sostenible
  - Mercapalma Saludable
  - Mercapalma Solidaria
  - Centro de Innovación Agroalimentaria
- COMPROMISO CON LA CALIDAD página | 21
- RESULTADOS ECONÓMICO – FINANCIEROS página | 22
- DATOS DE COMERCIALIZACIÓN página | 24
- DATOS DE INTERÉS página | 28
- NUESTRO EQUIPO página | 29

## PRESENTACIÓN



*José Hila*  
*Alcalde de Palma*

Como Presidente de MERCAPALMA, es un placer presentar esta Memoria Económica y de Actividades de 2015, que hace públicos los datos, acontecimientos, logros y proyectos más destacados de la empresa.

En este informe se puede comprobar la continuidad de los resultados económicos positivos, así como los datos de comercialización de los clientes de MERCAPALMA durante el ejercicio 2015, que indican también que se ha generado mayor volumen en el movimiento de mercancías en la empresa.

La memoria detalla asimismo el desarrollo del Plan de Responsabilidad Social Corporativa, que tiene en la sostenibilidad uno de sus ejes básicos de actuación.

Los buenos resultados económicos nos han permitido llevar a cabo inversiones de mejora en las instalaciones de MERCAPALMA para ofrecer nuevos servicios, con el objetivo continuo de avanzar en la satisfacción del cliente y seguir siendo el polígono de alimentación de referencia de Baleares.

Para finalizar, quiero reconocer públicamente el compromiso solidario de Mercapalma y agradecer el trabajo que realizan consejeros, trabajadores, usuarios y colaboradores. Sin todos ellos, estos resultados no habrían sido posibles.

## INTRODUCCIÓN

El año 2015 supone el tercer y último año del Plan Estratégico 2013-2015, destacando la realidad de que hay un pequeño crecimiento económico, fomentado en el ámbito insular sobre todo por el auge del sector turismo. El crecimiento sostenible, la confianza de nuestros clientes, las instalaciones y las sinergias existentes, hacen sin duda de Mercapalma, un polígono de referencia.

Nuestro modelo de gestión basado en la mejora continua, la orientación a resultados y el mantener el equilibrio entre los grupos de interés, nos ayuda a plantear nuevos objetivos estratégicos, con la finalidad de adaptarnos a la nueva etapa de cambios, manteniendo nuestra esencia.

El año 2015, es el punto de partida de la ejecución del Plan de Responsabilidad Social Corporativa, cuyo eje central es la puesta en marcha del Centro de Innovación Agroalimentario, que persigue como objetivo esencial el de aportar valor a la sociedad, además de ser pieza básica en el sector agrolimentario. La creación de grupos de trabajo, promover formación e innovación con los principales actores del sector, potenciarán a Mercapalma como referente. Cabe destacar la tarea solidaria que se sigue haciendo cediendo espacios a Fundación Barceló y Banco de Alimentos, además de apoyar proyectos relacionados con la alimentación saludable y dinamización de la cadena comercial.

Entre los objetivos alcanzados por Mercapalma en el año 2015, destacan: finalización de la construcción de la segunda fase del pabellón de envases, aprobación por parte de la Administración Pública del proyecto de refrigeración por agua, el seguir compartiendo buenas prácticas con otras Mercas a través del proyecto de Mercaexcelencia, nuevos avances en la automatización de procesos administrativos y por último mejora en la recogida de aguas pluviales del polígono.

Por último, cabe destacar, agradecer y enfatizar la gran e imprescindible labor realizada por el personal de Mercapalma, los buenos canales de diálogo abiertos con nuestros clientes y el apoyo recibido por parte del recientemente nombrado Consejo de Administración. El año 2016 supondrá un año de asentar las bases de los próximos años y el de la realización del nuevo Plan Estratégico.



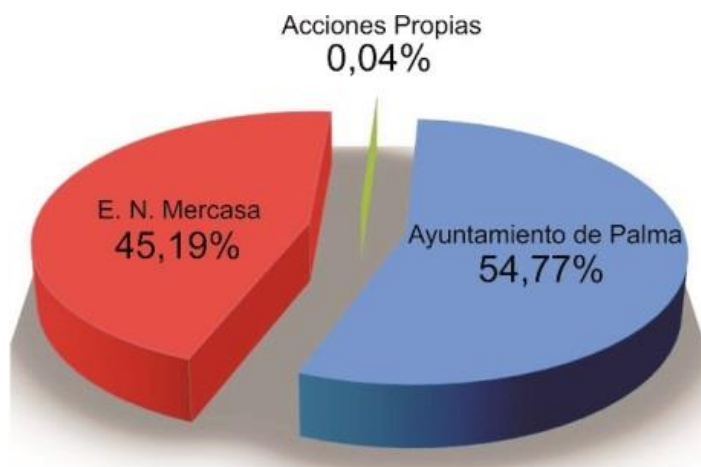
*Antonio J. Monjo Tomás  
Gerente de Mercapalma*

# ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2015



Ajuntament  de Palma



## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

<b>Presidente</b>	D. José Hila Vargas
<b>Vicepresidente 1º</b>	D. José Antonio Crespo Albelda
<b>Vicepresidenta 2ª</b>	Dª Antonia Martín Perdiz
<b>Vocales</b>	Dª Delia Pariente Jiménez
	Dª Jerónima Fernández Egea
	D. Pablo González González
	Dª Mª Antonia Comas Serra
	Dª Juana Mª Adrover Moyano
	D. José Llop Sureda
	Dª Vanessa Moreno Vincent
	D. Alfredo Reyes González
<b>Secretario</b>	D. Alfonso Dicenta Quiroga
<b>Director Gerente</b>	D. Antonio J. Monjo Tomás

## EMPRESAS Y ACTIVIDAD

**M**ercapalma concentra la mayor oferta mayorista agroalimentaria de Mallorca en una superficie distribuida en zonas diferenciadas.

**7 pabellones:** 2 de frutas y verduras y 5 polivalentes; el matadero; zona de actividades complementarias, locales comerciales y oficinas, edificio administrativo y el situado de productores (3.240 m<sup>2</sup> en los que más de 70 agricultores y agricultoras presentan las frutas y hortalizas recién recogidas de sus propias fincas).

**E**l pabellón I y II, con una superficie de 5.624m<sup>2</sup> cada uno, se componen de módulos que más de 40 empresas mayoristas de frutas y hortalizas utilizan como almacén y zona de venta. La adaptación de las nuevas tecnologías queda reflejada en los sistemas de recuento de stock y control de alimentos.

**E**l pabellón III acoge, en su mayoría, productos del mar. En cada módulo se cuida minuciosamente el pescado para mantener su frescura.

**L**os pabellones IV, V y VI albergan mayoristas de carne, pescado y otros servicios complementarios en una superficie de más de 10.000 m<sup>2</sup>.

**L**a zona de actividades complementarias (ZAC) ofrece a las empresas parcelas en las que establecer su negocio: logística, almacenes, panificadoras, salas de despique, fábrica de embutidos y centrales hortofrutícolas que ofrecen desde frutas exóticas hasta productos ya listos para servir en la mesa, la llamada cuarta gama.

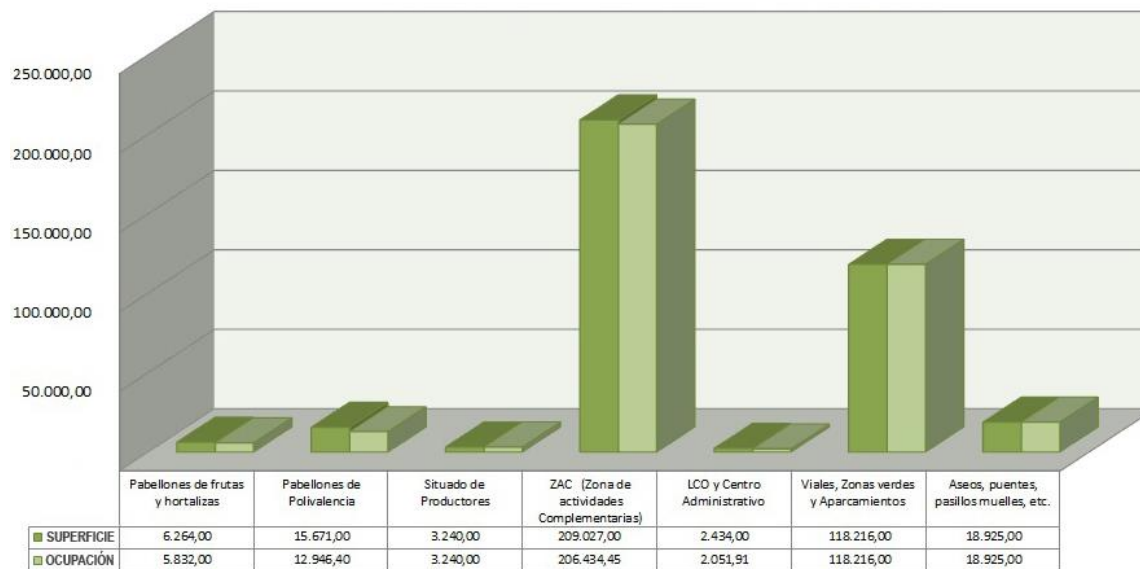
**E**l pabellón VII se ha desarrollado en dos fases. La primera destinada al tratamiento de envases y la segunda fase con una superficie de aproximadamente 1.800 m<sup>2</sup>, pudiendo comercializarse en espacios menores, adaptándonos a las necesidades del cliente. Dispone de acceso a muelle cubierto perimetral, permitiendo una óptima implantación de cualquier actividad.

# UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



Más de 370.000 m<sup>2</sup> dedicados a la alimentación

DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE EN MERCAPALMA



## UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

### UN NUEVO ESPACIO: PABELLÓN VII

Se ha construido la segunda fase del nuevo pabellón (pabellón VII), adaptando el espacio a la nueva demanda de los clientes, con una construcción diáfana en una superficie de aproximadamente 1.800 m<sup>2</sup> pudiéndose comercializar en espacios menores.

SEGUNDA  
FASE

1.800 m<sup>2</sup>





## EMPRESAS UBICADAS EN MERCAPALMA

Agroilla, S.A.T.  
 Agromallorca, S.A.T.  
 Al & Verd, S.L.  
 Andres Garcia Ruiz  
 Arima Gil Peira  
 Asociacion Patronal Mayoristas  
 Berlys Corporación Alimentaria, S.A.U.  
 Bibifrut, S.L.  
 Bonany Alimentació, S.L.  
 Cajamar  
 Camp Mallorqui  
 Carns Figueres, S.L.U  
 Cdad. Prop. C/ Cardenal Rossell nº182  
 Cecosa Supermercados, S.L.  
 Comercial Frio Balear, S.L.  
 Compañía Transmediterrania S.A.  
 Congelados Cesar, S.L.  
 Cultivar, S.A.  
 Discagran, S.L.  
 Dist. Frescos y Congelados La Nevera  
 Eco Fruites y Verdures S.L.  
 Escorxador i Serveis Carnics  
 Esfer, S.A.  
 Esplet, S.A.T.  
 Euro Pool System España, S.L.  
 Eurobanan palma, S.A.  
 Francisco Javier Grau Sureda  
 Francisco Moreno Peñalver  
 Frespi, S.A.T.  
 Frimar Panaderos Baleares, S.L.

Fruita Bona, S.A.  
 Fruites Caimari, S.L.  
 Fruites i Verdures Son March, S.L.  
 Frumasa  
 Frutas D'Or, S.A.  
 Frutas Font e Hijos, S.A.  
 Frutas Francia, S.L.  
 Frutas Gragon, S.L.  
 Frutas Huguet, S.L.  
 Frutas Riu, S.A.  
 Frutas Servera, S.A.  
 Frutas y Verduras Daniel  
 Fundación Banco Alimentos  
 Ginefruit, S.A.  
 Gregal Enginyeria Telematica, S.L.U  
 Hermas Buades, S.A.  
 Hijos de Esteban Montiel, S.L.  
 Hiper Manacor, S.A.  
 Illacamp, S.A.T.  
 Insular General Alimentaria, S.A.  
 Iscapalma, S.A.  
 Jaime Font Tomas  
 Jaime Torrandell, S.A.  
 Jesus Pastor Fuster  
 Jose Borgoñoz Vidal  
 Juan Antonio Barceló Rosselló  
 Juan Carlos Oliver Mayol  
 Juan Cladera, S.L.  
 Juan Nicolau Taberner  
 Luis Rosales, S.A.

María Bonet Cañellas, C.B.  
 Mariscos Ria de Vigo, S.L.  
 Mascaro Morera, S.L.  
 Medipeix, S.L.  
 Merca Fruites i Verdures, S.L.  
 Mercadona, S.A.  
 Newrest Group Holding, S.L.  
 Operador Logistica Interislas, S.L.  
 Palmafruit, S.A.  
 Pedro Serra Mas  
 Perecederos y Mas Navarro, S.L.  
 Pescados Llompарт, S.L.  
 Pescados Mar Este, C.B.  
 Petit Forestier  
 Productes d'Horta Es Caragol, S.L.  
 Punkytrans, S.L.  
 Refrilog, S.L.  
 Rosario Lopez Herrero  
 Salvador Ferra Ferra  
 Tikkun España, S.A.  
 Transiris Balear, S.L.  
 Transportes Marquer 2007, S.L.  
 Tu Carn, S.L.  
 Uco Sa Pobla, S.A.  
 Umami, Quality Fine Foods, S.L.  
 Vda. A. Serra, S.A.  
 Xutipesca, S.L.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Nos comprometemos a mejorar el bienestar y la calidad de vida de nuestros grupos de interés clave y de la sociedad mallorquina en general trabajando en el entorno de la alimentación, promoviendo iniciativas sociales a través de la triple dimensión (ambiente, social y económico) y hábitos de vida saludables para esta y generaciones futuras.



Mercapalma Sostenible



Mercapalma Saludable



Mercapalma Solidaria

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Sostenible

“A través de acciones encaminadas a reducir el impacto ambiental, derivadas de nuestra actividad y de la de los clientes que operan dentro de Mercapalma”

### MEDIO AMBIENTE



En 2015 los usuarios han entregado al Parque Verde 674 Tn de residuos, de los cuales son material incinerable 452 Tn.

Ahorro del 43,3% del coste.

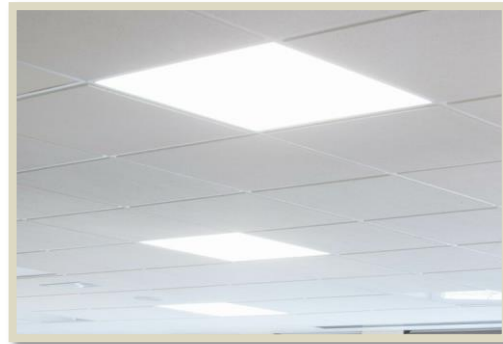
**Residuos:** En 2015 los usuarios han entregado al Parque Verde 674 Tn de residuos, de los cuales son material incinerable 452 Tn, por lo que el porcentaje de material reciclable sobre el total de residuos es de 32.9 %. Estos valores se deben comparar con la situación del año 2007, cuando se implantó del Parque Verde; en ese año se generaban 1.195 Tn de residuos y se incineraban 935 Tn, con lo que se evidencia una disminución del 51 % en los residuos a incinerar. Esto ha llevado aparejado además, un ahorro en costes pues la comparación de la valoración de los residuos del 2007 a costes actuales, con la valoración de los residuos de éste año representa un ahorro de **137.800 €** en el conjunto de los usuarios del Mercado, un **43.3 %** del coste.

La valoración de los residuos de éste año representa un ahorro de 137.800 € en el conjunto de los usuarios del Mercado.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### Mercapalma Sostenible

#### EFICENCIA ENERGÉTICA



Ahorro del 54% en consumo eléctrico  
respecto a 2002

Se ha producido un consumo total de 260.000 Kwh, que representa respecto al 2014 un ahorro en consumo del 14 %, como resultado de las medidas de reprogramación de alumbrado y sustitución de luminarias que se inició hace 6 años. Como dato comparativo se indica que en 2002 el consumo fue de 570.000 Kwh, por lo que nos situamos, respecto a ese año, en un ahorro del 54 %.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### Mercapalma Sostenible

# Depósito Pulmón Una Gran Iniciativa

CON UNA CAPACIDAD DE 1.000 m<sup>3</sup> DE AGUA.

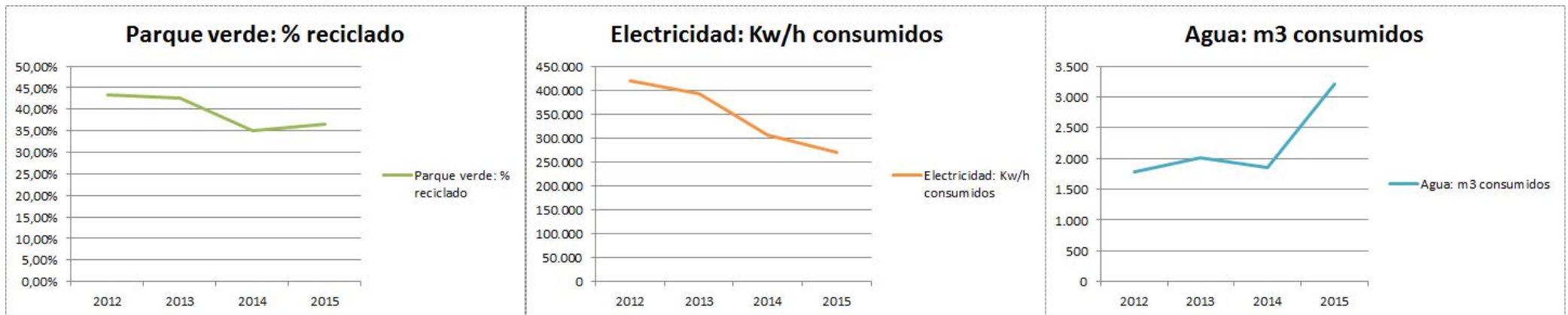
Se puede abastecer a toda la merca durante una semana

Un depósito pulmón de agua que garantiza el suministro de agua en la red de Mercapalma.

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Sostenible

INDICADOR	2012	2013	2014	2015
Parque verde: % reciclado	43,37%	42,51%	35,03%	32,90%
Electricidad: Kw/h consumidos	419.609	393.490	306.000	269.111
Agua: m3 consumidos	1.784	2.012	1.852	3.212*



\* El aumento de consumo es debido a una desviación por una avería en la red.

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Saludable

Hemos desarrollado una serie de proyectos, para la promoción de los hábitos de vida saludables en colaboración con otras organizaciones, como el Ayuntamiento de Palma.

### L'ESCOLA AL MERCAT



**ESCOLA AL MERCAT** es un proyecto en el que colabora Mercapalma, conjuntamente con el ayuntamiento y otros organismos, para dar a conocer los alimentos que pueden encontrar en los mercados de la ciudad.

### DESAYUNOS SALUDABLES



Se han repartido en 2015 casi 300 Kg de fruta a alumnos para **“Desayunos Saludables”** en colaboración con el ayuntamiento de Palma.

### EL REBOST DE MALLORCA



Hemos tenido la visita de varios colegios e institutos donde los alumnos han podido ver de primera mano el funcionamiento de algunas empresas que hay dentro de Mercapalma.

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Saludable

Presentación L' Escola al Mercat

Presentación Fit-Salut Palma 2015



Mercapalma colabora en la séptima edición L'escola al Mercat presentada en el Mercat de L'Olivar



El evento trata de promover hábitos saludables en todas las edades a través del ejercicio físico.



# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Saludable

### Palma de Mallorca Marathon 2015



Más de 6000 plátanos para los participantes de la Palma Marathon Mallorca 2015.



INDICADOR	2012	2013	2014	2015
Nº colaboraciones en eventos	2	2	2	3
Nº alumnos que participan en “Escola al Mercat”	980	924	1132	1214
Kilos entregados a “Desayunos saludables”	265	148	145	295
Nº visitas a “El Rebot de Mallorca”	9	5	8	7

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### Mercapalma Solidaria



Mercapalma colabora con el Banco de Alimentos cediendo gratuitamente un local de 200 m<sup>2</sup> para las operaciones kilo.

116 ONG's han accedido a Mercapalma en 2015 de forma gratuita.

Queremos facilitar la accesibilidad de toda la población a la alimentación y evitar el despilfarro alimentario, sensibilizando tanto a nuestros clientes como a nuestro personal, haciendo nuestro compromiso el de toda la unidad alimentaria.

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Mercapalma Solidaria

Colaboramos con el grupo de voluntariado del Banco de alimentos para organizar todo el género recogido en la operación kilo.

Para el personal fue una experiencia muy positiva y satisfactoria el poder colaborar con la fundación.

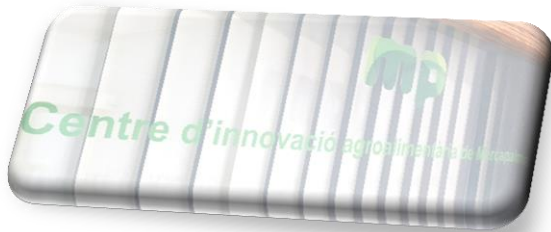
Tanto los empleados y empleadas de Mercapalma como la Fundación quedaron muy contentos con esta iniciativa y se comprometieron a volver a colaborar en la próxima campaña.

Un 82% del personal de Mercapalma ha participado en 2015 durante su tiempo libre como voluntarios en campañas de recogida de alimentos organizadas por el Banco de Alimentos



# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

## Centro de Innovación Agroalimentaria de Mercapalma



En junio de 2015 Mercapalma ha inaugurado el llamado Centro de Innovación Agroalimentaria de Mercapalma, un proyecto que servirá para tratar de ayudar a mejorar la oferta del centenar de empresas que hay en el recinto que abastece a toda Mallorca. Mercapalma busca la creación e impulso del emprendimiento, la formación y la innovación y conocimiento en todos los aspectos relacionados con el sector agroalimentario en cualquiera de las partes de su cadena de valor en este sentido se han llevado a cabo las siguientes actividades:

### FORMACIÓN

*Se han ofrecido dos cursos.*

*Operaciones Auxiliares de almacenaje (35 horas) octubre-novbre.*

*Manipulación de cargas con carretillas elevadoras (50 horas) novbre.-dicbre.*

### CHARLAS

*Responsabilidad penal administradores (septiembre).*

*Gestión Alérgenos (octubre).*

*Modelo Gestión Ventas (noviembre).*

### FOROS DE TRABAJO

*Normativa de etiquetado (octubre).*

*Programa PICE Cámara de comercio (noviembre).*

### JORNADAS

*Una jornada sobre transferencia e innovación del sector agroalimentario.*

## COMPROMISO CON LA CALIDAD

**Mercaexcelencia:** MERCAPALMA participa activamente en un proyecto global liderado por MERCASA, basado en el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management), con el objetivo de implantar una forma de gestión homogénea para la Red Merca, mejorando su gestión interna y aprovechando las sinergias del grupo. MERCAPALMA, junto con MERCASTURIAS fueron pioneros en esta iniciativa, a la que se han sumado otros 14 Mercas en los últimos años.



**MEX6:** Es el grupo de Mercas que lidera el proyecto Mercaexcelencia y está formado por Mercasturias, Mercabilbao, MercaLasPalmas, Mercagranada, Mercalicante y Mercapalma.

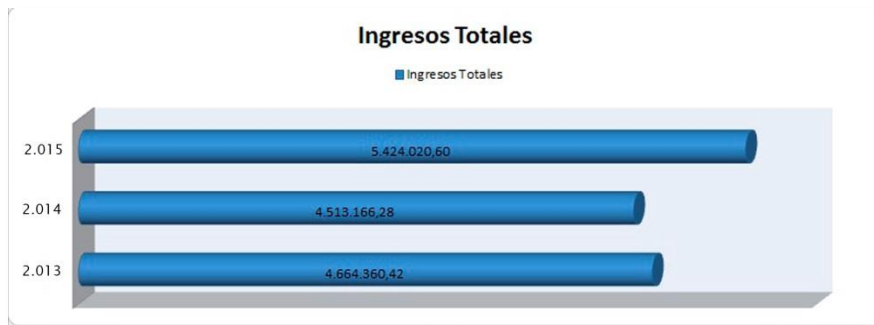
En octubre tuvo lugar un encuentro en Palma durante el que se realizó una sesión sobre salario emocional.

Durante 2015 se han realizado tres encuentros del grupo de trabajo MEX6, que se han centrado en el desarrollo de la motivación de las personas.

MERCAPALMA, como socio del **Fórum Institucional de Calidad en el Sector Público de les Illes Balears** participó en la trobada 2015 que se celebró los días 22 y 23 de abril, dentro del marco de la Calidad y el Turismo, con una presentación sobre la Seguridad Alimentaria.

## RESULTADO ECONÓMICO - FINANCIERO

El beneficio generado después de impuestos durante 2015 ha sido de algo más de 2,5 millones de euros, lo que supone un aumento del 23,06% con respecto al año anterior, y un 30,08% por encima del previsto en el presupuesto para este año.



Las principales inversiones de este año han sido la construcción del pabellón VII, la construcción de una nave en la parcela 23.1 de la ZAC iniciada el año anterior, el depósito pulmón y contra incendios, el asfaltado del pabellón V y la activación de la instalación de las cámaras TV.

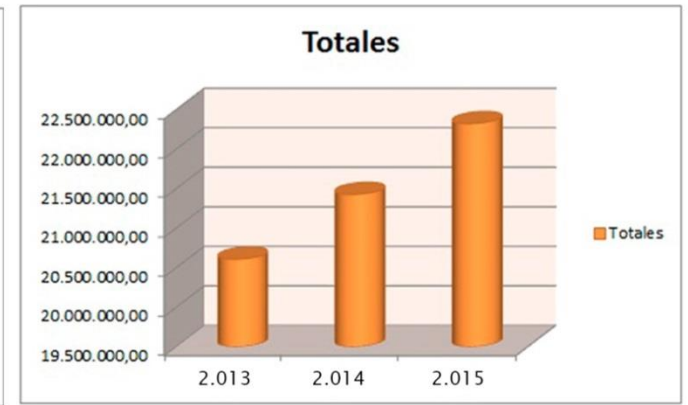
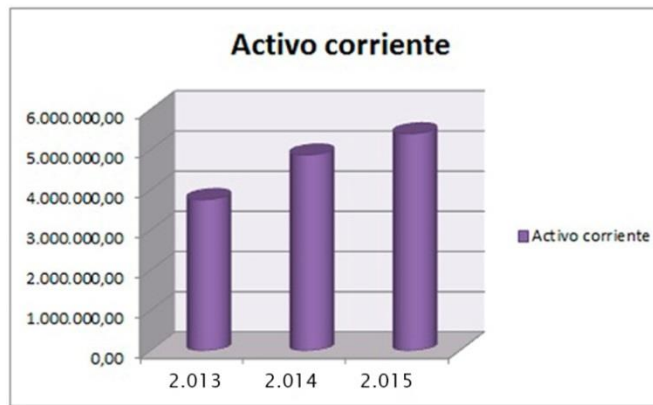
En este aspecto la Sociedad ha realizado inversiones por un total de

**1.252.673,29€**



## RESULTADO ECONÓMICO - FINANCIERO

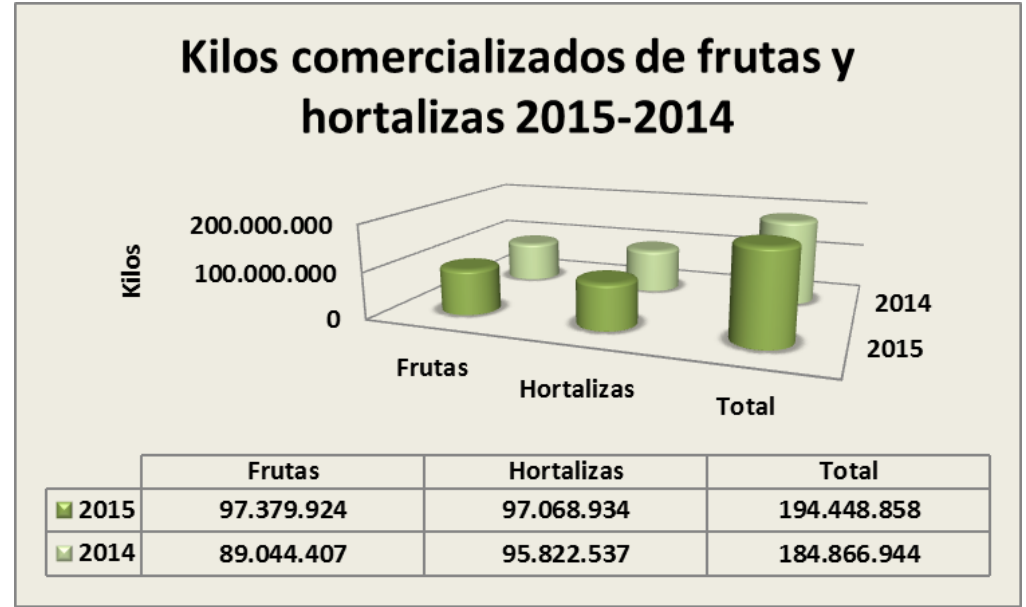
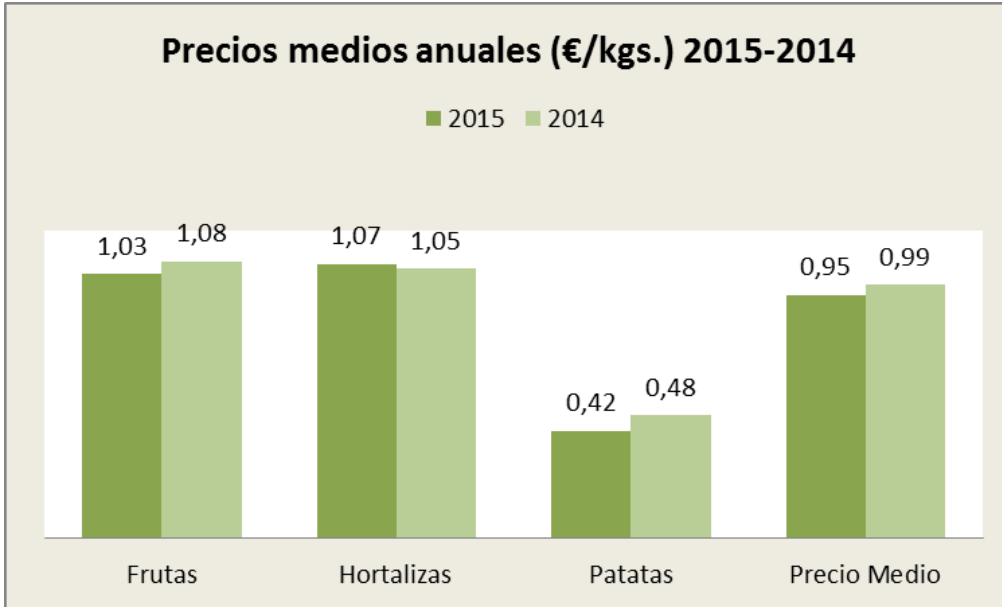
El activo no corriente representa un 75,81% del total del activo, en tanto el corriente es el 24,19% restante. En cuanto al patrimonio neto se encuentra entre un 73,55% del total del pasivo, mientras el pasivo no corriente es el 20,86% y el pasivo corriente el 5,5%.



Desde el punto de vista patrimonial, la sociedad se encuentra en pleno período de madurez (41 años de actividad), saneada (escaso endeudamiento) y disfruta de una sólida posición financiera que le permite hacer frente a sus compromisos y financiar el 100% de sus inversiones con recursos propios.

# DATOS DE COMERCIALIZACIÓN

## MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS



El precio medio ponderado de frutas y hortalizas ha sido inferior al año anterior en -4,04 %.

De los precios tenemos que por variedades los de frutas han bajado (-4,63 %), de hortalizas han aumentado (1,90 %), y que los de patatas han disminuido considerablemente (-12,50 %).

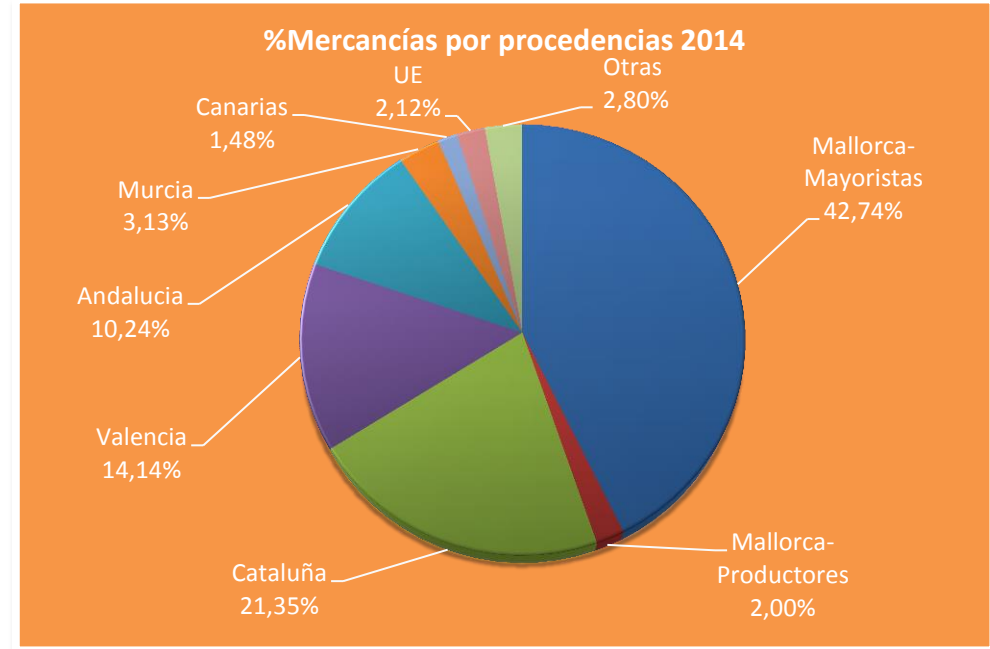
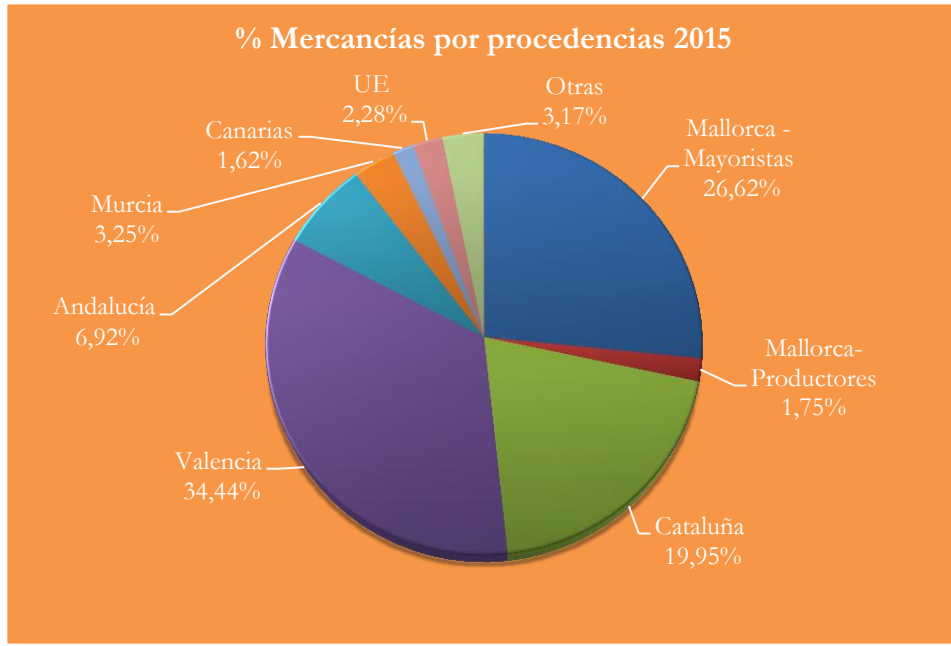
En frutas y hortalizas el volumen de lo comercializado durante el año 2015 ha sido **194.448,85 Tm**, un 4,9 % más que el año anterior, aumento mucho más significativo en la comercialización de frutas que en la de hortalizas.

Los mayoristas han aumentado un 5,1 % los kilos comercializados, en cambio los productores han disminuido un 9 %.



# DATOS DE COMERCIALIZACIÓN

## MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

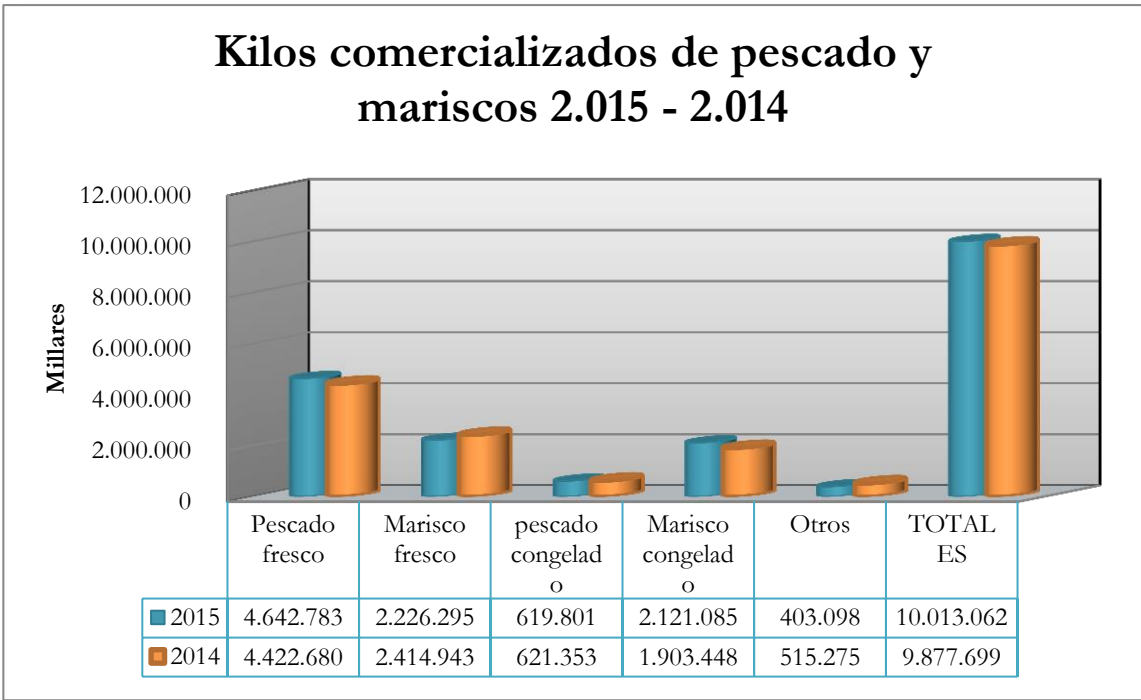


Respecto a la procedencia de las mercancías comercializadas en 2015 destacar que el 28,37% es producto local, mientras que un 66,18% es del resto de las Comunidades Autónomas. El 5,45% tendría su origen fuera del territorio nacional.

Destacar que en el año anterior se comercializó un 16,37% más de producto local que en este ejercicio.

# DATOS DE COMERCIALIZACIÓN

## MERCADO DE PESCADOS Y MARISCOS



El volumen comercializado de pescado y marisco se ha incrementado en un 1,37 %, **135.363 kilos** más que el pasado año.

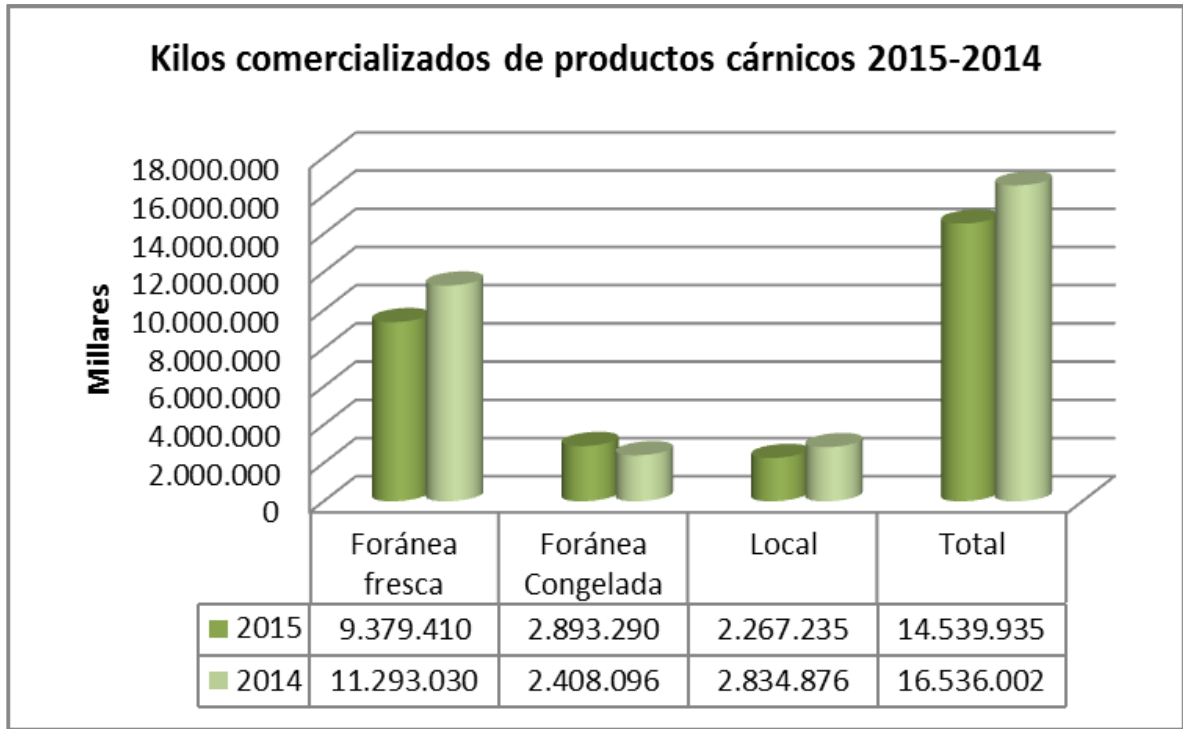
El pescado fresco ha incrementado su venta en un 4,98 %, en cambio el pescado congelado ha disminuido ligeramente un (-0,25%).

En el caso del marisco, se ha incrementado la venta de marisco congelado en (11,43%), y disminuido la de marisco fresco en (-7,81%).

El resto de productos congelados comercializados han experimentado una disminución considerable (-21,77 %).

# DATOS DE COMERCIALIZACIÓN

## MERCADO DE CARNES



En el matadero, el sacrificio de carne sigue la misma tendencia de reducción de su actividad, igual que el año anterior. Este año ha sido un 4,57 % inferior (129.580 kg menos que el año anterior).

La comercialización de carne en general ha sufrido un descenso del 10,43 % (la carne fresca ha sufrido un descenso del 16,95 %, en cambio la carne congelada ha aumentado su comercialización en un 20,15 %).

## DATOS DE INTERES

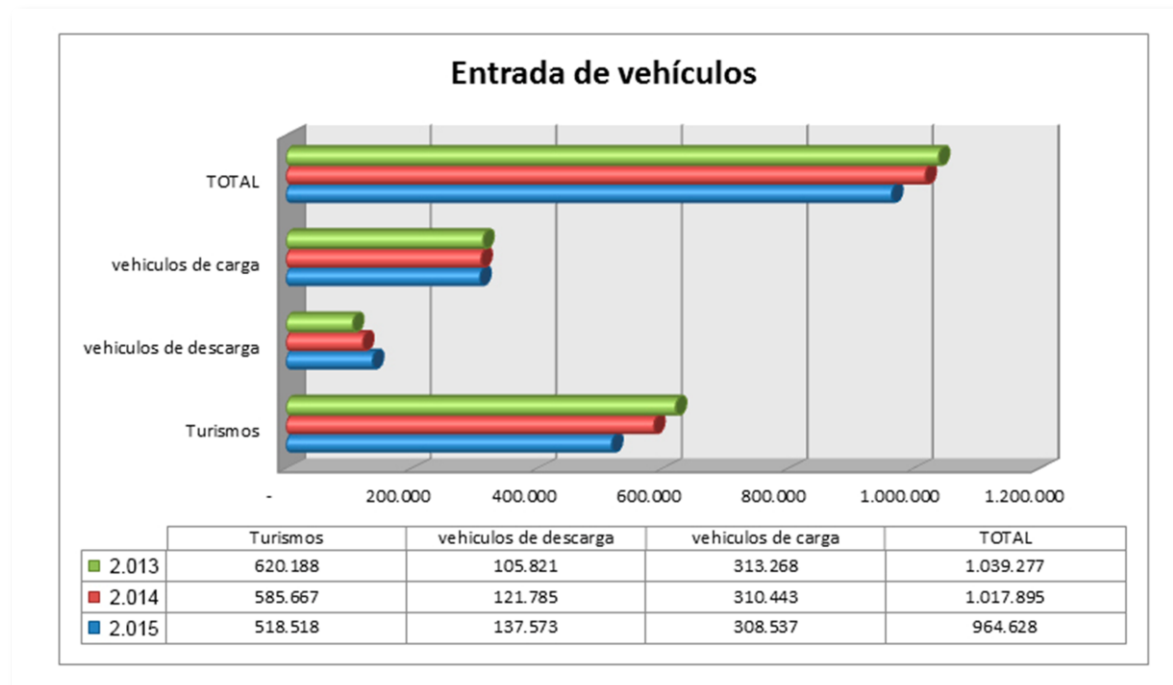
### Compromiso de los clientes:

El 63'16% de datos estadísticos se han ingresado a través de la web.

### Abonos:

En este año 2015 se ha logrado que el 100% de los abonos de acceso se realicen a través de la web, agilizando de esta manera la renovación.

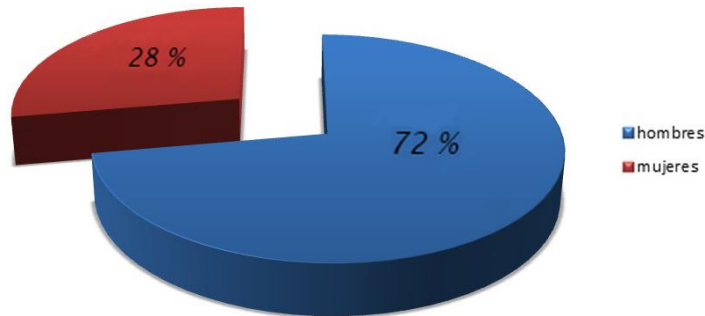
### Accesos:



# NUESTRO EQUIPO



Distribución por sexo



- Aguilar Adrover, Antonio*
- Cabrera Sánchez, Encarna*
- De Luca, Guillermo Gabriel*
- Fullana Jaume, M<sup>a</sup> Isabel*
- Gracia Pujalte, Jose M<sup>a</sup>*
- Grimalt Nadal, Joan*
- Llinàs Serra, M<sup>a</sup> Magdalena*
- Martín Socias, Xavier*
- Medina Marí, Victor*
- Mejía Benjumea, Mauricio*
- Molina Ruiz, Antonio*
- Monjo Tomás, Antonio J.*
- Navarro Iniesta, Ramón*
- Pérez-Gil García, Diego*
- Puerta González, Marta*
- Salleras Estarellas, Jaime*
- Sureda Domingo, M<sup>a</sup> Eugenia*
- Vidal Morey, Antoni*

MERCAPALMA lo forma un equipo de 18 personas implicadas con el desarrollo de nuestra misión y valores, comprometidas con los objetivos y el buen funcionamiento de la empresa.

La premisa que tienen todas y cada una de las personas que forman Mercapalma es la atención a los distintos grupos de interés.

## NUESTRO EQUIPO

### *Implicación con las personas*

#### CODIGO DE CONDUCTA

Existe un comité de conducta constituido por 3 personas elegidas por el personal de Mercapalma.

#### PLAN DE IGUALDAD

Desde 2011 MERCAPALMA tiene implantado un Plan de igualdad que pretende, además de velar por el cumplimiento de la normativa vigente en materia de igualdad efectiva entre hombres y mujeres (LO 3/2007), conseguir la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres y eliminar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo como vía para promover un buen clima laboral que mejore la satisfacción de las personas.

#### TRABAJO EN EQUIPO

Para cumplir con nuestra misión necesitamos un equipo humano comprometido con la estrategia de la empresa. Dicha implicación va más allá del mero cumplimiento de las tareas. Es preciso que las personas se sientan integradas en la gestión como partes necesarias de la misma. En 2015 se han organizado actividades para promover el buen clima laboral y el trabajo en equipo.



*Ya estamos trabajando en la  
memoria Económica de Actividades  
de 2016.*

*Esta Memoria ha sido diseñada y realizada por trabajadores de Mercapalma.*