



MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES

2013

MERCAPALMA, SA.

ÍNDICE

| | Página |
|---|--------|
| 1. Presentación | 2 |
| 2. Introducción | 3 |
| 3. Mercapalma, polígono agroalimentario | 4 |
| 4. Ubicación y distribución superficie Mercapalma | 5 |
| 5. Modelo en la gestión basado en la excelencia (EFQM) | 7 |
| 6. Servicios a la sociedad | 9 |
| 7. Órganos de representación | 15 |
| 8. Equipo humano | 16 |
| 9. Datos de comercialización | 20 |
| 10. Resultados económico-financieros | 24 |
| Anexo 1 - Relación de personal | 30 |
| Anexo 2 - Empresas ubicadas en Mercapalma | 31 |

1. Presentación

Como Presidente de MERCAPALMA, me complace presentar la Memoria Económica y de Actividades de la empresa, en la cual se publican los datos de comercialización, los resultados económico-financieros y los proyectos más relevantes desarrollados a lo largo de 2013 por el polígono de alimentación de referencia de Baleares.

El presente informe confirma la continuidad de los resultados económicos positivos y la evaluación EFQM por parte de auditores externos, que califican a MERCAPALMA como empresa excelente en la gestión.

La Memoria también refleja la apuesta de MERCAPALMA por dotar de valor añadido a las instalaciones, mediante la puesta en marcha de nuevos proyectos.

Los buenos resultados económicos y la transformación del capital de la empresa en 100% público han permitido seguir ampliando y mejorando MERCAPALMA, además de revertir en proyectos beneficiosos para la ciudadanía.

Los datos de comercialización, que se han mantenido estables durante 2013, y el flujo de entradas y salidas, indican que MERCAPALMA constituye la mayor concentración agroalimentaria de Mallorca y que se ha generado un mayor volumen en el movimiento de mercancías que en ejercicios anteriores.

Quiero agradecer la importante tarea solidaria de MERCAPALMA con el Banco de Alimentos y Fundación Barceló y destacar el papel de consejeros, trabajadores, usuarios, y diferentes colaboradores. Todos ellos juegan un papel indispensable para la buena marcha de la empresa. Estoy seguro de que, sin su esfuerzo, MERCAPALMA no habría obtenido estos resultados positivos.



Mateo Isern Estela
Alcalde Palma
Presidente de Mercapalma
Palma de Mallorca, Julio 2014



2. Introducción

El año 2013 supone el primer año del Plan Estratégico 2013-2015, destacando que estamos atravesando tiempos de cambio y en el que se exige reflexionar para adaptarse a los nuevos entornos. MERCAPALMA es un polígono de referencia y tiene que seguir apostando por la calidad de sus productos y servicios.

Siempre teniendo en cuenta y consiguiendo el no romper el equilibrio entre los diferentes grupos de interés, además de satisfaciendo sus necesidades y expectativas, los resultados económicos han sido positivos, gracias a la contención en el gasto y el mantenimiento de los ingresos. Se percibe una leve mejoría en la segunda parte del año en el periodo de crisis que estamos atravesando en la economía en general y se prevé un leve crecimiento en el año 2014.

EFQM es la metodología de gestión con la que estamos comprometidos y en el presente año además de seguir trabajando en la mejora continua y en la implicación del personal en los objetivos estratégicos de la empresa y orientación en resultados, coordinado por el IDI se ha evaluado externamente a MERCAPALMA consiguiendo la calificación de empresa excelente con una puntuación de 537 puntos.



Toni Monjo Tomás
Director gerente de MERCAPALMA
Palma de Mallorca, Julio 2014

La comparación con otras empresas del sector público y mercas y el esfuerzo de la búsqueda, desarrollo y despliegue de las líneas de visión en planes de acción, han permitido conseguir mayor eficiencia en la gestión que se ha visto recompensada por el reconocimiento comentado anteriormente. Todo ello no va a suponer el paralizar nuestro ímpetu por seguir mejorando.

Entre los objetivos alcanzados por MERCAPALMA en 2013 destacan: la canalización del polígono con una red de gas, máxima eficiencia en el departamento de administración conseguido con la implantación de la renovación de los abonos con una aplicación e-commerce o entrada de datos estadística vía internet, la finalización e inicio de comercialización de la última fase la ampliación del polígono y la entrada de la empresa en foros como el de empresas del sector público afines a la calidad y Mercaexcelencia.

Para finalizar, reconocer y agradecer la gran labor desarrollada por el equipo humano de MERCAPALMA, su Consejo de Administración y diferentes colaboradores, siendo este año la base en el desarrollo de unos buenos cimientos para augurar para el 2014 iguales o mejores resultados.



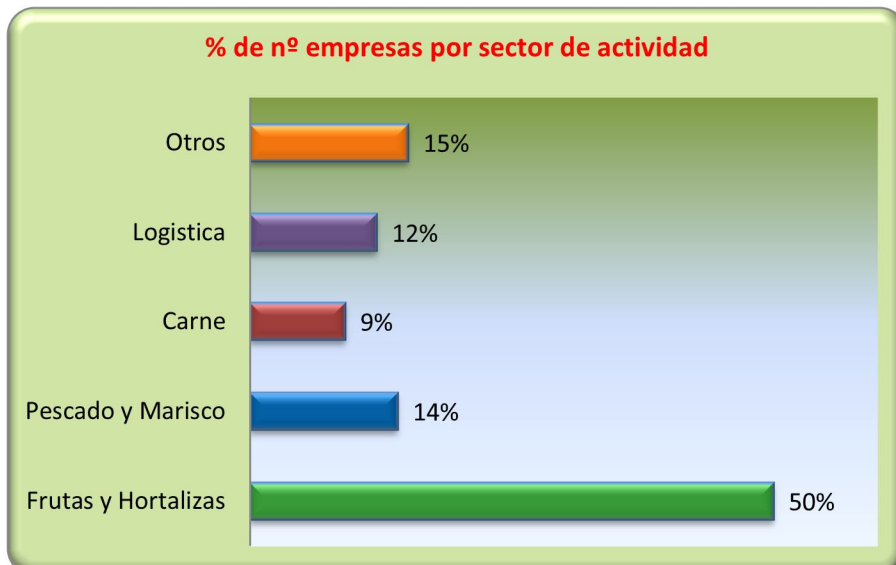
3. Mercapalma, polígono agroalimentario

MERCAPALMA S.A. se constituyó en el año 1968 e inauguró sus instalaciones en 1973. La sociedad, al igual que los demás Mercas, surgió como respuesta a los problemas logísticos y de mercado que los productos frescos de alimentación tenían en las grandes áreas urbanas.

Esta reforma se acometió desde el sector público a través de la empresa nacional MERCASA, cuya red de Unidades Alimentarias (Mercas), constituida en colaboración con los Ayuntamientos, vino a dar respuesta a la problemática expuesta anteriormente.

El EXCMO. AYUNTAMIENTO DE PALMA, consciente de la importancia de dicho objetivo, apoyó la creación, construcción y desarrollo de MERCAPALMA, S.A., con la finalidad de ofrecer espacios y servicios eficientes y modernos, tanto desde el punto de vista de la distribución como del sanitario.

En sus instalaciones se ubican empresas de Frutas y Hortalizas, Pescado, Carne, Productores, diversas plataformas y almacenes de distribución y logística, así como otras actividades complementarias.



“Las mercancías que necesitamos diariamente nos llegan a través de la cadena comercial constituida por productores, mayoristas, detallistas y finalmente los consumidores”.

“La mayor concentración de oferta mayorista agroalimentaria de Baleares”



4. Ubicación y distribución superficie Mercapalma



Ubicación de MERCAPALMA en la isla de Mallorca y en la ciudad de Palma de Mallorca.
Código de localización en google maps



“Muy buenas comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas”

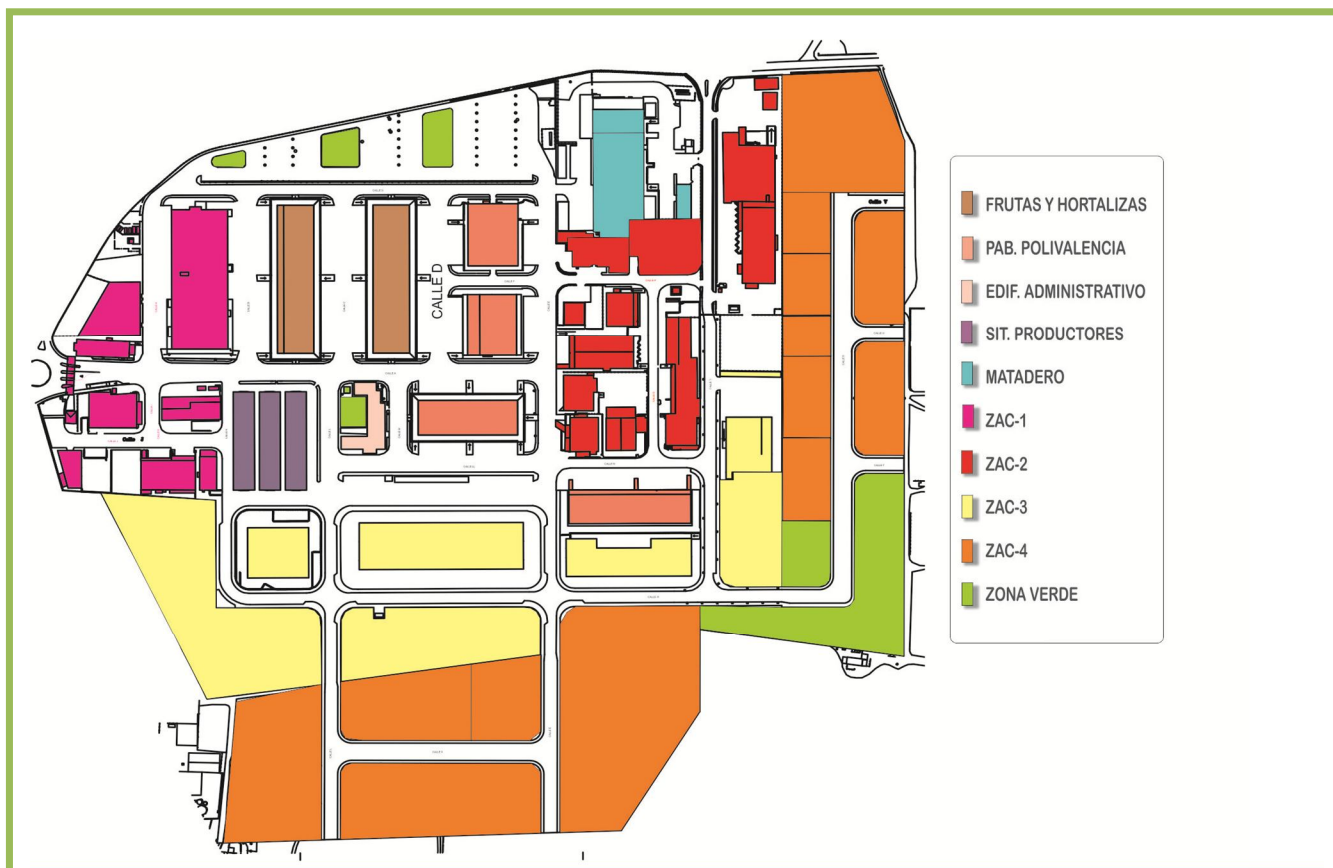


MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

| <u>Distribución de la superficie</u> | <u>m²</u> |
|---|----------------------|
| <u>Centro Administrativo</u> | 1.633 |
| <u>Pabellones de Frutas y Hortalizas</u> 2 Pabellones con un total de 116 puestos y una superficie de 54 m ² por puesto | 11.248 |
| <u>Pabellones de Polivalencia</u> Pabellón III: compuesto por 11 módulos con una superficie de 110 m ² y 2 de 360 m ² Pabellón IV: compuesto por 24 módulos de 90 m ² y 2 de 140 m ² Pabellón V: con 7 módulos de 360 m ² Pabellón VI: con por 1 módulos de 190 m ² , 2 de 205 m ² , 1 de 397 m ² y 1 de 664 m ² | 7.888 |
| <u>Situado de Productores</u> Consta de 216 puestos de 6 m ² cada uno | 3.240 |
| <u>ZAC (Zona de Actividades Complementarias)</u> Consta de 78 parcelas de diferentes medidas | 230.693 |
| <u>LCO (Locales Comerciales y Oficina)</u> Consta de 19 locales comerciales de diferentes medidas | 721 |
| <u>Viales, zonas verdes y aparcamientos</u> | 118.947 |
| Superficie Total | 374.370 |



“Casi 40 hectáreas destinadas al sector Agroalimentario”



5. Modelo de gestión basado en la excelencia (EFQM)



MISIÓN

Somos una empresa pública con más de 40 años en el sector, de ámbito insular, especializada en logística agroalimentaria, colaboramos con nuestros clientes en el desarrollo de la distribución de productos agroalimentarios, con unos resultados económicos positivos para nuestros accionistas, preocupados por el medio ambiente y la producción local y con un equipo humano comprometido con la estrategia de la empresa.

VISIÓN

Nos comprometemos con nuestros grupos de interés para satisfacer sus expectativas razonables y ser referentes de excelencia en la gestión, ofreciendo a nuestros clientes servicios de calidad, garantizando una rentabilidad sostenible a nuestros accionistas, contribuyendo con la sociedad en la alimentación saludable y en la protección del medio ambiente, basándonos en la participación comprometida de las personas y el liderazgo.

VALORES

Todo ello mediante una serie de valores que constituyen nuestra filosofía de empresa:

- Transparencia: Informar de una manera clara, veraz, accesible y oportuna.
- Fiabilidad: Transmitir confianza y seriedad.
- Orientación a resultados: Buscar alto nivel de calidad y eficiencia
- Trabajo en equipo: Coordinar actividades apoyándose unos a otros.
- Innovación: Conseguir adaptarse a los cambios del entorno.

El Modelo podemos representarlo gráficamente como se muestra en la ilustración:

MODELO EFQM

El modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia) es una herramienta metodológica que ayuda a las entidades a conseguir éxitos midiendo su posición en el camino hacia la excelencia:

- Ayuda a detectar áreas susceptibles de mejora.
- Ayuda a identificar soluciones potenciales para minimizarlas.
- Facilita ideas acerca de la implantación de esas soluciones.

**Mercaexcelencia: Proyecto global de gestión**

MERCAPALMA participa activamente en un proyecto global liderado por MERCASA y denominado "Mercaexcelencia", 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 tres años.

6. Servicios a la sociedad

Infraestructuras



▪ **Pabellón de envases**

Destinado a la logística de envases, es fruto de la colaboración entre Mercapalma y el operador de envases EUROPOOL. El proyecto contempla la posibilidad de incorporar al sistema envases distintos a los propios de Europool, de forma que se vayan integrando en el sistema otros Mayoristas de Mercapalma, resolviendo de forma eficiente la gestión de envases (limpieza, optimización de stock

“Inauguración del nuevo centro EURO POOL SYSTEM en Mercapalma”

• **Comunicaciones**

La Unidad Alimentaria dispone desde 2012 de una red de fibra óptica, que permite la explotación de las comunicaciones fijas y móviles por un operador con fiabilidad, velocidad, capacidad y coste muy competitivos. Se ha renovado el acuerdo con ORANGE y MERCABARNA hasta 2016, siendo el saldo de conexiones a final del 2013 de 61 líneas fijas y 234 líneas de móvil.



▪ **Nuevos terrenos y otros espacios disponibles**

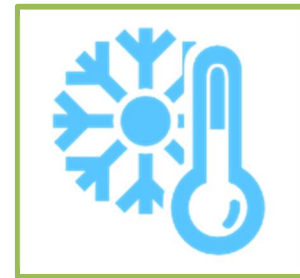
Se ha solicitado al Ayuntamiento, en la revisión del Plan General, la incorporación de una superficie destinada a futuro crecimiento de la Unidad, de aproximadamente 100.000 m².

Las parcelas están dotadas de conexión a los servicios de suministro de agua potable, recogida de aguas fecales, recogida de aguas pluviales, conexión a la red de baja tensión, conexión a la red de telefonía estándar y disponibilidad de conexión a la red de fibra óptica

Disponemos de módulos en pabellones y de locales comerciales para la implantación de nuevas empresas relacionadas con el sector agroalimentario, entre 17 m² y 360 m², destacando un aula de conferencias totalmente equipada.

▪ Pabellones refrigerados

Fruto de los acuerdos con la Patronal de Mayoristas de Frutas y Hortalizas, y con la Consellería de Comercio e Industria, se inició en 2.001 un plan de reformas en los Pabellones I y II de Frutas y Hortalizas de Mercapalma, por el cual ahora disponen los Mayoristas de Mercapalma de unas instalaciones modernas, con equipos frigoríficos renovados, que permiten refrigerar las salas de venta y mejorar las condiciones de los productos comercializados. Se ha conseguido incrementar la eficacia de las operaciones, al evitarse el traslado de género a las cámaras frigoríficas, así como la seguridad al trabajar en recinto cerrado, mejorando el control sobre la mercancía. Por otro lado se ha facilitado la mejora de la higiene al construir los paramentos verticales y techos mediante planchas metálicas lacadas aisladas, de fácil limpieza. Mercapalma, como titular del edificio lideró la realización de las reformas, que fueron sufragadas entre los Mayoristas titulares de los puestos, contándose con una importante subvención de la Consellería de Comercio.



▪ Seguridad

Adaptando las infraestructuras a la normativa vigente, se ha dotado a los Pabellones de Frutas y Hortalizas de sistemas automáticos de detección de humos en las zonas comunes y de Bocas de Incendio Equipadas (BIES) para la actuación en dichas zonas. Están conectadas a un aljibe dotado de grupo de presión, así como a la red de distribución general de agua del polígono. El sistema de alarma se conecta a la empresa de Seguridad que tiene adjudicado dicho servicio.

Como se menciona más arriba, se estudia la utilización de la red de comunicaciones para facilitar la conexión de las alarmas propias de los mayoristas, tanto de incendios como de presencia, incrementado la eficacia y seguridad.

El Polígono dispone de 11 badenes reguladores de velocidad, con objeto de mejorar la seguridad para peatones, evitando los excesos en aquellas calles con más tráfico.

▪ Gas

Se ha construido una red interna de distribución de gas natural, para facilitar a nuestros clientes el suministro de este combustible, por su alta eficiencia. La red es comercializada por Endesa. Se ha planteado de forma que cada usuario pueda contratar el suministro con cualquier comercializadora independientemente de la Empresa Distribuidora del Gas. Por otro lado se establece un sistema de compensación a los usuarios iniciales por parte de los que posteriormente se adhieran a la red, de forma que los costes estén repartidos.



“Mercapalma firma un acuerdo con Endesa Gas T&D para la distribución de gas natural”



Medio Ambiente

▪ Parque Verde

En 2007, y después de dos años de negociaciones con los Mayoristas del Mercado, se implantó el Parque Verde de Mercapalma, con la participación del Consell Insular y de Emaya. El parque Verde es la parte visible de un cambio radical en la forma de concebir y tratar los residuos en Mercapalma, pasando de generar en el año 2006 1.304 Tm de residuos, todos ellos destinados a incinerar, a entregarse 511Tm en 2013, de las cuales sólo 294 Tm fueron incineradas.

Se ha producido por tanto una reducción en la generación de residuos del 60 %, y los generados se separan correctamente, destinándose a incinerar sólo el 23 % de lo que fue inicialmente.

Toda esta reducción en la generación de residuos y mejora en la selección de los mismos ha conllevado un importante efecto económico. Se estima que en 2013, el conjunto de operadores del mercado se ha ahorrado un importe global cercano a los 168.000 €, si extrapolamos los valores de 2006 a los costes actuales.

▪ Seguridad Alimentaria

En los puntos anteriores se mencionan Alianzas que se plantean con determinados organismos para poder conseguir nuestros objetivos. Este es el caso de la relación con la Conselleria de Sanitat, con quien se estableció un acuerdo por el cual se facilita el cumplimiento a las empresas agroalimentarias ubicadas en Mercapalma, de requisitos concretos del APPCC. Concretamente Mercapalma se encarga de gestionar un plan de control de plagas en los pabellones y zonas comunes; del control de calidad del agua, tanto del análisis completo periódico como del seguimiento sistemático semanal del nivel de cloro; así como de la limpieza de los espacios comunes utilizados por los mayoristas. Toda la información (registros, planes, incidencias...) están a disposición de los mayoristas y de la Inspección de Sanitat, quien audita periódicamente el cumplimiento de Mercapalma.

• Eficiencia energética

En los últimos años se ha procedido a trabajar en dos líneas para reducir los costes energéticos. Por un lado se han realizado mejoras e inversiones en las instalaciones, de forma que se reduzcan los consumos en las instalaciones de Mercapalma, fundamentalmente en alumbrado, y por otro se trabaja en la reducción del coste unitario del Kw/h consumido, sumándose Mercapalma a la adjudicación por subasta del suministro conjuntamente con otras Mercas y entidades relacionadas con MERCASA. El objetivo es poder demostrar que la eficiencia energética tiene recorrido entre nuestros clientes, ofreciéndoles tanto nuestra experiencia en la disminución de consumo como la oportunidad de formar parte de la subasta para optimizar costes.

Continuando las reformas iniciadas en 2012, han permitido una disminución del consumo de un 19 % en alumbrado. Por otro lado, la última subasta de contratación refleja una disminución esperada del coste cercana al 5 %.



“Reducción en la generación de residuos del 60% destinándose a incinerar sólo el 23 %”

Parc Verd



“Control de plagas y calidad del agua”

Proyectos sociales



■ Banco de alimentos



MERCAPALMA pone un local a disposición de la Fundación Banco de Alimentos para que pueda ejercer su actividad de reparto de alimentos entre las diferentes ONG's y asociaciones de Mallorca.

"230 TN de alimentos repartidos"

"S.M. La Reina, visita el Banco de Alimentos de Baleares en agosto de 2013"

■ IME

Se ha firmado un convenio con el IME por el que MERCAPALMA patrocina el fomentar el deporte, aportando fruta que es repartida entre los participantes a las mismas.



"6800 piezas de frutas repartidas"

■ Visitas grupos

"Más de 100 personas nos han visitado"

Anualmente se organizan visitas a MERCAPALMA con el fin de dar a conocer el polígono agroalimentario a la sociedad mallorquina. Estas visitas se organizan a través del Ayuntamiento y los organismos que desean realizar la visita lo solicita a través de la página web del Ayuntamiento de Palma.

■ Palma educa

MERCAPALMA colabora con el Ayuntamiento de Palma en las actividades educativas de promoción de la salud ofrecidas en el programa "Palma Educa". El programa consta de varios talleres todos ellos enfocados a la promoción de la salud. En el taller "desayuno saludable" se reparte fruta entre los diferentes colegios con el fin de promover el consumo de frutas entre los niños y niñas.



▪ L'escola al Mercat

L'escola al Mercat es un proyecto en el que participan 9 organismos y entre ellos MERCAPALMA.

Los objetivos del proyecto son:

- Promover hábitos de consumo saludable entre los más jóvenes.
- Dinamizar toda la cadena agroalimentaria en especial los mercados municipales.
- Promover el consumo sostenible (productos local y de temporada).

El proyecto se desarrolla a través de visitas que los colegios realizan a los 5 mercados municipales de Palma. Actualmente participan alrededor de 900 alumnos.

"Fomentamos el consumo y alimentación saludable"



El mercado Pere Garau acoge la presentación del proyecto "L'escola al mercat"

L'escola al
mercat

Vine a descobrir-lo!



Tot un món d'olors, sabors i colors que cuiden la teva salut!

Responsabilidad social corporativa

Responsabilidad social corporativa es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con sus grupos de interés, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. Con ésta premisa MERCAPALMA dispone de:

▪ **Código de conducta**

En el año 2012 se elaboró un Código de conducta y posteriormente se designó un Comité de conducta en MERCAPALMA que tiene como misión definir las responsabilidades de la empresa hacia sus grupos de interés y la conducta que la empresa espera de sus empleados. Recoge las normas de actuación que sirven de guía a todos los miembros de la organización para actuar conforme a principios básicos profesionales alineados con los valores explícitos de la empresa.

▪ **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.

▪ **Colaboraciones**

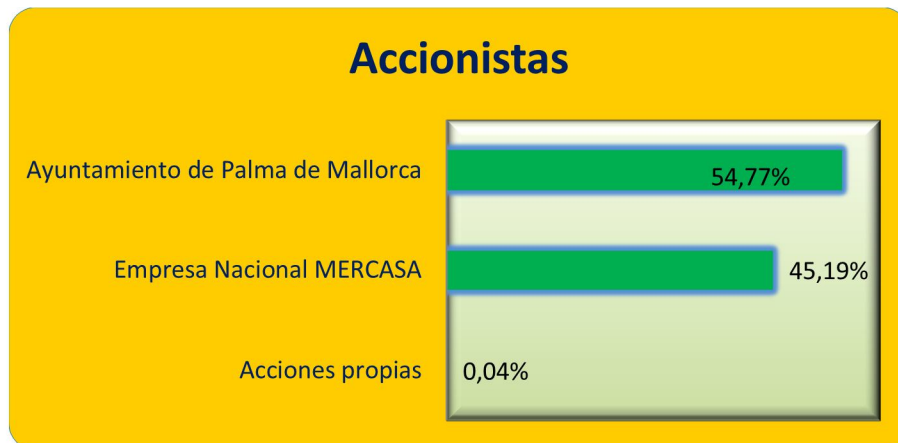
MERCAPALMA colabora con la Associació Balears d'Excel·lència en la Gestió (Abaex), cuya misión es intercambiar experiencias para el aprendizaje de personas e innovaciones en las organizaciones.



“Equilibrio entre los grupos de interés”

7. Órganos de representación

Los accionistas están estudiando la duración indefinida de la empresa, por lo que afectará al plazo de adjudicación acordado con nuestros clientes.



Consejo de administración

Ajuntament  de Palma



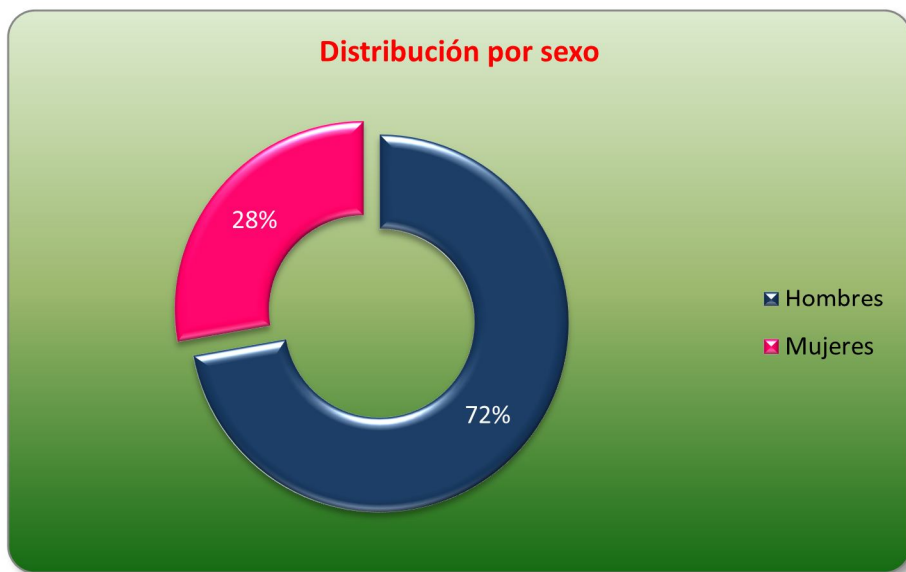

mercapalma

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

| | |
|--------------------|--------------------------------|
| Presidente: | D. Mateo Isern Estela |
| Vicepresidente 1º: | D. José Antonio Crespo Albelda |
| Vicepresidenta 2ª: | Dª Rosa Llobera Gili |
| Vocales: | Dª María Teresa Benito Roser |
| | Dª Jerónima Fernández Egea |
| | D. Pablo González González |
| | Dª Alicia Grau Castelló |
| | D. Julio Martínez Galiano |
| | D. Pedro Morell Ramis |
| | Dª Vanessa Moreno Vincent |
| | D. Jaime Olascoaga Enseñat |
| Secretario: | D. Alfonso Dicenta Quiroga |
| Director Gerente: | D. Toni Monjo Tomás |

8. Equipo Humano

En MERCAPALMA trabaja un equipo de 18 personas con una media de 16,4 años de antigüedad y edad media de 48,34 años, implicadas en el desarrollo de nuestra misión.



▪ Formación

Anualmente la dirección diseña un "Plan de formación" conforme a las necesidades de cada puesto. Este ha sido realizado conforme al análisis de carencias formativas detectadas por los responsables de cada área, contrastándolas con las percibidas por el personal, siempre referidos a las necesidades de formación para el desempeño de su trabajo en línea con los nuevos retos de la compañía en relación a la calidad total.



▪ Grupos de Mejora

MERCAPALMA define y establece los equipos de mejora como un conjunto de trabajadores intersecciones que se forma para actuar sobre temas concretos identificados como susceptibles de mejora en la organización.

Los equipos establecen su propia sistemática de reunión, periodicidades y conclusiones que serán presentadas ante gerencia para emprender líneas de actuación concretas.

- **Implicación de las personas**

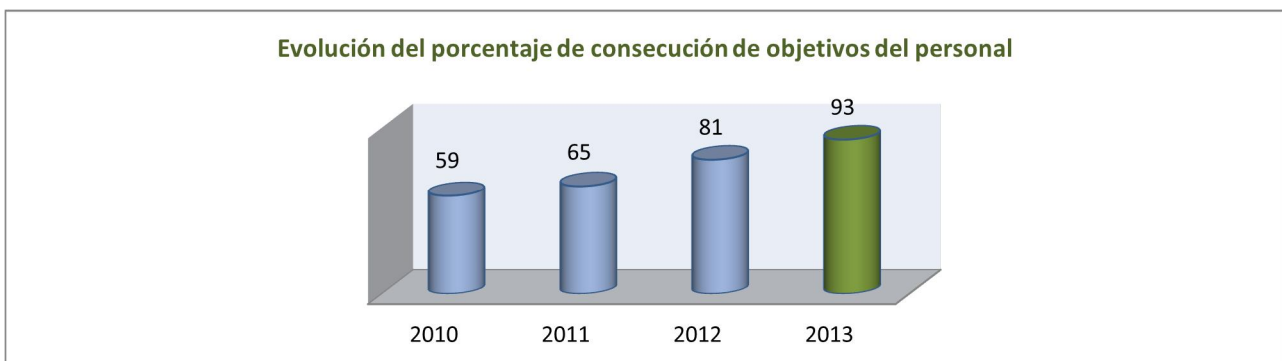
Para cumplir con nuestra visión necesitamos un equipo humano comprometido con la estrategia de la empresa. La implicación de las personas que trabajan en Mercapalma va más allá de la mera participación a través de ideas o sugerencias.



Se trata de una participación activa, asumiendo responsabilidades en la consecución de los objetivos estratégicos de Mercapalma. En 2013 el 100% de la plantilla es responsable, en mayor o menor medida, de algún objetivo estratégico.



El resultado de este compromiso se refleja en el alto grado de consecución de los objetivos asignados a las personas durante 2013.



- Nuevas tecnologías

Mercapalma continúa con la mejora tecnológica como un objetivo estratégico. Dentro del año 2013 se ha continuado con la implantación y desarrollo de los sistemas ya iniciada en el ejercicio anterior y se han iniciado otros proyectos:

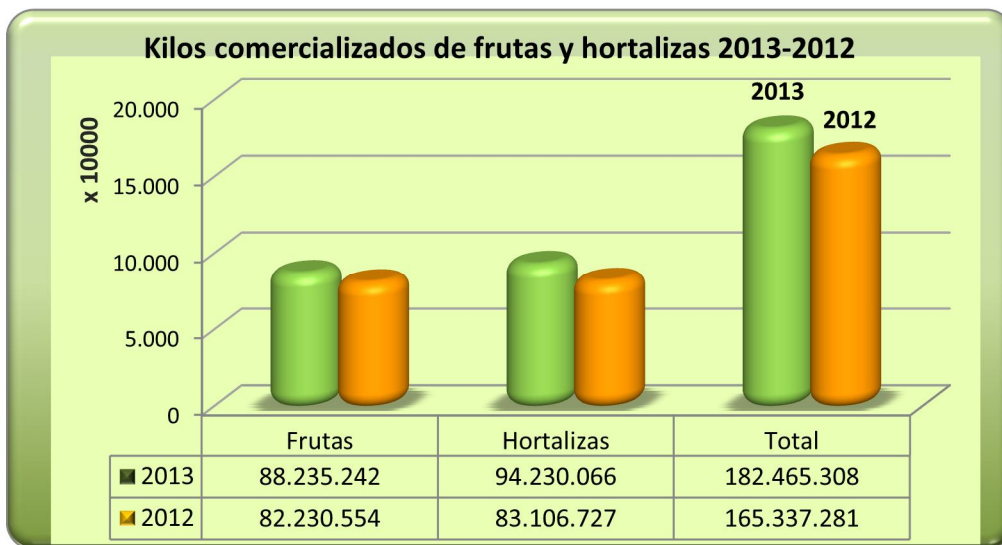
- Intranet corporativa: se le ha dado más contenido y se han desarrollado nuevas funcionalidades como la gestión de compras, ideas y sugerencias, solicitud y aprobación de vacaciones del personal y la planificación de agenda de tareas y controles del departamento de servicios.
- ERP de gestión: se ha implantado la gestión presupuestaria, la configuración y automatización de informes periódicos y la gestión de cartera para un mejor control de cobros y pagos.
- E-Commerce y renovación de abonos vía web: en éste ejercicio el 283 clientes ya han renovado por esta vía, lo que supone el 100% de compradores minoristas. Además de la renovación de su abono de entrada los clientes disponen desde éste acceso de todas sus facturas del último año con Mercapalma lo que les facilita la gestión administrativa al no tener que solicitar los duplicados y esperar respuesta. Éste servicio también está disponible para los clientes mayoristas.
- Programa de gestión de estadísticas: durante el ejercicio 17 mayoristas ya introducen sus datos de comercialización vía web desde el programa de estadísticas. El objetivo es que progresivamente se vayan acogiendo al nuevo sistema el 100% de los mayoristas.
- Nuevo sistema de control de accesos: se ha iniciado la implantación de un nuevo sistema basado en la lectura y reconocimiento de matrículas, en sustitución del sistema anterior de lectura de tarjetas. El objetivo es minimizar los tiempos de acceso de los usuarios al recinto y las incidencias en portería, y reducir el fraude en los accesos por el uso inadecuado de tarjetas.
- Integración de sistemas: se ha iniciado el trabajo de integración entre los distintos sistemas, de manera que la información fluya de un sistema a otro sin necesidad de intervención administrativa.



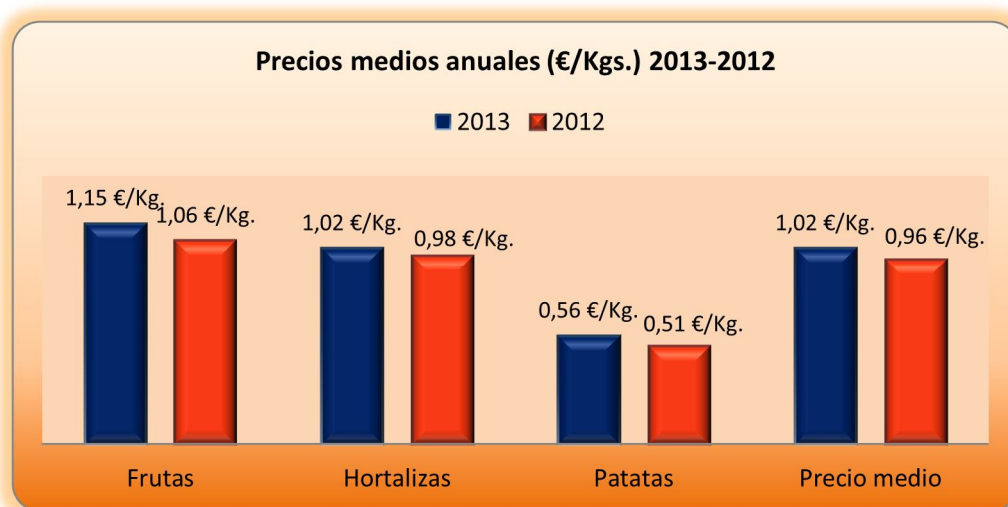
9. Datos de comercialización

Mercado de Frutas y Hortalizas

Durante 2013, el volumen de comercialización en frutas y hortalizas ha sido de 182.465,31 Tm, lo que supone un incremento del 10,4% respecto al año anterior. Por variedades, tanto frutas como hortalizas han incrementado los kilos de comercialización, los mayoristas han aumentado algo más de 16.969 Tm (10,5%), los productores han visto aumentar su volumen en 159 Tm (4,7%).

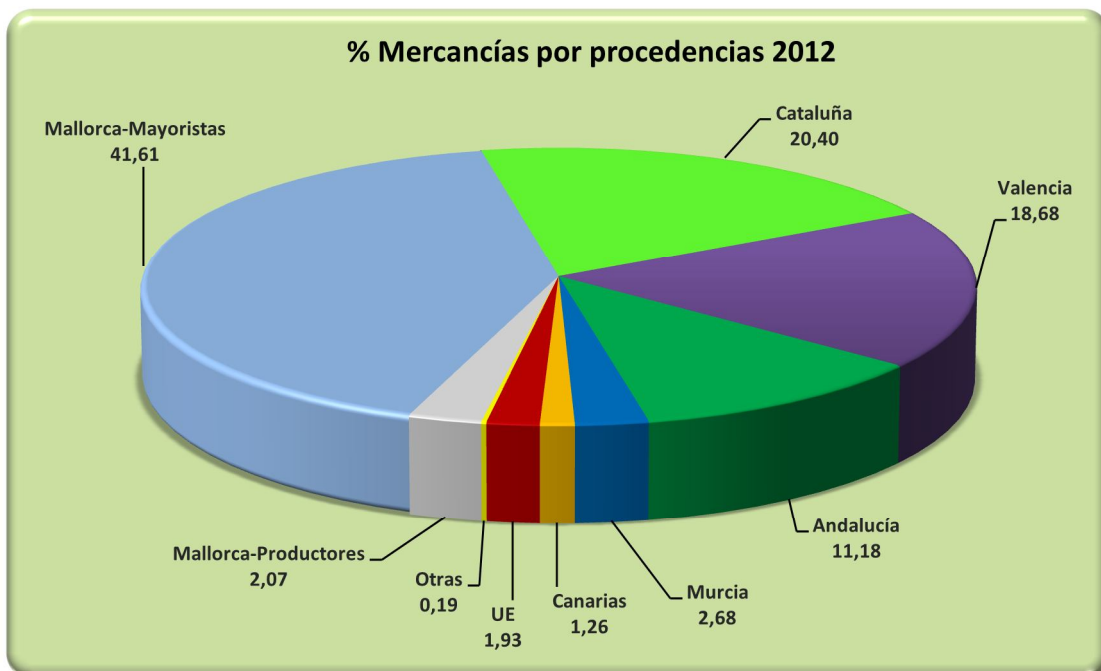
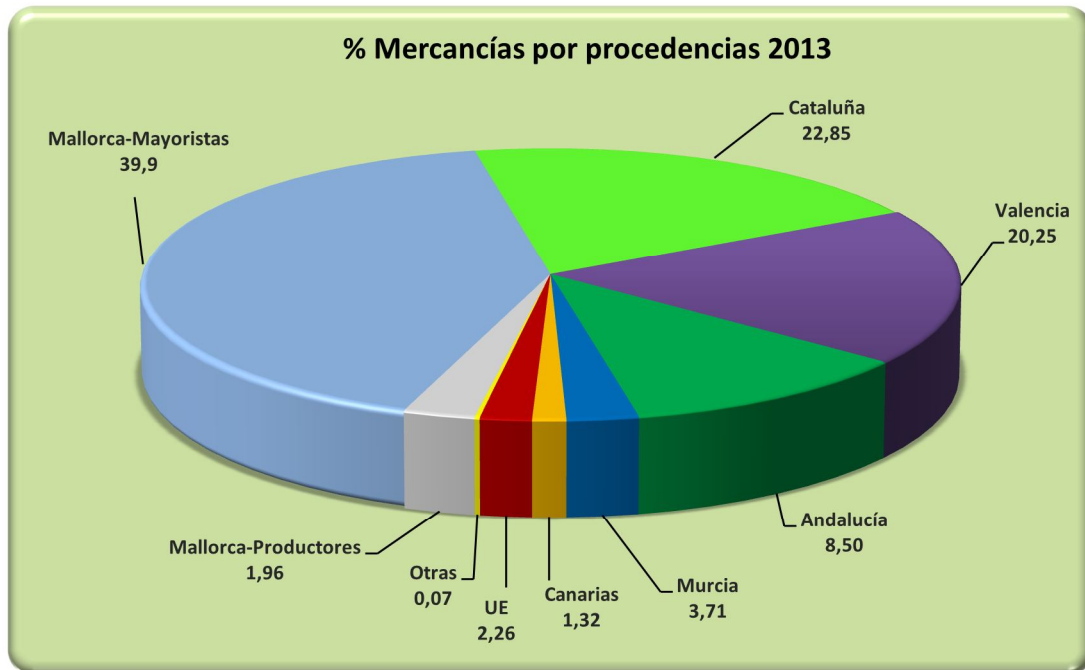


El precio medio ponderado de frutas y hortalizas ha sido ligeramente superior al año anterior en 0,06 €/Kg. por variedades tenemos que las frutas ha aumentado (8,49%), mientras que las hortalizas ha aumentado (4,08%) y se ha incrementado las patatas (9,80%).



MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

Respecto a la procedencia de las mercancías, el 43,68% de los productos comercializados en 2012 es producto local, mientras que el 54,2% tiene como origen otras Comunidades Autónomas y únicamente el 2,12% es de fuera del territorio nacional. En el ejercicio anterior las cifras eran 42,97% de producto local, 54,7% de otras Comunidades Autónomas y un 2,33% de fuera de España.



Mercado de Carnes

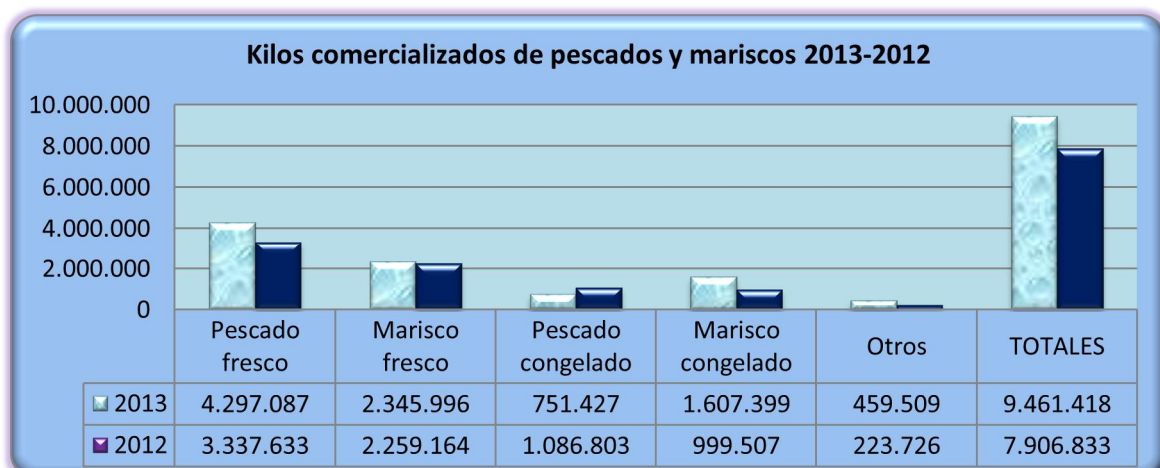
El sacrificio de carnes en el matadero ha sido de un 98,9% superior que el año anterior, si bien cabe destacar que desde 1 de mayo hasta 8 de octubre de 2012 se paralizó la actividad del matadero por lo que los datos acumulan ésta situación. La comercialización de resto de operadores de carne presenta una disminución del 3,4%, con 454.778 kg menos que en año anterior, aunque ésta disminución se produce exclusivamente en la carne fresca (-4,3%) en casi todas sus variedades, ya que en la congelada se ha producido un ligero incremento (2,9%).

Por especies, respecto a carne fresca, la disminución se debe fundamentalmente a la carne porcina y bovina, y en menor medida a la reducción en la carne ovina, de ave y de conejo. Como nota cabe destacar que se ha incrementado la comercialización de otros productos cárnicos frescos en más de 381.000 kg, lo que supone un 24% más que en el año anterior.

En cuanto a carne congelada se ha producido un incremento de la carne porcina y de ave, mientras que disminuyen el resto de variedades.



Mercado de Pescados y Mariscos.

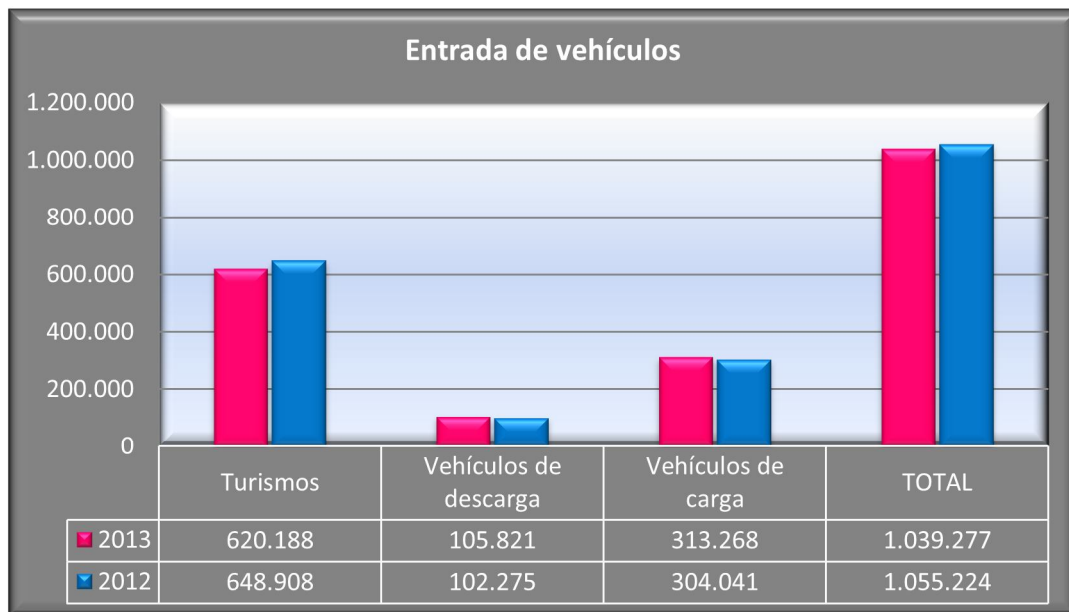


El volumen comercializado se ha incrementado en más de 1,5 millones de kg más, lo que representa un 19,7% más que en ejercicio anterior, incrementándose tanto la variedad fresca (18,7%) como la congelada (22%). Analizando el detalle de éstas cifras vemos que en pescado se ha incrementado la venta de pescado fresco (25,75%) y ha disminuido la de pescado congelado (-30,86%), mientras que en marisco el mayor incremento se da en el congelado (60,82%) y en menor medida el fresco (3,84%). El resto de productos congelados han experimentado un importante incremento, duplicando el volumen comercializado.

MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

Entrada de vehículos

El número de vehículos que han accedido al recinto asciende a 1.039.277, lo cual supone una disminución del 1,5% respecto al año anterior. Por tipología vemos que la disminución se debe a los turismos que han descendido en más de 28.720 vehículos, mientras que han aumentado los vehículos de carga en 9.227 unidades y los de descarga en 3.652 unidades más.



10. Resultados económico - financieros



En 2013 el Importe Neto de la cifra de Negocios ha ascendido a 4,17 millones de euros, mientras que los ingresos netos ascienden a 4,66 millones de euros, lo cual supone un 4,86% más respecto al ejercicio anterior.

En cuanto al análisis de los ingresos cabe destacar la mejora de los niveles de ocupación de los pabellones (del 97,78% al 100%), y de la zona de actividades complementarias (del 86,89% al 88,74%), lo que explica esta mejora de la cifra de negocios. La mejora de la cifra de negocios también se ha visto afectada positivamente por la generación de derechos de traspaso. Como contrapartida, en locales comerciales la ocupación continúa siendo baja, empeorando además durante el ejercicio (del 38,81% al 33,45%).

Los gastos en 2013 han ascendido a 2,64 millones de euros, lo cual supone un 2,42% menos que en el ejercicio anterior. Esta reducción es debida a unos menores aprovisionamientos, a la disminución del consumo eléctrico y de agua y a una menor amortización por haber finalizado el período de dotación de algunas instalaciones técnicas.

En cuánto a los resultados financieros, han sido un 6,8% inferiores al año anterior debido a la reducción de los tipos de remuneración de los depósitos.

Respecto al análisis de resultados, el beneficio antes de impuestos (BAIT) ha sido un 16,18% superior que en ejercicio anterior fruto de la mejora en los ingresos y de la reducción de los gastos.

En este ejercicio la inversión asciende a 760 mil euros, de los cuales el 84% corresponde a la adquisición de terrenos y a la urbanización de la ampliación de la Zona de actividades complementarias y el resto al nuevo programa de gestión de los datos estadísticos, al proyecto de canalización del gas de la unidad y el nuevo sistema de control de accesos aún no finalizado. La política de inversiones escalonada en el tiempo, y teniendo siempre muy presente la demanda existente y los recursos generados (cash flow), han permitido la expansión de la unidad alimentaria sin que haya sido necesario acudir a financiación externa.

Desde el punto de vista patrimonial, la sociedad se encuentra en pleno período de madurez (40 años), saneada (escaso endeudamiento) y disfruta de una sólida posición financiera que, sin duda junto a la estructura de su accionariado, supone una de sus fortalezas.



MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

Balance de situación

| ACTIVO | € | EJERCICIO 2013 | EJERCICIO 2012 |
|--|---|----------------------|----------------------|
| A) ACTIVO NO CORRIENTE | | 16.845.460,80 | 16.772.007,00 |
| I. Inmovilizado Intangible | | 43.046,38 | 57.189,87 |
| 1. Desarrollo | | | |
| 2. Concesiones | | | |
| 3. Patentes, licencias, marcas y similares | | | |
| 4. Fondo de Comercio | | | |
| 5. Aplicaciones informáticas | | | |
| 6. Otro inmovilizado intangible | | 43.046,38 | 57.189,87 |
| II. Inmovilizado material | | 16.525.369,72 | 16.375.931,58 |
| 1. Terrenos y construcciones | | 15.309.396,23 | 14.901.696,10 |
| Terrenos y bienes naturales | | 4.230.647,84 | 3.855.309,30 |
| Construcciones | | 11.078.748,39 | 11.046.386,80 |
| 2. Instalaciones técnicas y otro inmov. Material | | 1.088.931,21 | 1.249.363,29 |
| 3. Inmovilizado en curso y anticipos | | 127.042,28 | 224.872,19 |
| Inmovilizado material en curso | | 127.042,28 | 224.872,19 |
| Anticipos para inmovilizaciones materiales | | | |
| III. Inversiones inmobiliarias | | 0,00 | 0,00 |
| 1. Terrenos y bienes naturales | | | |
| 2. Construcciones | | | |
| IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo | | 0,00 | 0,00 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | | |
| 2. Créditos a empresas | | 0,00 | 0,00 |
| 3. Valores representativos de deuda | | | |
| 4. Derivados | | | |
| 5. Otros activos financieros | | | |
| V. Inversiones financieras a largo plazo | | 277.044,70 | 338.885,55 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | | |
| 2. Créditos a terceros | | 201.658,80 | 260.556,39 |
| 3. Valores representativos de deuda | | | |
| 4. Derivados | | | |
| 5. Otros activos financieros | | 75.385,90 | 78.329,16 |
| VI. Activos por impuesto diferido | | | |
| VII. Deudores comerciales no corrientes | | | |
| B) ACTIVO CORRIENTE | | 3.761.177,84 | 3.284.433,85 |
| I. Activos no corrientes mantenidos para la venta | | | |
| II. Existencias | | 0,00 | 0,00 |
| 1. Comerciales | | | |
| 2. Materias primas y otros aprovisionamientos | | | |
| 3. Productos en curso | | | |
| 4. Productos terminados | | | |
| 5. Subproductos, residuos y materiales recuperados | | | |
| 6. Anticipos a proveedores | | | |
| III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | | 408.610,08 | 414.094,51 |
| 1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios | | 14.372,12 | 64.360,04 |
| 2. Clientes, empresas del grupo y asociadas | | 0,00 | 60.814,82 |
| 3. Crédito Fiscal a cobrar | | | |
| 4. Deudores varios | | 51.240,39 | 34.635,05 |
| 5. Personal | | 0,00 | |
| 6. Activos por impuesto corriente | | 342.997,57 | 254.285,36 |
| 7. Otros créditos con las Administraciones Públicas | | | -0,76 |
| 8. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos | | | |
| IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo | | 0,00 | 0,00 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | | |
| 2. Créditos a empresas | | | |
| 3. Valores representativos de deuda | | | |
| 4. Derivados | | | |
| 5. Otros activos financieros | | | |
| V. Inversiones financieras a corto plazo | | 3.278.066,92 | 2.826.235,77 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | | |
| 2. Créditos a empresas | | | |
| 3. Valores representativos de deuda | | | |
| 4. Derivados | | | |
| 5. Otros activos financieros | | 3.278.066,92 | 2.826.235,77 |
| VI. Periodificaciones a corto plazo | | | |
| VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | | 74.500,84 | 44.103,57 |
| 1. Tesorería | | 74.500,84 | 44.103,57 |
| 2. Otros activos líquidos equivalentes | | | |
| TOTAL ACTIVO (A + B) | | 20.606.638,64 | 20.056.440,85 |

MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

| PATRIMONIO NETO Y PASIVO | EJERCICIO 2013 ACTUAL | EJERCICIO 2012 |
|--|--------------------------|----------------------|
| A) PATRIMONIO NETO | 14.454.368,00 | 13.584.018,46 |
| A-1) Fondos Propios | 14.375.190,92 | 13.468.600,12 |
| I. Capital. | 6.454.095,00 | 6.454.095,00 |
| 1. Capital escriturado | 6.454.095,00 | 6.454.095,00 |
| 2. (Capital no exigido) | | |
| II. Prima de Emisión. | | |
| III. Reservas. | 5.908.947,12 | 5.283.393,85 |
| 1. Legal y estatutarias | 1.290.819,00 | 1.290.819,00 |
| 2. Otras reservas | 4.618.128,12 | 3.992.574,85 |
| IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias). | -4.997,00 | -4.997,00 |
| V. Resultados ejercicios anteriores. | 0,00 | 0,00 |
| 1. Remanente | | |
| 2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores). | | |
| VI. Otras aportaciones de socios. | | |
| VII. Resultado del ejercicio. | 2.017.145,80 | 1.736.108,27 |
| VIII. (Dividendo a cuenta). | | |
| IX. Otros instrumentos de patrimonio neto. | | |
| A-2) Ajustes por cambios de valor. | 0,00 | 0,00 |
| I. Activos financieros disponibles para la venta | | |
| II. Operaciones de cobertura. | | |
| III. Otros. | | |
| A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. | 79.177,08 | 115.418,34 |
| B) PASIVO NO CORRIENTE | 5.101.459,11 | 5.351.437,07 |
| I. Provisiones a largo plazo. | 66.587,82 | 69.531,08 |
| 1. Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal. | 66.587,82 | 69.531,08 |
| 2. Actuaciones medioambientales | | |
| 3. Provisiones por reestructuración. | | |
| 4. Otras provisiones. | 0,00 | 0,00 |
| Fondo de Reversión | | |
| | | |
| II. Deudas a largo plazo | 0,00 | 0,00 |
| 1. Obligaciones y otros valores negociables. | | |
| 2. Deudas con entidades de crédito. | | |
| 3. Acreedores por arrendamiento financiero. | | |
| 4. Derivados. | | |
| 5. Otros pasivos financieros. | | |
| 6. Deudas remuneradas a l/p | | |
| 7. Deudas no remuneradas a l/p | | |
| III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo. | 0,00 | 0,00 |
| 1. Deudas remuneradas a l/p | | |
| 2. Deudas no remuneradas a l/p | | |
| IV. Pasivos por impuesto diferido | 22.440,64 | 49.467,80 |
| V. Periodificaciones a largo plazo | 5.012.430,65 | 5.232.438,19 |
| Ingresos a distribuir por adjudicaciones | 5.012.430,65 | 5.232.438,19 |
| | | |
| C) PASIVO CORRIENTE | 1.050.811,53 | 1.120.985,32 |
| I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta. | | |
| II. Provisiones a corto plazo. | | |
| III. Deudas a corto plazo. | 330.351,63 | 337.567,12 |
| 1. Obligaciones y otros valores negociables. | | |
| 2. Deudas con entidades de crédito. | | |
| 3. Acreedores por arrendamiento financiero. | | |
| 4. Derivados. | | |
| 5. Otros pasivos financieros. | 330.351,63 | 337.567,12 |
| 6. Deudas remuneradas a c/p | | |
| 7. Deudas no remuneradas a c/p | | |
| IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo. | 0,00 | 0,00 |
| 1. Deudas remuneradas a c/p | | |
| 2. Deudas no remuneradas a c/p | | |
| V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar | 720.459,90 | 783.418,20 |
| 1. Proveedores. | | |
| 2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas. | | |
| 3. Acreedores varios. | 356.669,77 | 476.250,98 |
| 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) | 193.029,00 | 150.418,00 |
| 5. Impuestos sobre beneficios a pagar | | |
| 6. Pasivos por impuesto corriente. | | |
| 7. Otras deudas con las Administraciones Públicas. | 170.761,13 | 156.749,22 |
| 8. Anticipos de clientes | | |
| VI. Periodificaciones a corto plazo. | | |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C) | 20.606.638,64 | 20.056.440,85 |

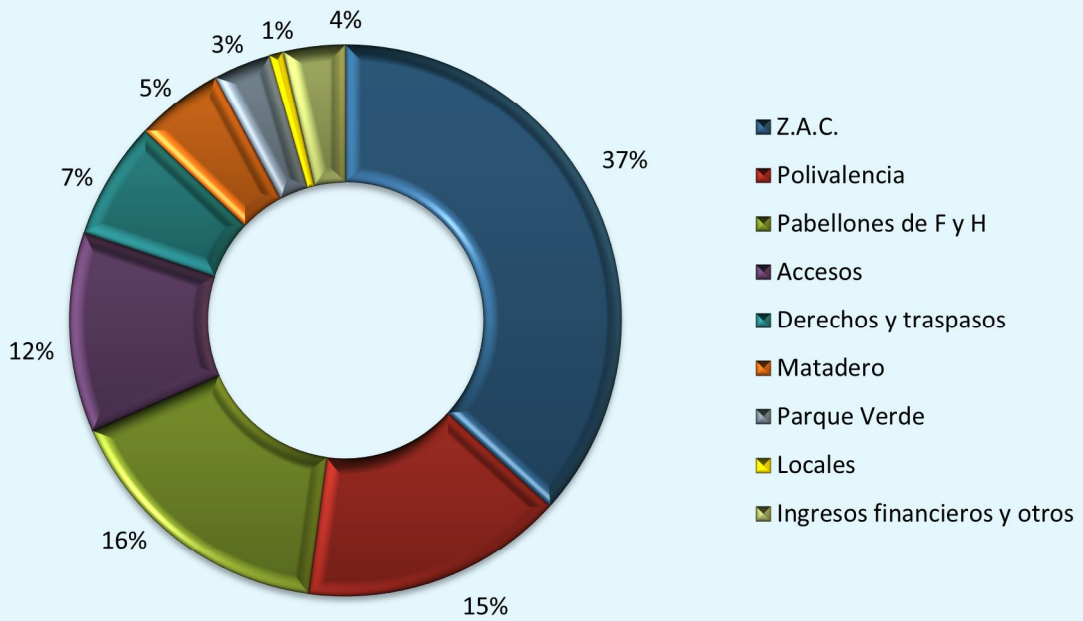


MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2013

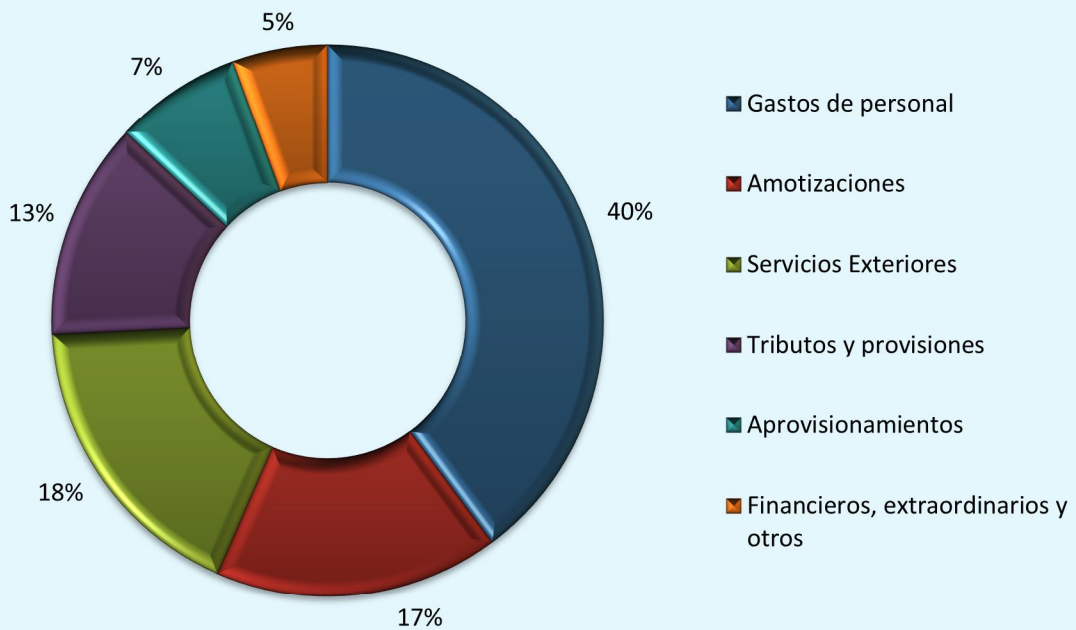
Cuenta de pérdidas y ganancias

| CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | EJERCICIO 2013 | EJERCICIO 2012 |
|---|----------------------|----------------------|
| 1. Importe neto de la cifra de negocios | 4.178.301,26 | 3.881.656,64 |
| a) Ventas | 0,00 | 0,00 |
| b) Prestaciones de servicios | 4.178.301,26 | 3.881.656,64 |
| 2. Variación de existencias de PPTT y en curso de fabricación | 0,00 | 0,00 |
| 3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo. | 0,00 | 0,00 |
| 4. Aprovisionamientos | -54.696,51 | -61.905,68 |
| a) Consumo de mercaderías | 0,00 | 0,00 |
| b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles | -54.696,51 | -61.905,68 |
| c) Trabajos realizados por otras empresas | 0,00 | 0,00 |
| d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos. | 0,00 | 0,00 |
| 5. Otros ingresos de explotación | 324.770,64 | 367.825,02 |
| a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente | 321.485,64 | 367.825,02 |
| b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio | 3.285,00 | 0,00 |
| 6. Gastos de personal | -1.112.923,52 | -1.081.474,11 |
| a) Sueldos, salarios y asimilados | -880.946,28 | -845.905,34 |
| b) Cargas sociales | -211.975,64 | -201.475,27 |
| c) Provisiones | 0,00 | -10.591,62 |
| d) Organos de Gobierno | -20.001,60 | -23.501,88 |
| 7. Otros gastos de explotación | -848.122,00 | -773.350,35 |
| a) Servicios exteriores | -742.146,19 | -685.704,53 |
| b) Tributos | -82.575,69 | -40.645,09 |
| c) Perdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales | -23.400,12 | -47.000,73 |
| d) Otros gastos de gestión corriente | 0,00 | 0,00 |
| 8. Amortización del inmovilizado. | -615.366,91 | -749.986,27 |
| a) Amortización del inmovilizado intangible | -38.614,89 | -28.799,62 |
| b) Amortización del inmovilizado material | -576.752,02 | -721.186,65 |
| c) Amortización de las inversiones inmobiliarias | 0,00 | 0,00 |
| 9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras | 63.268,42 | 91.015,16 |
| 10. Excesos de provisiones. | 1.383,53 | 0,00 |
| 11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado. | -4.956,21 | 0,00 |
| a) Deterioros y pérdidas | -4.956,21 | 0,00 |
| b) Resultados por enajenaciones y otras | 0,00 | 0,00 |
| 11b. Otros resultados | -1.225,66 | -31.910,29 |
| a) Ingresos excepcionales | 0,00 | 0,00 |
| b) Gastos excepcionales | -1.225,66 | -31.910,29 |
| A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+11b) | 1.930.433,04 | 1.641.870,12 |
| 12. Ingresos financieros | 96.636,57 | 107.707,51 |
| a) De participaciones en instrumentos de patrimonio | 0,00 | 0,00 |
| a1) En empresas del grupo y asociadas | 0,00 | 0,00 |
| a2) En terceros | 0,00 | 0,00 |
| b) De valores negociables y otros instrumentos financieros | 96.636,57 | 107.707,51 |
| b1) De empresas del grupo y asociadas | 4.033,18 | 0,00 |
| b2) De terceros | 92.603,39 | 107.707,51 |
| 13. Gastos financieros | 0,00 | 0,00 |
| a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas | 0,00 | 0,00 |
| b) Por deudas con terceros | 0,00 | 0,00 |
| c) Por actualización de provisiones | 0,00 | 0,00 |
| 14. Variación del valor razonable en instrumentos financieros | 0,00 | 0,00 |
| a) Cartera de negociación y otros | 0,00 | 0,00 |
| b) Imputación al resultado del ejercicio por activos financieros disponibles para | 0,00 | 0,00 |
| 15. Diferencias de cambio | 0,00 | 0,00 |
| 16. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros | -4.033,18 | -8.322,01 |
| a) Deterioros y pérdidas | -4.033,18 | -8.322,01 |
| b) Resultados por enajenaciones y otras | 0,00 | 0,00 |
| A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16) | 92.603,39 | 99.385,50 |
| A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2) | 2.023.036,43 | 1.741.255,62 |
| 17. Impuestos sobre Beneficios | -5.890,63 | -5.147,35 |
| A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUAS | 2.017.145,80 | 1.736.108,27 |
| B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS | 0,00 | 0,00 |
| 18. Rdo del ejercicio procedente de op. interrumpidas neto de impuestos | 0,00 | 0,00 |
| A.5). RESULTADO DEL EJERCICIO (B°) (A.4+18) | 2.017.145,80 | 1.736.108,27 |

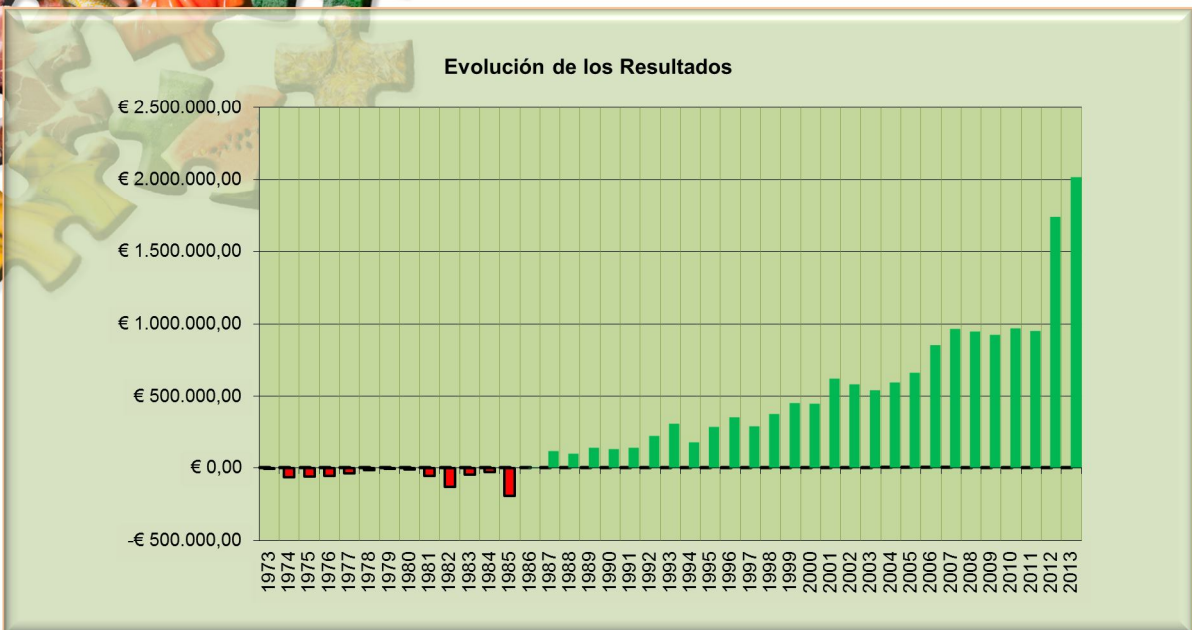
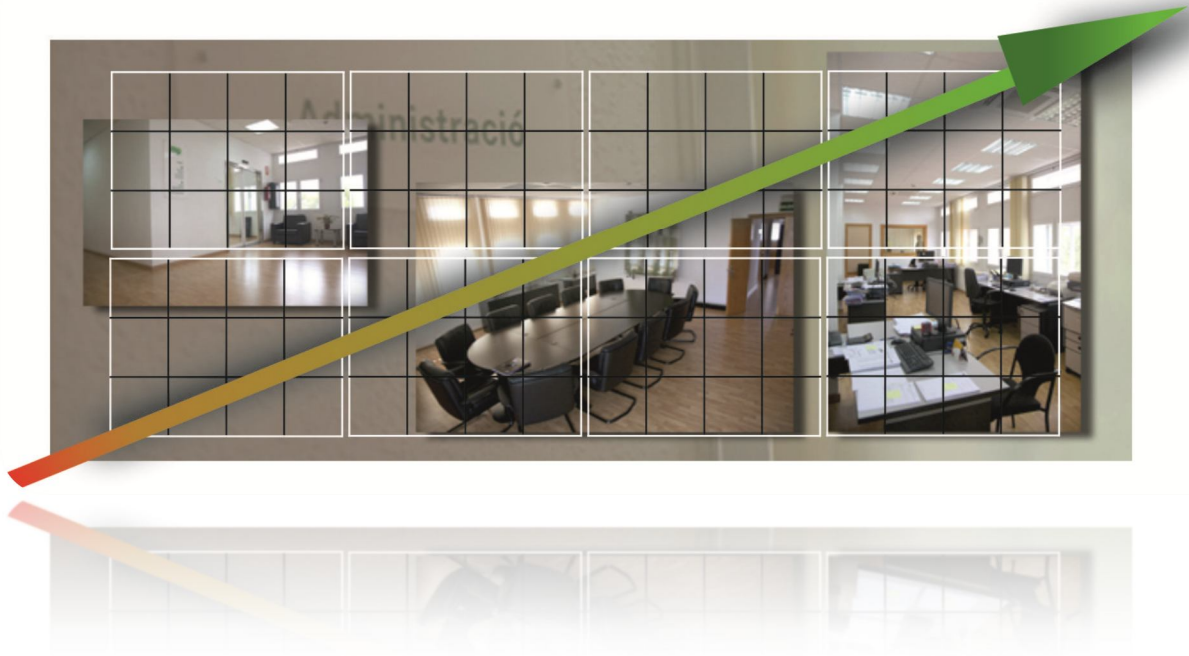
Ingresos



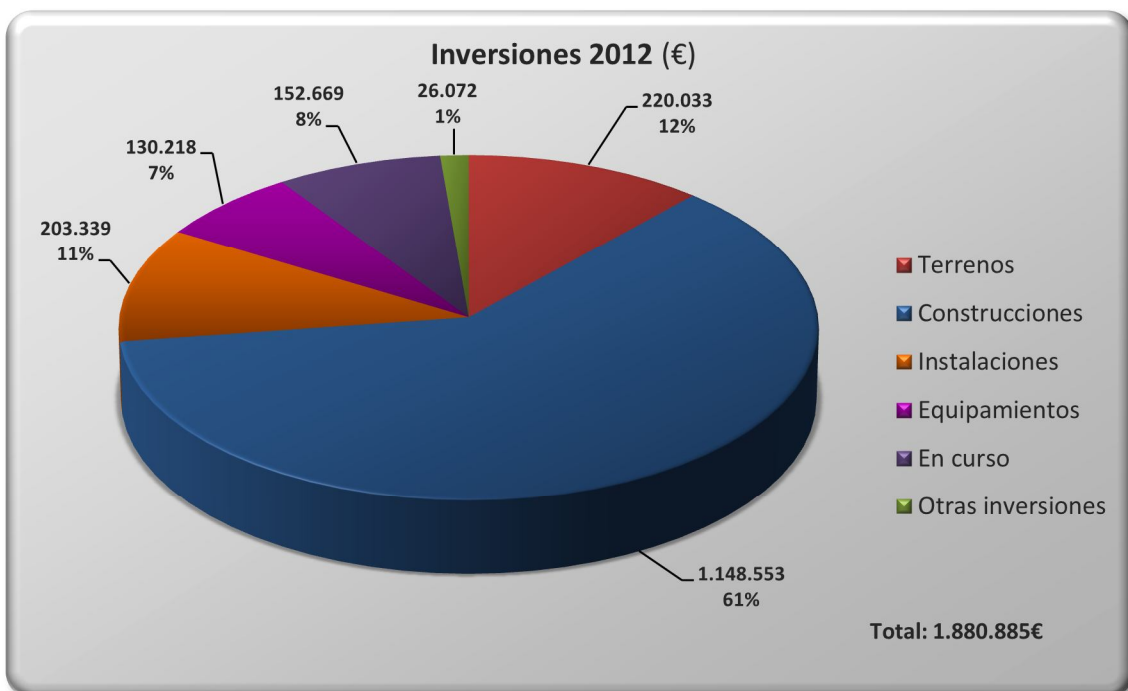
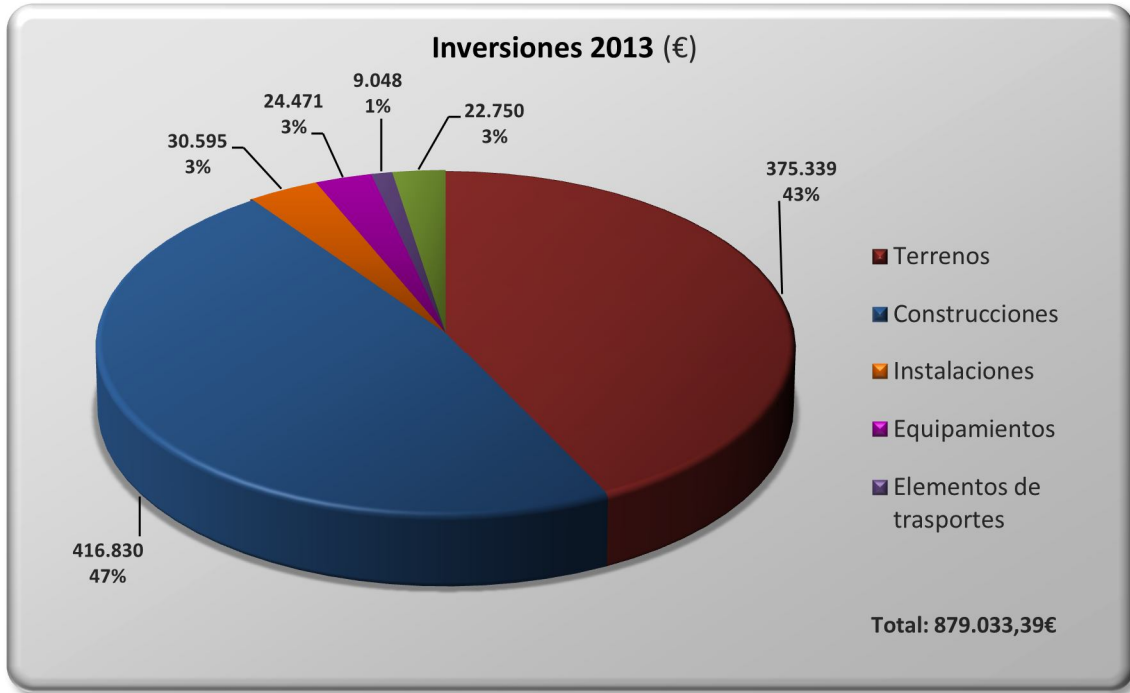
Gastos



Evolución de resultados



Inversiones



Anexo 1- Relación de personal

Relación de personal

Aguilar Adrover, Antonio
Cabrera Sánchez, Encarna
De Luca, Guillermo Gabriel
Fullana Jaume, M^a Isabel
Gracia Pujalte, José M^a
Grimalt Nadal, Joan
Martín Socías, Xavier
Medina Marí, Víctor
Mejía Benjumea, Mauricio
Molina Ruiz, Antonio
Monjo Tomás, Toni
Mora Sanromá, Irene
Navarro Iniesta, Ramón
Pérez-Gil García, Diego
Puerta González, Marta
Róver Cifre, Juan Antonio
Salleras Estarellas, Jaime
Sureda Domingo, M^a Eugenia
Vidal Morey, Antoni



Anexo 2 - Empresas ubicadas en Mercapalma

Administración de Lotería
 Agroilla
 Agromallorca
 Al & Verd Fruites i Hortalizas
 Bar Chupito
 Bar des Peix
 Bibifrut
 Cafetería Es Pagesos
 Carns Figueres
 Cash Loto
 Catalina Rosselló Febrer
 Cecosa Supermerca
 Compañía Transmediterránea
 Comunidad de Propietarios Cardenal Rossell, nº 182
 Congelados Cesar
 Cultivar
 David Castel de las Heras
 Discagran
 Es Merca de Sa Fruita
 Es Merca Fruites i Verdures
 Escorxador i Serveis Carnics Palma
 Esfer
 Esplet
 Eurest Colectividades
 Euro Pool System
 Eurobanan Palma
 Frespi
 Frimar Panaderos Balears
 Fruita Bona
 Fruites Caimari
 Fruites D'or
 Fruites i Verdures Son March
 Frumasa
 Frutas Navarro
 Frutas Bon Any
 Frutas Font e Hijos
 Frutas Francia
 Frutas Gragón
 Frutas Grau
 Frutas Huguet
 Frutas Jaime Font Tomás
 Frutas Montiel
 Frutas Moreno
 Frutas Pastor
 Frutas Riu
 Frutas Servera

Frutas y Verduras Daniel
 Fundación Banco de Alimentos Orden de Malta
 Fundación Barceló
 Ginefruit
 Gregal
 Guillermo Barceló Bennasar
 Hermanas Buades
 Hiper Manacor
 Hnos. Fernández López
 Iscapalma
 Jaime Torrandell
 Jesús Balaguer Binimelis
 Juan Cladera
 Malpica Mar
 María Bonet Cañellas
 Mariscos Ría de Vigo
 Mascaró Morera
 Medipeix
 Mercadona
 Newrest Group Holding
 Operador Logística Interislas
 Palmafruit
 Pedro Serra Más
 Pescadería Mayol Ribot
 Pescados Llompart
 Pescados Antonio Rivera
 Pescados Formentor
 Pescados Mar Este
 Pescados Marcuello
 Petit Forestier
 Productes D'Hort Es Caragol
 Punkytrans
 Refrigerats Illacamp
 Refrilog
 Salvador Ferrá Ferrá
 Santiago Rubio
 Sebastián Vives Ramón
 Tikkun España
 Transportes Marquer 2007
 Transportes Martínez Souto
 Uco Sa Pobra
 Vda. Antonio Serra
 Vicente Sanchiz Mateu
 Xutipesca



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

Ya estamos trabajando en la elaboración de la Memoria Económica y Actividades 2014

Redacción:

Personal de Mercapalma

Responsable Edición:

Eugenia Sureda Domingo

Responsable gráfico:

José María Gracia Pujalte

Responsable de diseño y montaje:

Ramón Navarro Iniesta

