

mercaPalma

PLAN DE DIRECCIÓN 2019



Septiembre 2018



1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MISIÓN, VISIÓN ,VALORES Y LÍNEAS DE LA VISIÓN	5
3. CUADRO DE MANDO PLAN DE DIRECCIÓN 2019.....	6
4. TABLAS RELACIONALES	7
5. PLANES DE ACCIÓN	9
6. COMPARACIÓN PRESUPUESTO 2019 CON PREVISION CIERRE 2018.....	21
7. INVERSIONES PREVISTAS, FINANCIACIÓN Y DIVIDENDOS.....	23
8. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	24

Es el último año de desarrollo del Plan Estratégico trianual de Mercapalma en el que se han ido ejecutando los Planes de Acción para cada Objetivo Estratégico definido por las Líneas de Visión. Este documento recoge una descripción del recorrido hacia la Visión realizado durante 2018, así como los planes a seguir durante 2019 para acercarnos al modelo de Merca del futuro.

Durante el 2018 se ha realizado la autoevaluación según el modelo EFQM lo que nos permitirá seguir afianzando la mejora continua de la gestión. Podemos decir que se está en línea para la consecución de los siguientes Objetivos Estratégicos: cumplimiento de los resultados económicos presupuestados, la incorporación de operadores que aporten un valor añadido a la Unidad Alimentaria y de la sostenibilidad medioambiental mediante la reducción del impacto ambiental y el despilfarro alimentario, además del apoyo al producto local, la mejora de la cultura de empresa y el trabajo en equipo.

Por otra parte, se han producido dos circunstancias cuyas consecuencias hay que tener en cuenta en el desarrollo del Plan de Dirección actual y futuros: Un aumento considerable del trabajo administrativo debido a nuestra condición de empresa pública, y haber sido declarada Mercapalma Operador Crítico. Ello supone la necesidad de aumentar los recursos tanto humanos como materiales.

Consecuentemente y como Planes de Acción concretos para el año 2019 se va a seguir trabajando en:

1. Mantener, fidelizar y captar nuevos clientes, marcándonos unos objetivos de ocupación y la captación de nuevos clientes enfocada a aquellos que aporten un valor añadido.
2. Consolidación y lanzamiento de nuevos servicios y/o productos, así como el adecuado mantenimiento y adaptación de la merca a los retos de la sociedad y del sector alimentario como son la sostenibilidad medioambiental, la promoción de los hábitos de vida saludables mediante una alimentación sana y la seguridad (en infraestructuras e instalaciones)
3. Promover el producto de proximidad, la protección del medio ambiente mediante la aplicación de medidas que reduzcan el impacto ambiental y la reducción del despilfarro alimentario.
4. Trabajar en el desarrollo de las personas mediante la formación continua y en la mejora de la cultura empresarial.

Todo ello cumpliendo con los resultados económicos/financieros presupuestados, evaluando y revisando la consecución de los objetivos y preocupados por mantener el equilibrio entre nuestros grupos de interés.

MISIÓN:

Somos una empresa pública de ámbito insular, especializada en la logística agroalimentaria. Colaboramos con nuestros clientes ofreciéndoles unas infraestructuras, instalaciones y servicios que promueven la competitividad del mercado, en beneficio de la sociedad, y con unos resultados satisfactorios para nuestros grupos de interés.

VISIÓN:

Queremos ser reconocidos en el entorno socio-económico como dinamizadores del sector agroalimentario, ofreciendo a nuestros clientes **servicios de calidad**, garantizando una **gestión eficiente y rentable**, promoviendo una **alimentación saludable, apoyando el producto de proximidad (local) y la seguridad alimentaria**, y sensibilizados en la protección del **medio ambiente**, y en la **reducción del despilfarro alimentario**, basándonos en la **participación comprometida** de las personas y el **liderazgo**.

LÍNEAS DE LA VISIÓN

1. Ser **reconocidos** en el entorno socio-económico como dinamizadores de la logística agroalimentaria,
2. Ofreciendo a nuestros clientes **servicios de calidad**,
3. Garantizando una **gestión eficiente y rentable**.
4. Promoviendo una **alimentación saludable, apoyando el producto de proximidad** y la seguridad alimentaria,
5. Sensibilizados en la protección del **medio ambiente y en la reducción del despilfarro alimentario**
6. Basándonos en la **participación comprometida** de las personas y el **liderazgo**.

VALORES

1. **Transparencia en la gestión:** Proporcionar la información necesaria para cada grupo de interés de una manera clara, veraz, accesible y oportuna.
2. **Fiabilidad:** Transmitir confianza en nuestra Organización y seriedad en el cumplimiento de nuestros intereses y obligaciones.
3. **Orientación a resultados:** Buscar constantemente la concreción de resultados, manteniendo altos niveles de rendimiento y calidad.
4. **Trabajo en equipo:** tener presente que el éxito de un equipo de trabajo no va a depender de la genialidad individual de cada uno de sus miembros sino de la coordinación de sus actividades, del saber apoyarse unos a otros anteponiendo los intereses de la Organización a los particulares.
5. **Innovación:** Pretendemos favorecer acciones que estimulen la adaptación a los cambios del mercado, fomentando el espíritu emprendedor, potenciando el liderazgo, para mantener viva la estrategia de avance tecnológico y mejora continua.
6. **Sostenibilidad:** Atendemos de manera equilibrada los intereses de nuestros grupos de interés.
7. **Solidaridad:** Ponemos nuestras infraestructuras al servicio de los organismos de ayuda a los más necesitados y apoyamos iniciativas destinadas a crear hábitos de consumo saludable en la sociedad y especialmente entre los más jóvenes.

3-CUADRO DE MANDO P.D. 2019

<p>FINANCIERA (Accionistas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O1: <u>Posicionamiento del Centro de Innovación Agroalimentaria de Mercapalma</u> • LV: Ser reconocidos en el entorno socioeconómico como dinamizadores del sector agroalimentario • EST: Impulsar a Mercapalma como centro de referencia en el desarrollo de Emprendedores, Conocimiento e Innovación del sector agroalim. Agroalimentario 	<ul style="list-style-type: none"> • O2: <u>Impulsar la imagen de marca de Mercapalma</u> • LV: Ser reconocidos en el entorno socioeconómico como dinamizadores del sector agroalimentario • EST: Impulsar a Mercapalma como centro de referencia en el desarrollo de Emprendedores, Conocimiento e Innovación del sector agroalimentario 	<ul style="list-style-type: none"> • O.5: <u>Impulsar la concentración de empresas y actividades que aporten mayor valor añadido y ampliar las líneas de negocio</u> • LV: Garantizar una gestión eficiente y rentable. • EST: Adaptación de las herramientas y estrategias comerciales a las líneas de visión. 	
<p>CLIENTE (Cliente)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O.3: <u>Adaptación a las nuevas exigencias del entorno</u> • LV: Ofrecer servicios de calidad a los clientes y diversificar la oferta de productos • EST: Conocer las necesidades de los clientes actuales y potenciales y del entorno para adaptar la línea de crecimiento de Mercapalma a las mismas, impulsando la aportación de valor añadido. 		<ul style="list-style-type: none"> • O.4: <u>Adaptación de los servicios y/o productos ofertados a las necesidades de los clientes</u> • LV: Ofrecer servicios de calidad a los clientes y diversificar oferta productos. • EST: Conocer las necesidades de los clientes actuales y potenciales y del entorno para adaptar la línea de crecimiento de Mercapalma a las mismas, impulsando la aportación de valor añadido. 	
<p>PROCESOS INTERNOS (Cliente, Sociedad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O.6: <u>Mejora continua de la gestión</u> • LV: Garantizar una gestión eficiente y rentable • EST: Modelo EFQM como herramienta de mejora 	<ul style="list-style-type: none"> • O.7: <u>Implicar a nuestros grupos de interés en la promoción de la alimentación saludable, el prod.de prox. y la seguridad alimentaria</u> • LV: Promover la alimentación saludable, apoyando el producto de proximidad y la seguridad alimentaria • EST: Trabajar en la implantación de la cultura colaborativa con y entre los grupos de interés 	<ul style="list-style-type: none"> • O.8: <u>Impulsar la reducción del impacto ambiental de MP v de nuestros clientes</u> • LV: Sensibilizados en la protección del medio ambiente y en la reducción del despilfarro alimentario • EST: Enfocar el funcionamiento del mercado hacia la reducción del impacto medioambiental y el despilfarro alimentario 	<ul style="list-style-type: none"> • O.9: <u>Reducir el despilfarro alimentario</u> • LV: Sensibilizados en la protección del medio ambiente y en la reducción del despilfarro alimentario • EST: Enfocar el funcionamiento del mercado hacia la reducción del impacto medioambiental y el despilfarro alimentario
<p>APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO (Personas, Sociedad)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O.10: <u>Gestión participativa de los líderes</u> • LV: Fomentar la participación comprometida de las personas y el liderazgo • EST: Identificar la línea de crecimiento del equipo humano de la Organización 	<ul style="list-style-type: none"> • O.11: <u>Mejora en la gestión del tiempo</u> • LV: Fomentar la participación comprometida de las personas y el liderazgo • EST: Identificar la línea de crecimiento del equipo humano de la Organización 	<ul style="list-style-type: none"> • O.12: <u>Buen clima laboral</u> • LV: Fomentar la participación comprometida de las personas y el liderazgo • EST: Identificar la línea de crecimiento del equipo humano de la Organización 	

4. TABLAS RELACIONALES

LÍNEA DE VISIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	ENFOQUE
LV1-Ser reconocidos en el entorno socioeconómico como dinamizadores del sector agroalimentario	OE1: Posicionamiento del Centro de Innovación Agroalimentaria de Mercapalma	Desarrollo de los ejes de Conocimiento, Empleo y emprendedores, e Innovación de Mercapalms	Jeroni	Implementación de un Plan de Desarrollo de Mercapalms, para impulsar el emprendimiento, la formación y la innovación en todos los aspectos relacionados con el sector agroalimentario, generando un valor diferencial para las empresas, las personas, los clientes y la sociedad.
	OE2: Impulsar la imagen de marca de Mercapalma	Plan de Comunicación	Maribel	Organizar eventos que aumenten la visibilidad de Mercapalma, tanto en redes sociales como en encuesta de posicionamiento.
LV2-Ofrecer servicios de calidad a los clientes y diversificar la oferta de productos	OE3: Adaptación a las nuevas exigencias del entorno	Adaptación a las exigencias que implican ser Operador Crítico	Joan	Implantación de las medidas necesarias para el funcionamiento como infraestructura crítica (Plan de Protección Específico)
	OE4: Adaptación de los servicios y/ o productos ofertados a las necesidades de los clientes	Continuar con proyecto 2018	Joan	Captación de potenciales operadores de valor añadido Proyecto "Llave en mano" para futuros operadores en ZAC Adaptación e innovación de instalaciones en Pabellones
LV3-Garantizar una gestión eficiente y rentable	OE5: Impulsar la concentración de empresas y actividades que aporten mayor valor añadido y ampliar las líneas de negocio	Plan de Comercialización	Xavi	Atraer nuevos clientes y productos. Identificar las necesidades del consumo. Identificar a los operadores que pueden responder a esta necesidad.
	OE6: Mejora continua de la gestión	1-Consolidación de la mejora de la gestión según el Modelo EFQM. 2-Plan estratégico 2020-2022	Maribel Jeroni	Implantación de las mejoras derivadas de la autoevaluación. Elaboración del Plan estratégico 2020-2022.

LÍNEA DE VISIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	ENFOQUE
LV4-Promover la alimentación saludable, apoyando el producto de proximidad y la seguridad alimentaria	OE7: Implicar a nuestros grupos de interés en la promoción de la alimentación saludable, el prod. de prox. y la seguridad alimentaria	Organización de acciones de promoción	Maribel	Implementación de un plan promoción de la alimentación saludable, producto de proximidad y seguridad alimentaria, implicando a las empresas de Mercapalma y alcanzando alianzas con agentes interesados.
LV5-Protección del medio ambiente y en la reducción del despilfarro alimentario	OE8: Impulsar la reducción del impacto ambiental de Mercapalma y de nuestros clientes.	Plan integral de reducción del impacto ambiental	Joan	Mejora de indicadores de impacto ambiental
	OE9: Reducir el despilfarro alimentario	Plan integral de reducción del despilfarro	Joan	Mejora de indicadores de despilfarro
LV6-Fomentar la participación comprometida de las personas	OE10: Gestión Participativa de los líderes OE12: Buen clima laboral	Implantación de los planes de capacitación diseñados en 2018	Encarna	Adaptación de los perfiles de las personas a las necesidades de la organización, a través de la organización de acciones formativas eficaces y eficientes.
	OE11: Mejora en la gestión del tiempo	Adaptación a través de las NNTT a las exigencias de la nueva Ley de contratación pública.	Encarna	Desarrollo de NNTT

OBJETIVO OE1:	Posicionamiento del Centro de Innovación Agroalimentaria de Mercapalma		
NOMBRE ACCIÓN:	Desarrollo de las Líneas de Acción del Proyecto <i>Mercaimpuls</i>: Empleo y emprendedores, Innovación y Formación		
Proceso asociado:	Plan de Comunicación		
Responsable:	Director Gerente	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R1: Incorporación de 5 becarios/as o estudiantes en prácticas en empresas de Mercapalma. R2: Convocatoria Premio MERCAPALMA a la Innovación Agroalimentaria. R3: Oferta de 2 acciones formativas en materia agroalimentaria.		
Planificación (Enfoque)	Implementación del “Proyecto <i>Mercaimpuls</i> ” para la creación de empleo y el impulso del emprendimiento, la innovación y la formación y el conocimiento en todos los aspectos relacionados con el sector agroalimentario, generando un valor diferencial para las empresas, los/as trabajadores/as y la sociedad.		
Desarrollo (Despliegue)	Desarrollo del programa de incorporación de estudiantes en prácticas y/o becarios/as. A lo largo del año. Convocatoria del Premio MERCAPALMA a la Innovación Agroalimentaria. Noviembre 2019 Desarrollo del Programa de Formación. A lo largo del año.		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

OBJETIVO OE2:	Impulsar la imagen de marca de Mercapalma		
NOMBRE ACCIÓN:	Plan de Comunicación		
Proceso asociado:	Comunicación Externa		
Responsable:	Adjunta a Gerencia	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	<p>R4: Aumento de un 10% en el número de visitas a la página web y de seguidores en redes sociales (respecto al año anterior).</p> <p>R5: Mejora del 10% del posicionamiento de Mercapalma (respecto al año anterior)</p> <p>R6: Organización y/o participación en 2 eventos relacionados con el sector agroalimentario</p>		
Planificación (Enfoque)	Organizar eventos que aumenten la visibilidad de Mercapalma, tanto en redes sociales como en encuesta de posicionamiento.		
Desarrollo (Despliegue)	<p>Organización de la 3ª edición del Concurso de Fotografía. En el tercer trimestre de 2019.</p> <p>Organización de la 2ª edición del Concurso de Dibujo infantil. Diciembre 2019</p> <p>Publicación de 9 Newsletter. A lo largo del año.</p> <p>Realización de una encuesta de posicionamiento. Febrero 2019 (se evaluarán las acciones de 2018).</p> <p>Organización y/o participación en 2 eventos relacionado con el sector agroalimentario. A lo largo del año.</p>		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

OBJETIVO OE3:	Adaptación a las nuevas exigencias del entorno		
NOMBRE ACCIÓN:	Implantación del Plan de Seguridad del Operador (PSO) y del Plan de Protección Específico (PPE)		
Proceso asociado:	Gestión de proyectos		
Responsable:	Director de Servicios	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R7: Implantación de las medidas previstas en los dos planes (PSO y PPE)		
Planificación (Enfoque)	Revisión de procedimientos, contratación de servicios y obras previstos en los planes y ejecución.		
Desarrollo (Despliegue)	<p>Identificación de Procedimientos afectados, calendario de revisión e implantación de las medidas previstas. A lo largo del año.</p> <p>Identificación de Obras y Servicios necesarios, calendario de contratación y ejecución. A lo largo del año.</p>		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

OBJETIVO OE4:	Adaptación de los servicios y/o productos ofertados a las necesidades de los clientes		
NOMBRE ACCIÓN:	Diseño y promoción de nuevos servicios y/o productos		
Proceso asociado:	Gestión de proyectos		
Responsable:	Director de Servicios	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R8: Incremento de un nuevo producto/servicio adquirido por los operadores de la Unidad Alimentaria.		
Planificación (Enfoque)	Implantar nuevos servicios y/o productos adaptados a las necesidades de los operadores		
Desarrollo (Despliegue)	Prestación de los nuevos productos y/o servicios incluidos en el catálogo aprobado en 2018. A lo largo del año.		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

5- PLANES DE ACCIÓN

OBJETIVO OE5:	IMPULSAR LA CONCENTRACION DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS, Y AMPLIAR LAS LINEAS DE NEGOCIO		
NOMBRE ACCIÓN:	Plan de comercialización		
Proceso asociado:	Gestión comercial		
Responsable:	Director de Mercado	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R9: Porcentaje de ocupación: entre 85,00 y 87,00 R10: Captar nuevos clientes: 2 (de preferencia con valor añadido) R11: Contactos con clientes potenciales: 10 mediante reuniones /entrevistas personales R12: Organización de una visita colectiva de potenciales clientes a Mercapalma		
Planificación (Enfoque)	Incorporar y/o ampliar operadores, actividades y productos de las que Mercapalma no disponga de oferta apreciable. Atraer a Mercapalma a operadores que aporten un mayor valor añadido. Mejorar y ampliar la oferta y calidad de los servicios prestados. Comercializar el proyecto “Llave en mano” para operadores de la ZAC.		
Desarrollo (Despliegue)	Explorar potenciales sectores de demanda y otros segmentos de mercado, en especial Gran Distribución y Canal Horeco. A lo largo del año. Contactar con clientes potenciales que pueden dar respuesta a las necesidades de desarrollo de Mercapalma. A lo largo del año. Comercializar nuevos servicios. A lo largo del año. Organizar una mesa redonda conjunta con los participantes de las sesiones por sectores (distribución, industria, Horeco) desarrolladas en 2017/2018. En noviembre 2019.		
Seguimiento (Evaluación)	Evaluación anual		
Mejoras/ innovaciones	Tras el seguimiento se obtendrán las conclusiones oportunas y se introducirán las correspondientes mejoras o modificaciones		

OBJETIVO OE6.1:	Mejora continua de la Gestión		
NOMBRE ACCIÓN:	Implantación de las mejoras derivadas de la autoevaluación EFQM 2018		
Proceso asociado:	Planificación y Dirección		
Responsable:	Adjunta a Gerencia	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R13: Implantación de las mejoras derivadas de la autoevaluación EFQM realizada en 2018		
Planificación (Enfoque)	Planificación e implantación de las mejoras derivadas de la autoevaluación por el sistema EFQM realizada en 2018 que nos permitirán consolidar este modelo de gestión en Mercapalma.		
Desarrollo (Despliegue)	<p>Coordinación de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificación de la implantación. Enero 2019. Asignación de responsables. Febrero 2019. Implantación de las mejoras. A lo largo del año. Evaluación y revisión. En 2020 		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

5- PLANES DE ACCIÓN

OBJETIVO OE6.2:	Mejora continua de la Gestión		
NOMBRE ACCIÓN:	Consolidación de la mejora de la gestión según el modelo EFQM: PLAN ESTRATÉGICO 2020-2022		
Proceso asociado:	Planificación y dirección.		
Responsable:	Director Gerente	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R14: Definir, antes de noviembre de 2019, los pasos necesarios a seguir durante los próximos 3 años para lograr resultados equilibrados para todos los Grupos de Interés, traduciendo la Misión y Visión en resultados tangibles y fomentando la implicación a todos los niveles de la Organización para conseguirlo. Y todo ello bajo la óptica de la sostenibilidad económica, social y medioambiental.		
Planificación (Enfoque)	Partiendo del análisis del entorno y de la propia Merca, se identificarán y definirán las Líneas Estratégicas, Objetivos e Indicadores que nos permitan alcanzar nuestra Visión, elaborando asimismo un presupuesto económico que dará soporte a dicha planificación.		
Desarrollo (Despliegue)	Coordinación de las acciones a realizar para la elaboración del Plan Estratégico 2020-2022 según el modelo EFQM. Septiembre 2019		
Seguimiento (Evaluación)	Trimestralmente se evaluará el seguimiento del Plan de Acción.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	Si se consiguen los objetivos marcados se continuará con este sistema, sino se analizarán alternativas.		

OBJETIVO OE7:	Implicar a nuestros Grupos de Interés en la promoción de la alimentación saludable, el producto de proximidad y la seguridad alimentaria		
NOMBRE ACCIÓN:	Organización de acciones de promoción		
Proceso asociado:	Plan de Comunicación		
Responsable:	Adjunta a Gerencia	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R15: Organización de una acción de promoción del Producto de proximidad-local. R16: Organización de una acción de promoción en Seguridad Alimentaria.		
Planificación (Enfoque)	Implementación de una promoción de la alimentación saludable, producto de proximidad y seguridad alimentaria, implicando a las empresas de Mercapalma y alcanzando alianzas con agentes interesados.		
Desarrollo (Despliegue)	Organización de evento de promoción en Seguridad Alimentaria. Enero 2019. Organización de evento de promoción Producto de proximidad-local. Noviembre 2019. Reuniones con empresas de Mercapalma. A lo largo del año.		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

OBJETIVO OE8:	Impulsar la reducción del impacto ambiental de MERCAPALMA y de nuestros clientes		
NOMBRE ACCIÓN:	Plan integral de reducción del impacto ambiental		
Proceso asociado:	Gestión de proyectos		
Responsable:	Director de Servicios	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R17: Conseguir que 10 operadores se adhieran al proyecto R18: Mejorar indicadores de impacto ambiental R19: Controlar/conocer posibles subvenciones y/o ayudas que puedan ser aplicables a la mejora de infraestructuras y/o servicios tanto para el conjunto de la Unidad Alimentaria como para cualquiera de los operadores ubicados en ella		
Planificación (Enfoque)	Seguimiento y asesoramiento a clientes		
Desarrollo (Despliegue)	Seguimiento y asesoramiento a clientes. A lo largo del año		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

5- PLANES DE ACCIÓN

OBJETIVO OE9:	Reducir el despilfarro alimentario		
NOMBRE ACCIÓN:	Plan integral de reducción del despilfarro		
Proceso asociado:	Gestión de proyectos		
Responsable:	Director de servicios	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R20: Conseguir que 10 operadores se adhieran al proyecto R21: Mejorar indicadores de despilfarro		
Planificación (Enfoque)	Seguimiento y asesoramiento a clientes.		
Desarrollo (Despliegue)	Seguimiento y asesoramiento a clientes. A lo largo del año.		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

5- PLANES DE ACCIÓN

OBJETIVO OE10 Y OE12	Gestión participativa de los líderes y buen clima laboral		
NOMBRE ACCIÓN:	Implantación de los planes de capacitación diseñados en 2018		
Proceso asociado:	Desarrollo profesional		
Responsable:	Directora Administración, Finanzas y RRHH	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	R22: Realizar las acciones formativas programadas R23: Resultado evaluación eficacia de las acciones formativas > 7		
Planificación (Enfoque)	Adaptación de los perfiles de las personas de Mercapalma a las necesidades de la Organización a través de la organización de acciones formativas eficaces y eficientes.		
Desarrollo (Despliegue)	Cumplimiento del plan de capacitación diseñado en 2018. A lo largo del año.		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras / Innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctoras necesarias.		

OBJETIVO OE11:	Mejora en la gestión del tiempo		
NOMBRE ACCIÓN:	Adaptación a través de NNTT a las nuevas exigencias de la LCSP para los Contratos Menores.		
Proceso asociado:	Sistemas		
Responsable:	Directora de Administración, Finanzas y RRHH	Plazo:	2019
Resultado a conseguir con la Acción (Resultado)	<p>R24: Automatización de la cumplimentación, codificación, aprobación, firma y adjudicación de los Informes de necesidades de los Contratos Menores según las exigencias de la nueva Ley de Contratos del Sector Público (Ley 9/2017).</p> <p>R25: Vinculación del Informe de necesidades al expediente generado en la intranet y a la factura de gasto del proveedor correspondiente para su aprobación y firma.</p> <p>R26: Estudio de la posibilidad de automatizar la publicación de los Contratos Menores en la Plataforma de Contratación del Sector Público.</p>		
Planificación (Enfoque)	Desarrollo de un nuevo sistema de control de la gestión de los contratos menores integrado con el sistema de gestión documental (Mercanet) con el fin de mejorar la gestión del tiempo a través de la automatización del flujo de los Contratos Menores.		
Desarrollo (Despliegue)	<p>Recogida de necesidades. Enero 2019</p> <p>Diseño de los procesos. Febrero 2019</p> <p>Licitación servicio de desarrollo de software. Mayo 2019</p> <p>Implantación definitiva. Julio 2019</p>		
Seguimiento (Evaluación)	Mensualmente se reportará información.		
Mejoras/ innovaciones (Revisión)	En el caso de que haya desviaciones sobre el objetivo, se analizarán y se establecerán las medidas correctivas necesarias.		

6-COMPARACIÓN PRESUPUESTO 2019 CON PREVISION CIERRE 2018

A)- INGRESOS

		IPC18=1,9%	
INGRESOS	U.P.A.(6)2018	PRESUP-2019	% 19/18
Mercado de Frutas y Hortalizas (1)	584.942,39	465.032,52	-20,50
Matadero	246.291,90	250.971,48	1,90
Mercado Polivalente (2)	739.764,95	797.594,88	7,82
Z.A.C. (3)	1.761.077,97	1.824.038,15	3,58
L.C.O. (4)	48.215,55	66.003,72	36,89
Accesos	506.421,94	572.450,77	13,04
Parque verde	197.696,76	205.622,16	4,01
Subvenciones	912,00	1.200,00	31,58
Comunicaciones	0,00	0,00	
Ingresos Ordinarios	4.085.323,46	4.182.913,68	2,39
Derechos de Entrada	189.500,31	188.626,34	-0,46
Participación Traspasos y otros ing.(5)	458,27	0,00	-100,00
Exceso de provisiones	0,00	0,00	
Otros Ingresos de Gestión	189.958,58	188.626,34	-0,70
INGRESOS DE EXPLOTACION	4.275.282,04	4.371.540,02	2,25
INGRESOS EXCEPCIONALES (6)	0,00	0,00	
INGRESOS FINANCIEROS (6)	4.875,30	3.551,16	-27,16
TOTAL INGRESOS	4.280.157,34	4.375.091,18	2,22

B)- GASTOS

GASTOS	U.P.A.(6)2018	PRESUP-2019	% 19/18
Aprovisionamientos	34.479,79	39.231,48	13,78
Gastos de Personal (7)	942.178,17	1.041.231,18	10,51
Indemnizaciones	0,00	0,00	
Dotación Amortizaciones (8)	564.570,10	606.869,05	7,49
Variación Prov. Insolvenc. Tráfico (9)	50.000,00	50.000,00	0,00
Otros Gastos de Explotación (10)	844.299,94	938.581,08	11,17
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	2.435.528,00	2.675.912,79	9,87
GASTOS EXCEPCIONALES	0,00	0,00	
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	
TOTAL GASTOS	2.435.528,00	2.675.912,79	9,87

C)- RESULTADOS

RESULTADOS	U.P.A.(6)2018	PRESUP-2019	% 19/18
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	4.275.282,04	4.371.540,02	2,25
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	2.435.528,00	2.675.912,79	9,87
RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN	1.839.754,04	1.695.627,23	-7,83
INGRESOS FINANCIEROS	4.875,30	3.551,16	-27,16
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	
RESULTADOS FINANCIEROS	4.875,30	3.551,16	-27,2
RESULTADOS ANTES IMPTOS.	1.844.629,34	1.699.178,39	-7,89
IMPUESTO DE SOCIEDADES	-5.533,88	-5.097,53	
RESULTADOS DESPUES IMPTOS.	1.839.095,46	1.694.080,86	-7,89
CASH-FLOW ANTES IMPTOS.	2.459.199,44	2.356.047,44	-4,19
CASH-FLOW DESPUES IMPTOS.	2.453.665,56	2.350.949,91	-4,19
EXCEDENTE CORRIENTE	2.264.365,56	2.163.869,94	-4,44

UPA 2018 con datos de cierre a 30/06/2018 y Revisión salarial=1,75% en 2018. En 2019 se aplica previsión IPC2018=1,9% a todas la partidas de ingresos y gastos, excepto pab FyH, tarifas puerta, amortizaciones, y revisión salarial 2,75% segun resolución Secretaría de Estado de Función Pública (22/03/2018).

(1) En 2019 se preve 50 puestos vacíos 12 meses, 24 en Pab.I y 26 en Pab.II. Baja sin reapertura de la cafetería. Ingresos por nuevos servicios: 20.000€. No se prevé revisión tarifas.

(2) En 2019 previsto vacíos: Pab.III - 1 módulo doce meses; Pab.VI-1 módulo doce meses. Pab.VII no se prevé ocupación. Ingresos por alquiler temporal y nuevos servicios 52.500€

(3) En ZAC fases 1 y 3 se prevé vacías 4 parcelas (8.023m2) y en las fases 2 y 4 se prevé 10 parcelas vacías (18.927m2). Ingresos por nuevos servicios 30.000€

(4) Prevista desocupación de 8 locales durante 12 meses (4 ocupables y 4 no disponibles), previsión de nueva ocupación de 2 locales durante 12 meses.

(5) No hay previsión de nuevos traspasos durante el año.

(6) No hay previsión de ingresos extraordinarios. Tipo de remuneración los nuevos fondos a plazo fijo 0,07% en 2019.

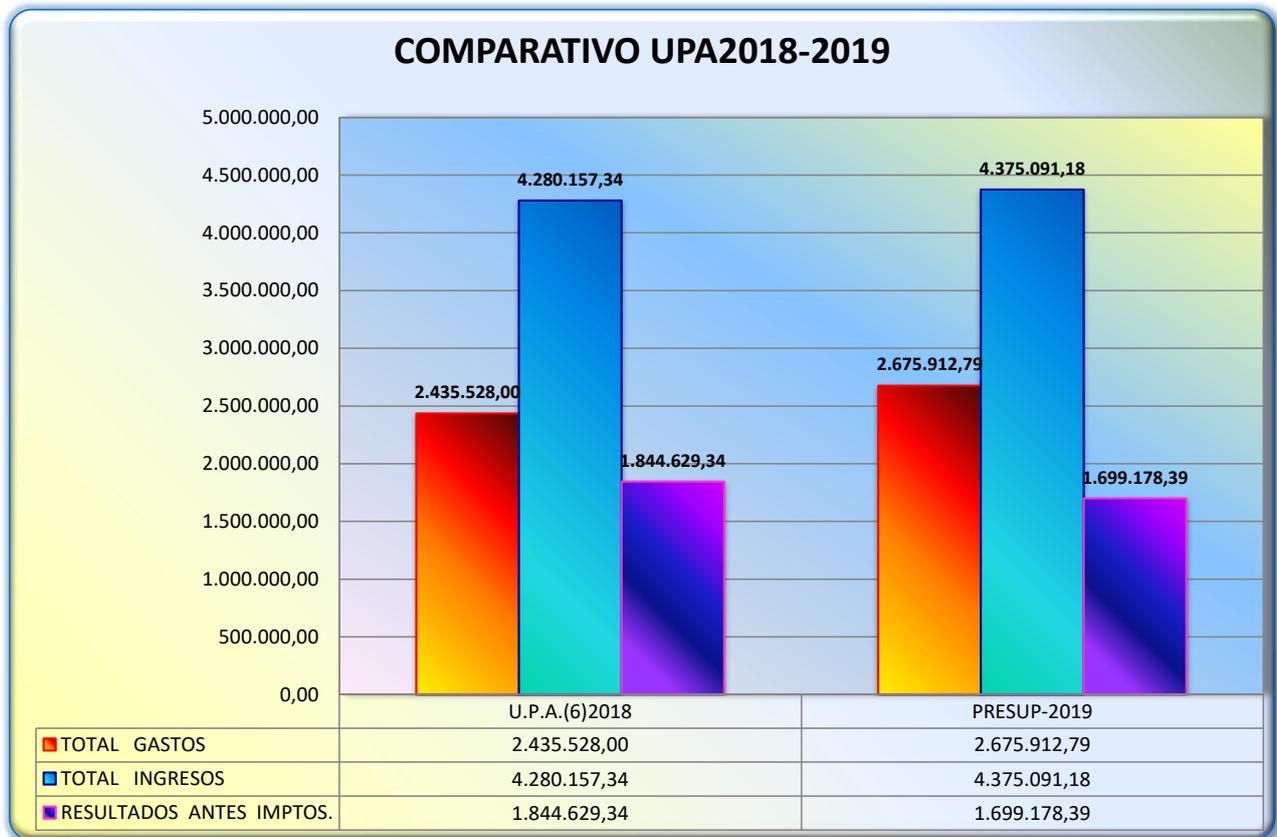
(7) Previsión revisión salarial 2,75% y no aportación de la ayuda a la jubilación. Se preven 10 Consejos. Se prevé alta de un Vigilante y un Aux.Adv., ninguna baja. Incluida contratación del Jefe/a de Sección Jurídica realizada en octubre 2018.

(8) Se incorpora las amortizaciones de las nuevas inversiones y las derivadas de infraestructura crítica en función de su entrada en funcionamiento (31.026,06€ nuevas inversiones).

(9) Previsión de morosidad de 50.000€.

(10) Previsto 44.100 Plan RSC y acciones RSC según plan de comunicación + 5.000 de relaciones públicas + 5.000 publicidad y patrocinios + 165h de serv.laborales externos + Gastos derivados de infraestructura crítica. Auditoría financiera y fiscal por 5.300. Se incorporan licencias de software online. Tasa incineración y recogida ajustada a previsión de residuos. Servicios de seguridad, vigilancia y control de accesos según importe adjudicación. Se ajusta el importe del IBI al importe de 2018 más previsión de la nueva ZAC IV. Resto de partidas ajustadas a tendencia + IPC.

6-COMPARACIÓN PRESUPUESTO 2019 CON PREVISION CIERRE 2018



7- INVERSIONES PREVISTAS, FINANCIACIÓN Y DIVIDENDOS

A)- INVERSIONES

LINEA VISIÓN	INVERSIONES PRODUCTIVAS	2019	TRIMESTRE	1T	2T	3T	4T
LV 2	Proyectos llave en mano	250.000,00	2º TRIM.		250.000,00		
LV 2	Comercialización del frío	50.000,00	4º TRIM.				50.000,00
LV 6	Nuevas Tecnologías (NNTT)	50.000,00	1º TRIM.	50.000,00			
LV 2	Adaptación de Pab. I y II	800.000,00	1º - 4º TRIM.	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
		1.150.000,00	0,00	250.000,00	450.000,00	200.000,00	250.000,00

LINEA VISIÓN	INVERSIONES DE REPOSICIÓN	2019	TRIMESTRE	1T	2T	3T	4T
LV 2	Otras inversiones	50.000,00	1º TRIM.	50.000,00			
	Adaptaciones por infraestructura crítica	293.200,00	2º TRIM.		293.200,00		
	Total nuevas inversiones	343.200,00	0,00	50.000,00	293.200,00	0,00	0,00

Total inversiones	1.493.200,00	0,00	300.000,00	743.200,00	200.000,00	250.000,00
--------------------------	---------------------	-------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

(*) Las inversiones correspondientes a 2019 contempla las inversiones presupuestadas en ejercicios anteriores pospuestas y las nuevas inversiones presupuestadas para este año.

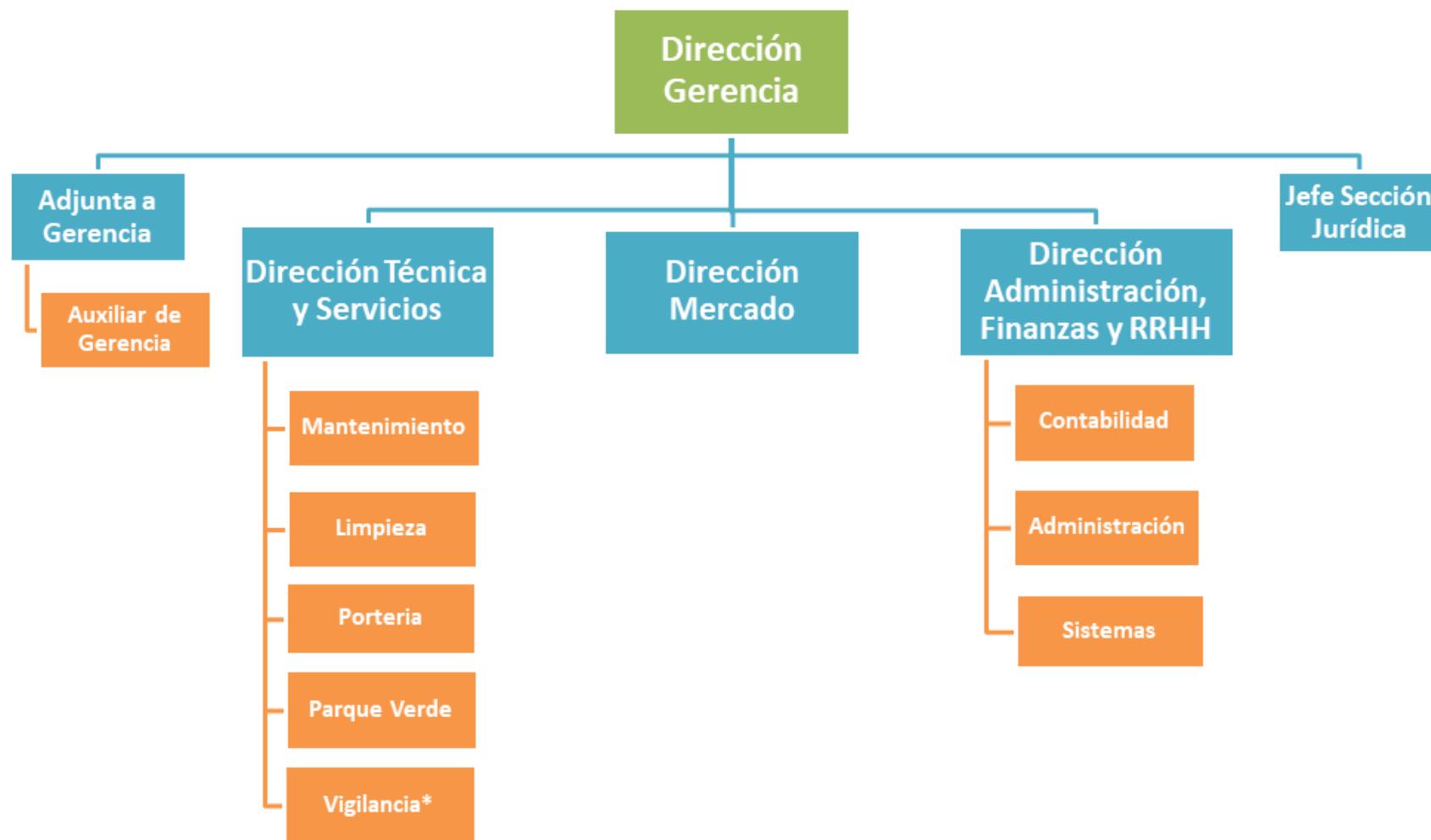
B)- FINANCIACIÓN

Detalle	2019	1T	2T	3T	4T
DISPONIBLE ANTERIOR	6.529.410,56	6.529.410,56	6.802.597,30	6.024.433,70	6.139.306,16
CASH-FLOW DESPUES IMPTOS	2.350.949,91	573.186,74	576.646,40	606.773,49	594.343,27
DIVIDENDOS	1.195.412,05		611.610,00	291.901,03	291.901,02
DISPONIBLE GENERADO	1.155.537,86	573.186,74	-34.963,60	314.872,46	302.442,25
DISPONIBLE TOTAL (1)	7.684.948,42	7.102.597,30	6.767.633,70	6.339.306,16	6.441.748,41
INVERSIONES	1.493.200,00	300.000,00	743.200,00	200.000,00	250.000,00
DIFERENCIA	6.191.748,42	6.802.597,30	6.024.433,70	6.139.306,16	6.191.748,41

(1) Disponible total = Cash-Flow después de Imp.del ejercicio - Dividendos + Disponible del ejercicio anterior.



8. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



(*) Pendiente de aprobación la incorporación de un Vigilante (mediante contratación laboral o externalización del servicio)