

mercaPalma



MEMORIA ANUAL 2017





| | |
|---|----|
| Presentación | 4 |
| Introducción | 6 |
| Órganos de representación | 8 |
| Empresas y actividad | 9 |
| Ubicación y distribución | 10 |
| Empresas ubicadas en MERCAPALMA | 12 |
| Responsabilidad Social Corporativa | 13 |
| • Compromiso con la vida saludable | 16 |
| • Mercapalma solidaria | 18 |
| • Mercapalma comunica | 20 |
| Resultado Económico-Financiero | 23 |
| Datos de comercialización | 26 |
| • Frutas y hortalizas | 26 |
| • Evolución de la comercialización y del precio medio de frutas y hortalizas | 28 |
| • Pescado y marisco | 29 |
| • Carne | 30 |
| • Procedencia de los productos | 31 |
| • Acceso vehículos | 33 |
| Nuestro equipo está compuesto por | 34 |
| Autores fotografías | 35 |

Como presidente de Mercapalma, es una satisfacción presentar la Memoria Anual de 2017, que recoge las actividades de Mercapalma, enfocadas en tres ejes: financiero, social y medioambiental, y en el que los buenos datos han sido los protagonistas.

Mercapalma facturó 4.108.261 euros a lo largo de 2017, un 2,44% más que el año anterior y generó unos beneficios después de impuestos de 2.026.065 euros, lo que supone un 13,52%, más que en 2016.

Estos buenos resultados han sido fruto de una gestión cuidadosa y gracias a una mayor ocupación de las instalaciones, a un incremento de los abonos de accesos y a una contención del gasto del 9,6%.

Los resultados de este ejercicio reflejan la apuesta por una gestión sostenible que garantiza la capacidad para asumir nuevos retos derivados del nuevo modelo de mercado que nos marca la nueva sociedad de consumo.

Las inversiones han ido principalmente destinadas a finalizar el proceso de adquisición de parcelas iniciado en el 2007 para la ampliación de la zona de actividades. También se han implementado avances tecnológicos, como la digitalización de la gestión y se han mejorado servicios, con una red wi-fi gratuita para las personas usuarias de las instalaciones.

Además, Mercapalma, destaca entre el resto de polígonos agroalimentarios estatales por ser uno de los más rentables y también por haber implantado un sistema de gestión de calidad según el modelo EFQM.

Quiero hacer una mención especial del programa de responsabilidad social corporativa de la empresa, a la tarea con el Banco de Alimentos y destacar la actividad de voluntariado de todo el personal de Mercapalma.

Aprovecho esta oportunidad para agradecer a clientes, comerciantes, profesionales y entidades colaboradoras que han sumado su esfuerzo para llevar a Mercapalma hacia el futuro.

Porque como Ayuntamiento tenemos un compromiso con las personas, con su bienestar. Porque Palma es nuestro compromiso.



Presentació

Com a president de Mercapalma, és una satisfacció presentar la Memòria Anual de 2017, que recull les activitats de Mercapalma, enfocades en tres eixos: financer, social i mediambiental, i en el que les bones dades han estat les protagonistes.

Mercapalma va facturar 4.108.261 euros al llarg de 2017, un 2,44% més que l'any anterior i generà uns beneficis després d'imposts de 2.026.065 euros, el que suposa un 13,52%, més que l'any 2016.

Aquests bons resultats han estat fruit d'una gestió acurada i gràcies a una major ocupació de les instal·lacions, a un increment dels abonaments d'accessos i a una contenció de la despesa del 9,6%.

Els resultats d'aquest exercici reflecteixen l'aposta per una gestió sostenible que garanteix la capacitat per assumir nous reptes derivats del nou model de mercat que ens marca la nova societat de consum.

Les inversions han estat principalment destinades a finalitzar el procés d'adquisició de parcel·les iniciat en el 2007 per a l'ampliació de la zona d'activitats. També s'han implementat avanços tec-

nològics, com la digitalització de la gestió i s'han millorat serveis, amb una xarxa wi-fi gratuïta per a les persones usuàries de les instal·lacions.

A més, Mercapalma, destaca entre la resta de polígons agroalimentaris estatals per ser un dels més rendibles i també per haver implantat un sistema de gestió de qualitat segons el model EFQM.

Vull fer una menció especial al programa de responsabilitat social corporativa de l'empresa, a la tasca amb el Banc d'Aliments i destacar l'activitat de voluntariat de tot el personal de Mercapalma.

Aprofito aquesta oportunitat per agrair a clients, comerciants, professionals i entitats col·laboradores que han sumat el seu esforç per dur a Mercapalma cap al futur.

Perquè com a Ajuntament tenim un compromís amb les persones, amb el seu benestar. Perquè Palma és el nostre compromís.



Antoni Noguera Ortega
Alcalde/Batle de Palma

Durante el 2017 Mercapalma ha seguido consolidándose y sigue avanzando hacia el futuro con paso firme y decidido. En este año se ha aprobado el Plan Estratégico, para los próximos tres años, en el que se van a desarrollar diferentes estrategias para incrementar el retorno, sobretodo social y medioambiental, tanto a clientes como a la sociedad.

Mercapalma es y seguirá siendo la despensa de Mallorca. En la unidad alimentaria se concentra el mayor número de empresas, actividades y productos relacionados con el sector agroalimentario de la isla. Año tras año se va incrementando el volumen de producto fresco comercializado alcanzando las 239.000 toneladas en 2017 (un 0,55% más que el año anterior, destacando el incremento en la comercialización de pescados y mariscos en un 4,1%).

Mercapalma ha incrementado sus beneficios un 13,5% con respecto al año anterior como consecuencia de la orientación de la gestión empresarial hacia el cliente lo que ha permitido aumentar las actividades de logística y comercialización generando la confianza necesaria para el desarrollo de nuevos proyectos empresariales.

Continuamos con el proyecto de empresa socialmente responsable a través de los programas “Es Rebot de Mallorca”, “L’Escola al Mercat” y “Des-

dejuni Saludable” dirigidos principalmente a la población escolar con los que se pretende promover la vida sana mediante la alimentación saludable potenciando el consumo de producto fresco, de temporada y de proximidad. El número de visitas dentro del programa “El Rebot de Mallorca”, que tienen como principal objetivo dar a conocer el funcionamiento de la unidad alimentaria además de promover hábitos saludables en la alimentación, se han incrementado un 12,5% con respecto al año anterior. Las actividades de patrocinio mediante la aportación de varios tipos de frutas en eventos deportivos (como la Feria del deporte y la salud Fit Salut Palma, la carrera popular Palmadona, etc.), también han aumentado como consecuencia del incremento del número de participantes en estos eventos. Seguimos con nuestra faceta solidaria colaborando con organizaciones de ayuda a la población más desfavorecida como son la Fundación Banco de Alimentos de Mallorca y la Fundació Barceló, además de la Fundació Projecte Home Balears para la reinserción laboral de personas con riesgo de exclusión social.

El compromiso con el medioambiente sigue siendo primordial y nuestro esfuerzo va dirigido a la reducción del consumo de recursos naturales y energéticos en la unidad alimentaria además de la sensibilización de estudiantes y resto de grupos que nos visitan en todo lo relacionado con el con-



sumo responsable y la reducción del despilfarro alimentario.

Como actuación enmarcada dentro del Plan de Comunicación este año se ha rediseñado nuestra imagen corporativa con el objetivo de conseguir una mayor visibilidad en un entorno cada vez más dinámico y diverso y en concordancia con la nueva estrategia empresarial la cual va dirigida hacia el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y el compromiso medioambiental. La principal característica de esta nueva imagen es el color verde mar con el que se quiere transmitir la singularidad de nuestra localización en un territorio insular el cual siempre ha estado muy vinculado con el mar.

Cada vez somos una empresa más digitalizada adaptando progresivamente los procesos administrativos y de gestión a las nuevas tecnologías.

Por último quiero destacar la excelente labor realizada por el personal de Mercapalma y agradecer a nuestros clientes, proveedores, partners y accionistas su colaboración y compromiso para sacar adelante el Proyecto de Mercapalma.

D. Jeroni Barbón Juan
Gerente Mercapalma



Órganos de representación

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2017

Presidente:

D. Antoni Noguera Ortega

Vicepresidente 1º:

D. José Antonio Crespo Albelda

Vicepresidenta 2ª:

Dª Antònia Martí Perdis

Vocales:

Dª Vanessa Moreno Vincent

Dª Maria Antònia Comas Serra

Dª María Delia Pariente Jiménez

D. Alfredo Reyes González

Dª Jerónima Fernández Egea

Dª Joana Maria Adrover Moyano

D. Enrique Medina Guijarro

D. Josep Llop Sureda

Secretario:

D. Alfonso Dicenta Quiroga

Director Gerente:

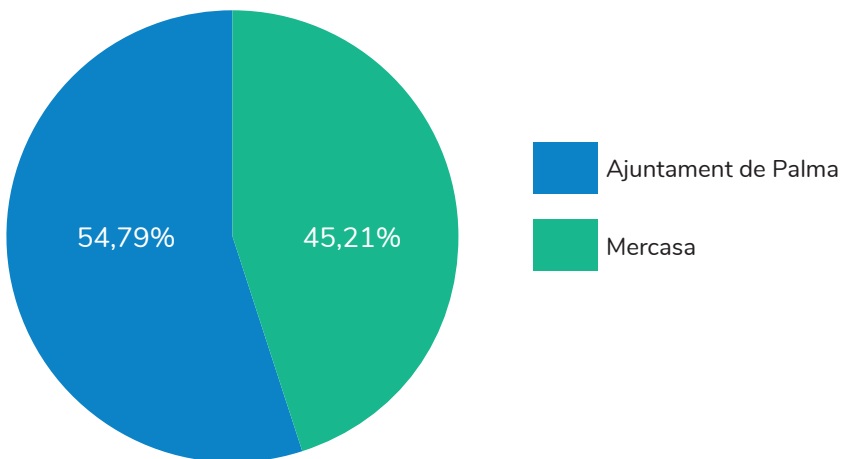
D. Jeroni Barbón Juan

mercaPalma



LA RED DE MERCAS
DE ESPAÑA

Ajuntament  de Palma

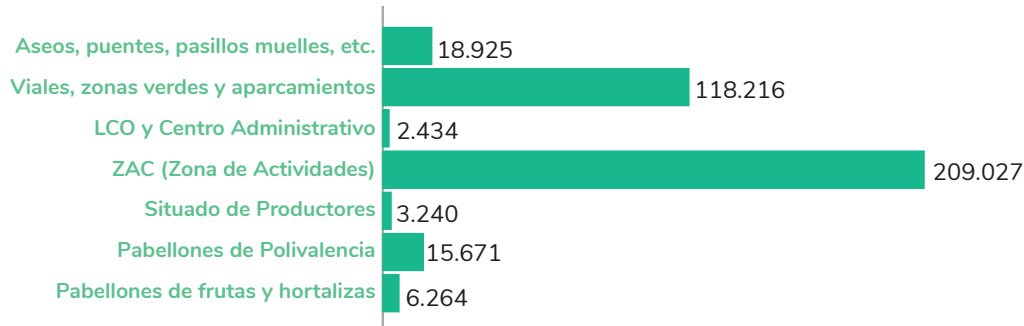


Mercapalma concentra la mayor oferta mayorista agroalimentaria de Mallorca en una superficie distribuida en zonas diferenciadas.

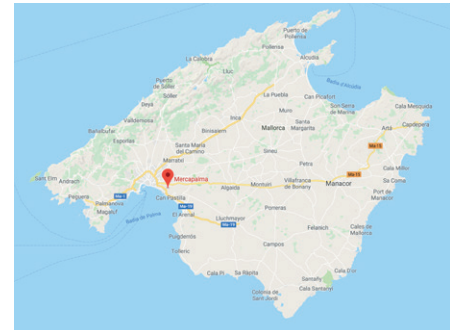
7 pabellones: 2 de frutas y verduras y 5 polivalentes; el matadero; zona de actividades complementarias, locales comerciales y oficinas, edificio administrativo y el situado de productores (en los que más de 50 agricultores presentan las frutas y hortalizas recién recogidas de sus propias fincas).

- Los Pabellones I y II, con una superficie de 5.624m² cada uno, se componen de puestos en los que más de 20 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.
- El Pabellón III con una superficie de más de 2.000 m² acoge, en su mayoría, productos procedentes del mar. En cada módulo se cuida minuciosamente el pescado para mantener su calidad y frescura.
- Los Pabellones IV, V y VI albergan mayoristas de carne, pescado y otros servicios complementarios en una superficie de más de 10.000 m².
- La Zona de Actividades Complementarias (ZAC) ofrece a las empresas del sector agroalimentario y sectores complementarios parcelas en las que establecer su negocio: logística, almacenes, panificadoras, salas de despiece, fábrica de embutidos, catering, talleres, gran distribución y centrales hortofrutícolas que ofrecen desde frutas exóticas hasta productos ya listos para consumir, la llamada cuarta gama.
- El 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 m², pudiendo comercializarse en espacios menores, adaptándonos a las necesidades del cliente. Dispone de acceso al muelle cubierto perimetral, permitiendo una óptima implantación de cualquier actividad.
- Locales Comerciales y Oficinas: El edificio administrativo acoge varios locales comerciales destinados a oficinas, una cafetería, una administración de lotería, una oficina bancaria, aulas de formación y una sala de curas, equipada con desfibrilador, a disposición de los usuarios del mercado.

DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE EN m²



 **Ubicación y distribución**







Empresas ubicadas en MERCAPALMA

Agroilla, S.A.T.
Agromallorca, S.A.T.
Al & Verd, S.L.
Andres Garcia Ruiz
Angel Román Lorente
Arima Gil Peira
Asociacion Patronal Mayoristas
Berlys Corporación Alimentaria, S.A.U.
Bibifrut, S.L.
Butan Palma, S.L.
Bonany Alimentació, S.L.
Cajamar
Camp Mallorqui
Cdad. Prop. C/ Cardenal Rossell n°182
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 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.
Frutas D'Or, S.A.
Frutas Font e Hijos, S.A.
Frutas Francia, S.L.
Frutas Gragon, S.L.
Frutas Hugueta, S.L.
Frutas Riu, S.A.
Frutas y Verduras Daniel, S.L.
Fundación Banco Alimentos de Mallorca
Fundació Barceló
Ginefruit, S.A.

Gozalo Poyatos C.B.
Gregal Enginyeria Telematica, S.L.U
Hermanas 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.
Javimar, S.L.
Jesus Pastor Fuster
Juan Antonio Barceló Rosselló
Juan Cladera, S.L.
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
Peix Vicalis 2017, S.L.
Perecederos y Mas Navarro, S.L.
Pescados Llompart, S.L.
Pescados Mar Este, C.B.
Pescados Mar y Sol 2016, S.L.
Petit Forestier
Productes d'Horta Es Caragol, S.L.
Refrilog, S.L.
Ricardo matas 3000, S.L.
Rosario Lopez Herrero
Salvador Ferra Ferra
Tikkun España, S.A.
Transiris Balear, S.L.
Transportes Marquer 2007, S.L.
TuCarn, S.L.
Uco Sa Pobla, S.A.
Vda. A. Serra, S.A.
Xutipesca, S.L



Responsabilidad Social Corporativa

NUESTRO COMPROMISO

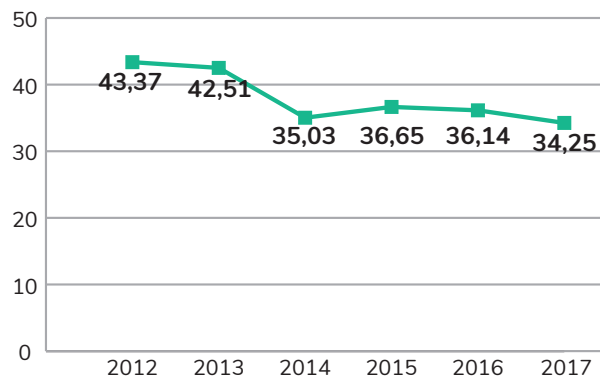
Nos comprometemos a **mejorar el bienestar y la calidad de vida** de nuestros grupos de interés clave y de la sociedad mallorquina en general, trabajando en el entorno de la alimentación, promoviendo iniciativas sociales a través de la triple dimensión (ambiental, social y económica) y **hábitos de vida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

MEDIO AMBIENTE

Residuos: en 2017 los usuarios han entregado al Parque Verde 868,99 tn de residuos, de los cuales son materiales incinerables 571,3 tn, por lo que el porcentaje de material reciclable sobre el total de residuos es de 34,25 %. En 2016, este porcentaje fue del 36,16 , pues de las 772,30 tn de residuos generados, se incineraron 493 tn. Estos valores se deben comparar con la situación del año 2007, cuando se implantó el 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 38,8 % 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 este año representa un ahorro de 108.000 € en el conjunto de los usuarios del mercado.



—■ % de reciclaje en parque verde





Responsabilidad Social Corporativa

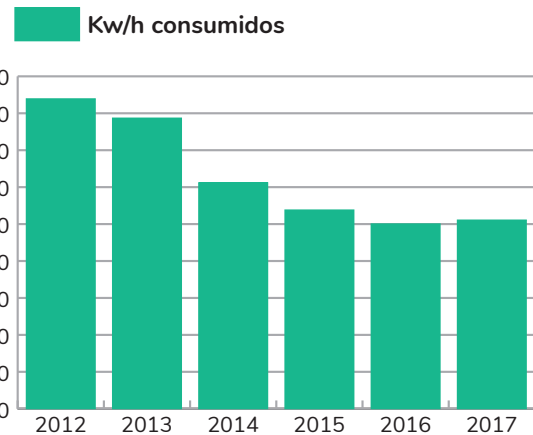
SEGURIDAD ALIMENTARIA

Se mantiene el control previsto en la calidad del agua, no presentándose ninguna incidencia en las analíticas y controles periódicos. Los restantes procesos de control (limpieza, plagas, mantenimiento, de espacios públicos) alcanzan los valores previstos.



EFICIENCIA ENERGÉTICA

Consumo eléctrico. Se ha producido un consumo total de 255.462 kwh, que representa un ligero incremento del 2 % respecto al 2016. Como dato comparativo se indica que en 2012, año en que se inició la ejecución de medidas de reprogramación de alumbrado y sustitución de luminarias, el consumo fue de 419.609 kwh, por lo que nos situamos respecto a ese año, en un ahorro del 39,1%.





629

mercaPalma

SOLO ABRUADOS

SOLO ABRUADOS

ACC

Vda d'An in Se

STAS NAIBED

RE



Responsabilidad Social Corporativa

COMPROMISO CON LA VIDA SALUDABLE

Mercapalma continúa fiel a su compromiso de potenciar una vida sana mediante la promoción de una alimentación saludable y el fomento del ejercicio físico. Por eso este año ha colaborado en la carrera **PalmaDona** que organiza el Ayuntamiento de Palma aportando 710 Kilos de fruta entre los 3000 deportistas que participaron en la carrera el día 5 de marzo.



PalmaDona

Una vez más Mercapalma ha colaborado con el Instituto Municipal de Deportes de Palma en la organización de la **Fit Salut 2017**, haciendo aportación 14.000 piezas de fruta entre todas las personas que participaron. Desde la organización técnica del acontecimiento se escogieron las variedades de plátanos y manzanas por su contenido energético, a la vez que constituyen un alimento fácil de pelar y de comer. La Fit Salut Palma 2017 es un acontecimiento gratuito, abierto a la ciudadanía, en que los asistentes pueden conocer y practicar las diversas actividades que ofrecen las entidades colaboradoras.



Fit Salut 2017

| INDICADOR | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Nº colaboraciones en eventos | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| Nº de visitas al "Rebost de Mallorca" | 9 | 5 | 8 | 8 | 7 | 8 |
| Nº de alumnos visita al "Rebost de Mallorca" | | | | | 118 | 146 |
| Nº alumnos que participan en "Escola al mercat" | 980 | 924 | 1132 | 1214 | 1180 | 1530 |
| Kilos entregados a Desayunos saludables | 265 | 148 | 145 | 295 | 354 | 381 |



Responsabilidad Social Corporativa

L'Escola al Mercat cumple 10 años. El 12 de mayo, los exteriores del Mercado del Olivar acogieron la clausura de la actividad de promoción de la salud "L'Escola al Mercat", que durante el pasado curso celebró su décimo aniversario. En total se han beneficiado de este proyecto durante el curso 2017-2018 un total de 1.530 alumnos de 17 centros educativos de Palma repartidos en 55 sesiones, 350 niños más que el curso anterior.



L'Escola al mercat

En junio se cerró la temporada 2016/2017 de la actividad de visitas a Mercapalma "El Rebot de Mallorca". Este proyecto va dirigido principalmente a población infantil y juvenil. Con él queremos dar a conocer Mercapalma como centro de abastecimiento de alimentos de Mallorca y su compromiso con la sociedad. Un compromiso que reflejamos en tres vertientes: Medio-ambiente, Solidaridad y Empresas, en un recorrido por nuestras instalaciones. Durante esta temporada hemos acogido a 146 visitantes y 22 profesores, que han participado también en nuestros talleres de Alimentación saludable y se han llevado un obsequio de parte de Mercapalma, para que valoren la importancia de los alimentos frescos en sus dietas.



El Rebot de Mallorca

En cuanto al programa **Desdejuni Saludable** organizado por el Ayuntamiento de Palma, Mercapalma ha colaborado como cada año aportando unos 381 Kilos de fruta. Durante el último curso este proyecto ha contado con la participación de 1.112 alumnos.



El 15 de marzo, Día de la persona consumidora, con aportación de fruta por parte de Mercapalma.



Responsabilidad Social Corporativa

MERCAPALMA SOLIDARIA

El pasado 17 de marzo, en un acto celebrado en las instalaciones de Mercapalma, la **Fundació Barceló**, agradeció la colaboración de varias entidades entre la que se encontraba Mercapalma, por su colaboración en el proyecto ALISOL (proyecto Alimentos Solidarios). Esta entidad tiene cedido, a título gratuito un puesto en los Pabellones de Frutas y Hortalizas de Mercapalma, desde donde se trabaja en el enriquecimiento de la dieta de los más necesitados.

A principios de 2017 La Junta de Patronos del **Banco de Alimentos de Mallorca** nos hizo entrega de un diploma en agradecimiento a nuestra colaboración en la lucha contra el hambre.

El 9 de agosto se llevó a cabo en Mercapalma la “Operación Tipazo” organizada por la **Fundació Banc de Sang i Teixit de les Illes Balears** en las instalaciones de Mercapalma. El bus “dóna sang” estuvo estacionado en el Situado de Productores desde las 11:00h hasta las 15:00h. En este tiempo visitaron el bus 26 personas de las cuales 8 eran nuevos donantes.



Fundació Barceló



Operación Tipazo

Responsabilidad Social Corporativa

El 26 de octubre, con motivo del **Día Mundial contra el Cáncer de Mama** varios miembros de la **Asociación Española Contra el Cáncer** montaron sus stands en el situado de productores de Mercapalma. Los usuarios de Mercapalma aprovecharon que estaban en el mes rosa, para acercarse a recibir información y a colaborar por la causa comprando productos rosa. La operación fue un éxito,

puesto que algunos artículos como paraguas y bolsas agotaron las existencias y tuvieron que llamar a almacenes para reponer.

Día Mundial contra el Cáncer de mama





Responsabilidad Social Corporativa

MERCAPALMA COMUNICA

En julio se publicó el primer ejemplar del **Newsletter** de Mercapalma. El objetivo es la difusión de las acciones que realiza Mercapalma y la información que pueda ser interesante para nuestros usuarios. Contamos con la implicación de las empresas de la unidad alimentaria, a través de las entrevistas que realizamos y además nos facilitan artículos con información sobre productos de temporada que comercializan.



Newsletter Mercapalma

El miércoles 25 de octubre, en las instalaciones de Mercapalma tuvo lugar la entrega de **Premios de la primera edición del concurso de fotografía "merquotidiana"**, que giraba en torno a dos temas: El día a día de Mercapalma, y La Gente de Mercapalma. El jurado, formado por nueve personas procedentes de diferentes ámbitos, tuvo que escoger de entre 159 obras entregadas por 21 participantes. Los premios consistieron en material fotográfico valorado en 300 euros para los primeros clasificados, y una cesta con productos de Mercapalma para los finalistas.



Entrega de Premios I Concurso de Fotografía



Responsabilidad Social Corporativa

Mercapalma ha querido **agradecer a las empresas** que colaboran con el proyecto “**El Reboost de Mallorca** “. Por este motivo, la vicepresidenta y el Gerente, hicieron entrega de una figura representativa de este espíritu de compromiso entre Mercapalma y las empresas ubicadas en este polígono agroalimentario.



El Reboost de Mallorca

Y como muestra del día a día de Mercapalma, la empresaria Isabel Vicens, de Agromalloca y el empresario Biel Mas, de Productos de Horta “Es Caragol” participaron en una pequeña **mesa redonda** para contar de primera mano cómo eran y cómo son la vida y la gente de Mercapalma. Una vida que comienza mucho antes de que salga el sol y que marca una vida familiar y social diferente a la de la mayoría de colectivos.



Mesa redonda

El 7 de noviembre tuvo lugar en las instalaciones de Mercapalma una rueda de prensa con motivo de la presentación del **nuevo logo de Mercapalma**. El consejo de Administración quiso en este acto dar a conocer esta nueva imagen con la que Mercapalma pretende asumir los cambios en el mundo de la distribución agroalimentaria.



Presentación nuevo logo



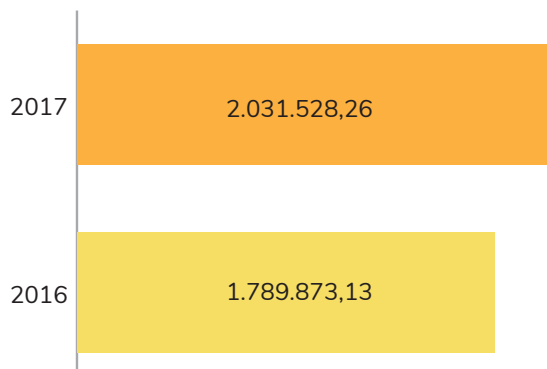


Resultado Económico-Financiero

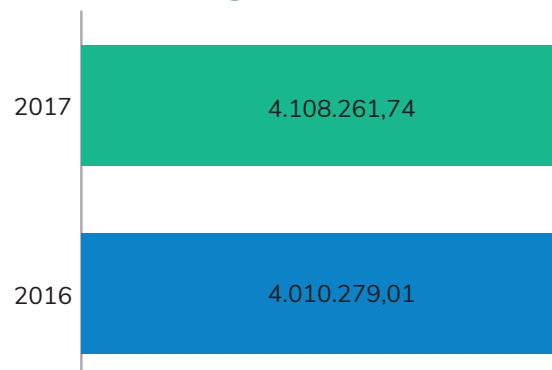
El beneficio después de impuestos generado durante 2017 ha sido de **2,02 millones de euros**, respecto al año anterior cuyo beneficio fue de 1,78 millones de euros, Mercapalma ha obtenido un 13,5% más de resultados después de impuestos. Esta excelente cifra se debe fundamentalmente a la contención de los gastos, menos gastos de reparaciones, y especialmente a los gastos de personal al haberse estabilizado el ajuste de plantilla.

Las principales inversiones de este año han sido la finalización de adquisición de parcelas (ZAC IV) que completa la ampliación de Mercapalma por 72 mil euros, siendo el resto inversiones correspondientes a mejoras tecnológicas de los sistemas. Las inversiones han ascendido a 92 mil euros.

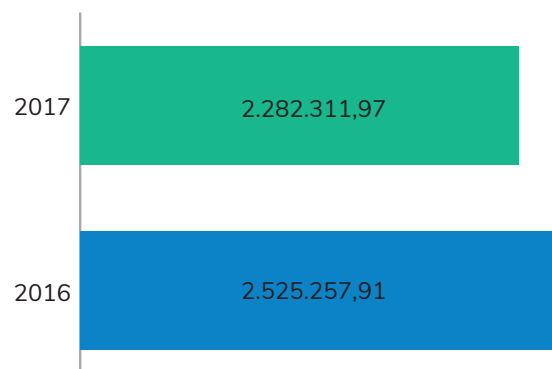
Resultados antes de impuestos



Ingresos totales



Gastos totales





Resultado Económico-Financiero

El activo no corriente representa el 73,8% del total del activo, en tanto el corriente es el 26,2% restante. En cuanto al patrimonio neto supone un 75,3% del total del pasivo, mientras el pasivo no corriente es el 20,3% y el pasivo corriente el 4,4%.

El fondo de maniobra, entendido como el excedente que queda después de hacer frente a nuestras obligaciones de pago a corto plazo, es positivo y se sitúa en torno a los 4,94 millones de euros.

Los dividendos a los accionistas han ascendido a 1,46 millones de euros, quedando el resto del resultado como Fondos Propios de la sociedad al incrementar las Reservas.

Reparto: 2.026.065,06

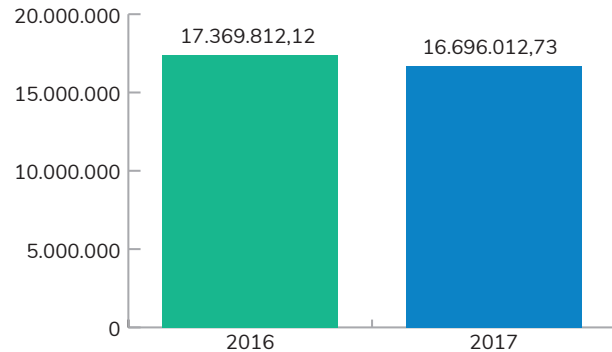
| Dividendos | Reservas |
|--------------|------------|
| 1.459.828,00 | 566.237,06 |

800.000,39 Ajuntament
659.827,61 Mercas

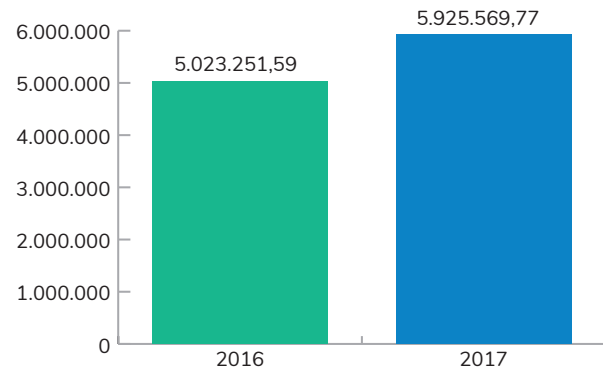
Desde el punto de vista patrimonial, la sociedad se encuentra en pleno período de madurez (43 años de actividad), saneada (escaso endeudamiento) y disfruta de una sólida posición financiera que le permite hacer frente a sus compromisos y financiar el 100% de sus inversiones con recursos propios.

ACTIVO

Activo no corriente



Activo corriente

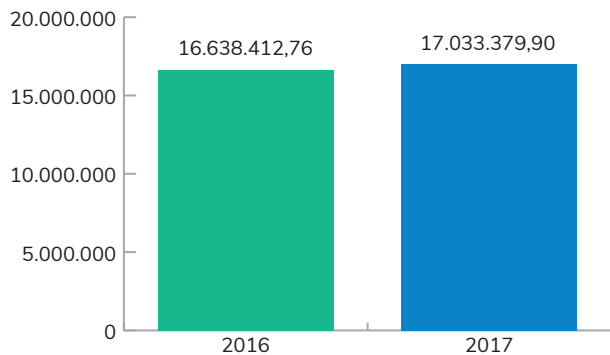




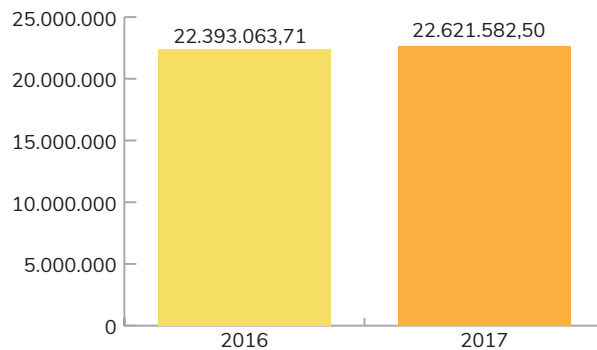
Resultado Económico-Financiero

PASIVO

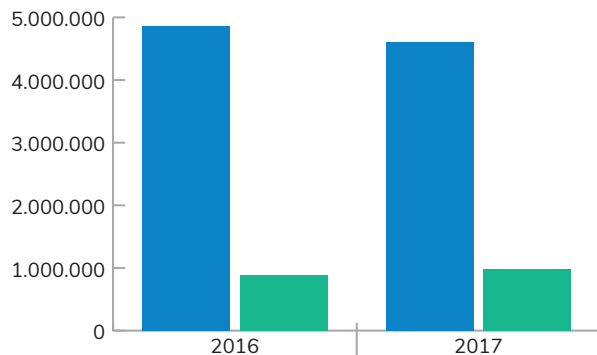
Patrimonio Neto



Totales



Pasivos



| | | |
|---|--------------|--------------|
| ■ Pasivo no corriente | 4.868.419,58 | 4.599.090,34 |
| ■ Pasivo corriente | 886.213,37 | 989.112,26 |

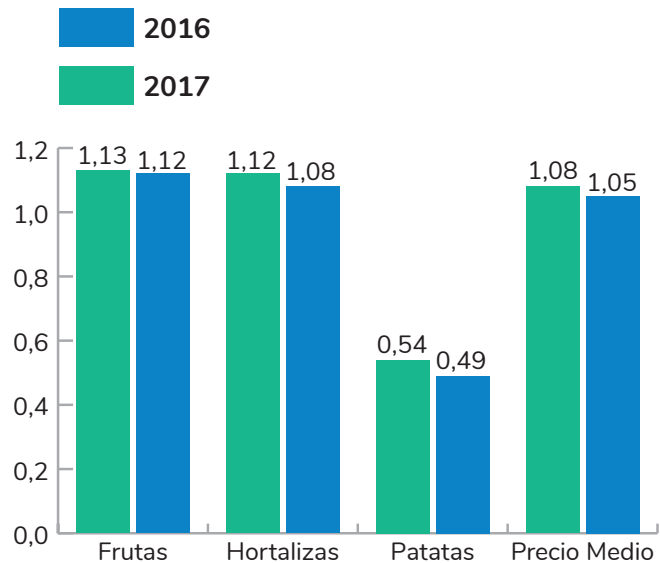


Datos de comercialización

FRUTAS Y HORTALIZAS

En frutas y hortalizas el volumen de lo comercializado durante el año 2017 ha sido **212.699.591 Kg**, un 0,36 % más que el año anterior, aumento un poco más significativo en la comercialización de frutas que en la de hortalizas. Los mayoristas han aumentado en un 0,45% los kilos comercializados, en cambio los productores han disminuido un 5,87 %.

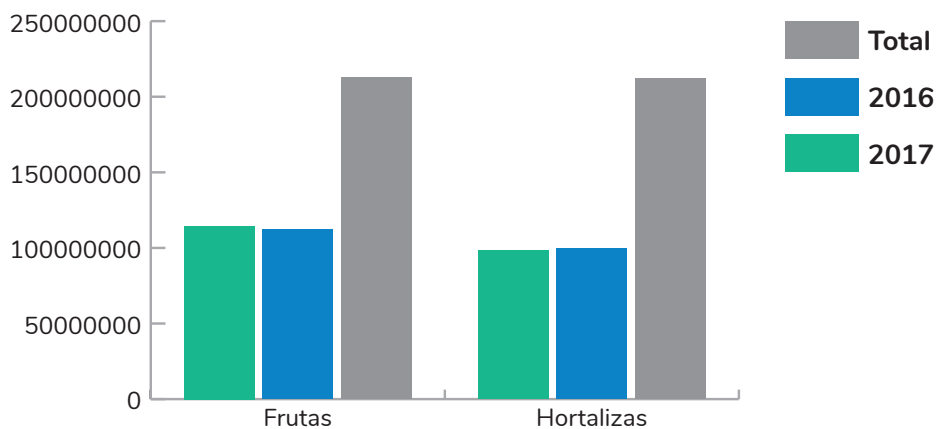
Precios medios anuales (€/Kg) 2017-2016



 **Datos de comercialización**

El precio medio ponderado de frutas y hortalizas ha sido superior al año anterior en 2,86 %. De los precios por variedades, los de frutas han aumentado (0,89%), de hortalizas han aumentado (3,70 %), y los de patatas han aumentado (10,20 %).

Kilos comercializados de frutas y hortalizas 2017-2016



| | Frutas | Hortalizas | Total |
|-------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| 2016 | 212.699.591 | 99.580.193 | 99.580.193 |
| 2017 | 114.566.845 | 98.132.746 | 212.699.591 |





Datos de comercialización

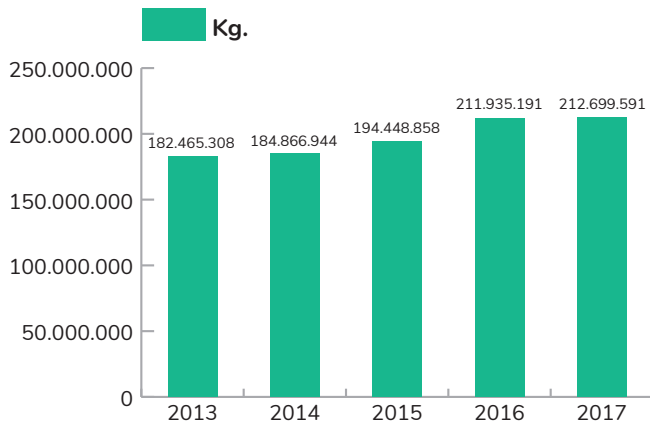
EVOLUCIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DEL PRECIO MEDIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

En el año 2017, aunque ligeramente, ha continuado la tendencia positiva de los últimos años con un **aumento de la comercialización de un 0,36%**, llegando hasta las 212.700 tn.

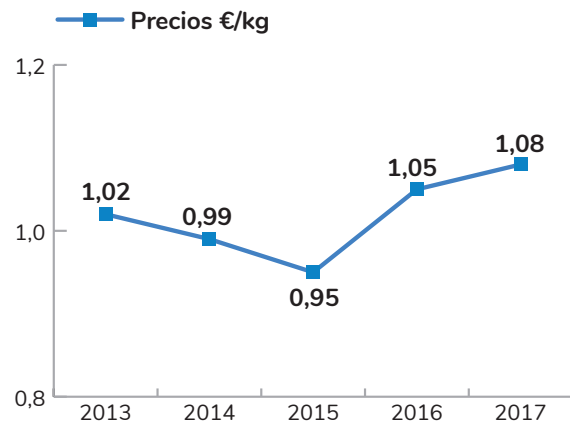
También **ha aumentado el precio medio**, situándose este año en los **1,08€/kg**, cuando en el 2016 fue de 1,05€/kg.



Evolución de la comercialización 2013-2017



Evolución del precio medio 2013-2017

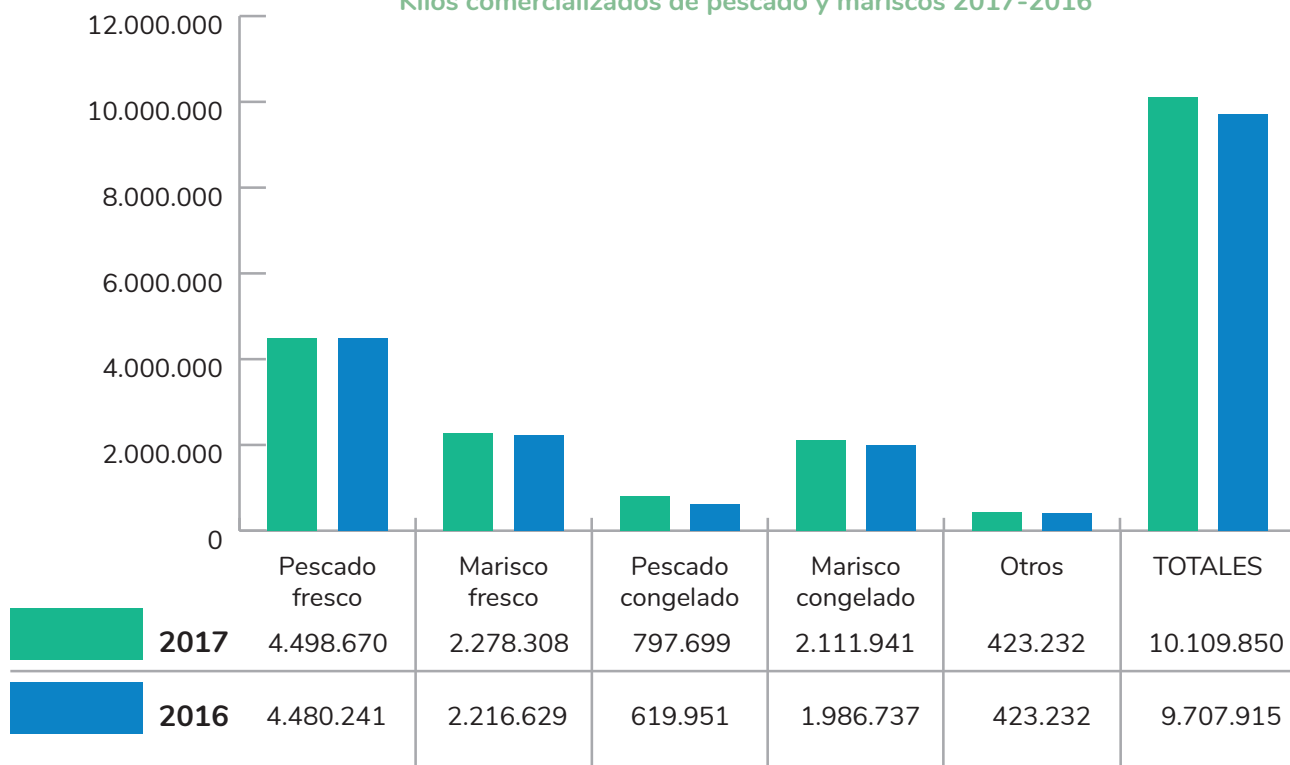


PESCADO Y MARISCO

El volumen comercializado de Pescado y Marisco **ha aumentado en un 4,14%**. Se han comercializado **401.935 kilos más** que en el año anterior. El pescado fresco ha aumentado su venta en un 0,41%. El pescado congelado ha incrementado en un 28,67%. En el caso del Marisco su venta ha aumentado en fresco un 2,78%, y en congelado ha aumentado un 6,30%.



Kilos comercializados de pescado y mariscos 2017-2016



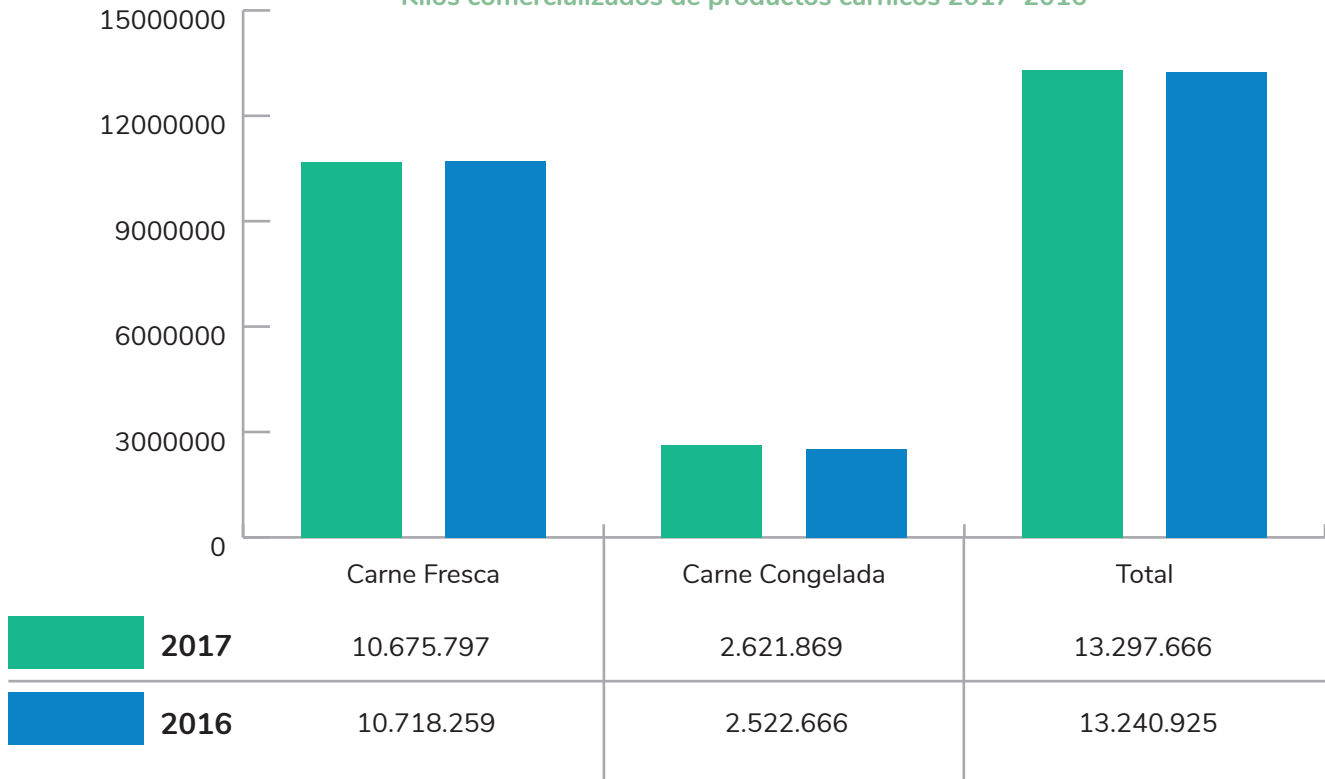


Datos de comercialización

CARNE

En el matadero se han sacrificado 2.753.540kg, **2,96% más que en el año anterior**, sigue la tendencia de aumento de su actividad. **La comercialización de carne en general ha aumentado en un 0,43 %** (la carne fresca ha disminuido en un 0,40%, en cambio la congelada ha aumentado en un 3,93%). Varía la tendencia respecto del año anterior.

Kilos comercializados de productos cárnicos 2017-2016



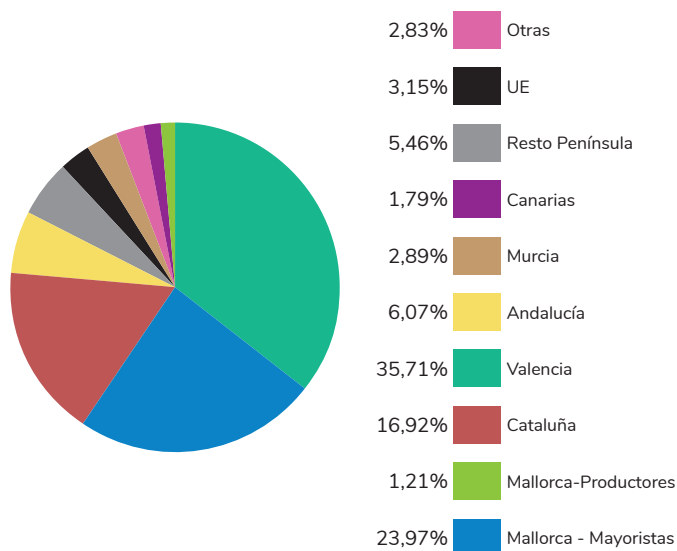


Datos de comercialización

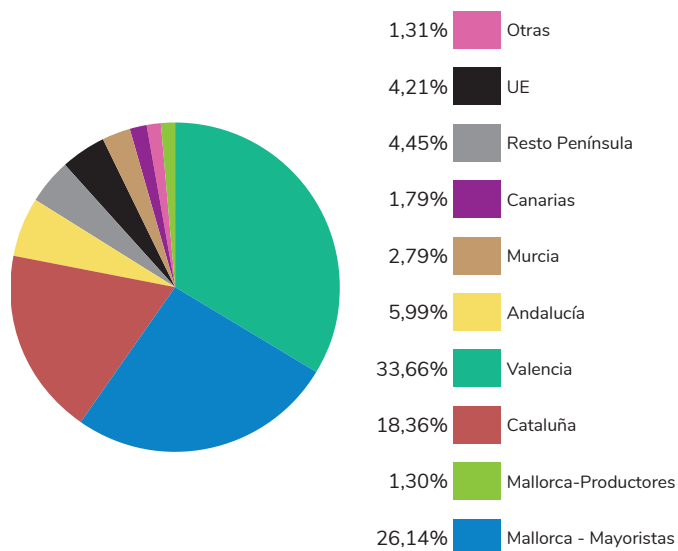
PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS

Respecto a la procedencia de las mercancías comercializadas en 2017 destacar que el **25,18% es producto local**, mientras que **un 68,84% es del resto de las Comunidades Autónomas**. El 5,98% tendría su origen fuera del territorio nacional.

% Mercancías por procedencias 2017



% Mercancías por procedencias 2016





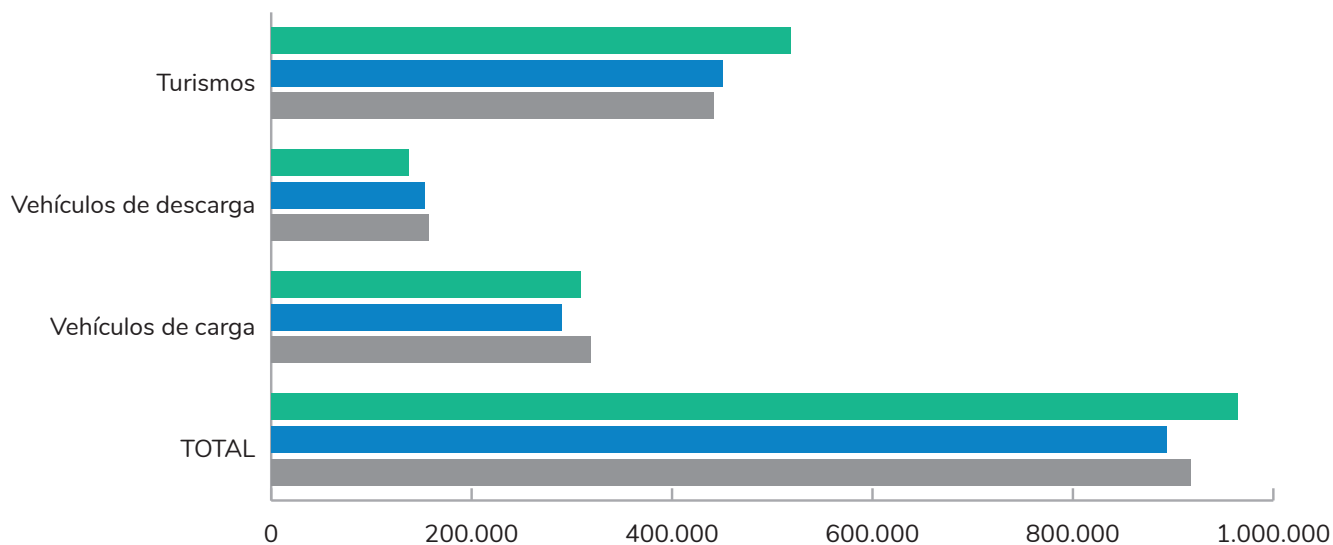


Datos de comercialización

ACCESO VEHÍCULOS

En el 2017, el número de vehículos que han accedido a nuestras instalaciones ha sido un **2,66 % superior** que en el año anterior.

El aumento se debe a una mayor afluencia de vehículos de carga y descarga, como consecuencia de un **incremento de la comercialización**.

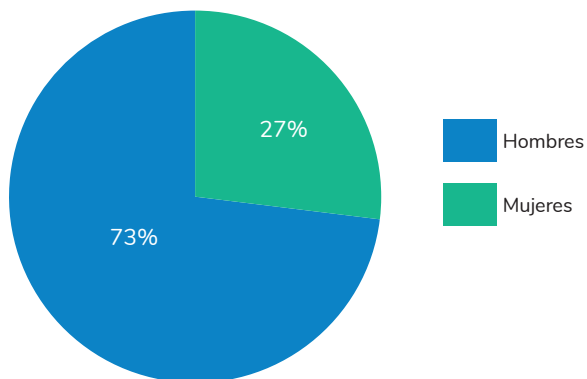


| | Turismos | Vehículos descarga | Vehículos de carga | TOTAL |
|-------------|----------|--------------------|--------------------|---------|
| 2017 | 441.344 | 157.056 | 319.226 | 917.626 |
| 2016 | 450.514 | 153.620 | 289.697 | 893.831 |
| 2015 | 518.518 | 137.573 | 308.537 | 964.628 |



Nuestro equipo está compuesto por

Barbón Juan, Jeroni
Cabrera Sánchez, Encarnación
De Luca, Guillermo
Fullana Jaume, M^a Isabel
Gracia Pujalte, José M^a
Grimalt Nadal, Juan
Llinàs Serra, M^a Magdalena
Martín Socías, Fco. Javier
Medina Marí, Víctor R.
Mejía Benjumea Mauricio A.
Molina Ruiz, Antonio
Navarro Iniesta, Ramón
Pérez-Gil García, Diego
Puerta González, Marta
Vidal Morey, Antoni



Somos un **equipo de 15 personas comprometidas en el desarrollo de la misión de Mercapalma**, trabajamos para conseguir los objetivos que definen nuestra visión, compartiendo y defendiendo nuestros valores, para satisfacer a nuestros grupos de interés.

Desde 2011 tenemos implantado un **plan de igualdad**, porque creemos que nada enriquece tanto como aceptar e integrar las diferencias.

Para adaptarnos a las nuevas necesidades de competencias de nuestros puestos de trabajo, a lo largo de 2017 **hemos recibido 256 horas** repartidas entre 8 acciones formativas. Todas las personas de Mercapalma hemos recibido formación durante este año.



Agradecimiento a los autores de las fotografías que se han publicado en esta Memoria de Mercapalma de 2017

Marta Galiano Villar
Sebastià Terrasa Ferragut
Jaume Salom Coli
Leticia Ríos Gullón
Flavia Mertehikian
Iñaki Iglesias Maroño
Delia Delicado Pons
Ángela Pazos Arciniega
Fernando J. Sánchez
Carlos Orti Hernández
Aurora Ferrer Juan

Ángel Vicente Ruiz
Hugo Manuel Matos
Daniel Gómez Martínez
Osvaldo Cuervo Hernández
Joan Vich Fiol
Georgina Dávila Burriello
Mónica Viviana Hernández
Fabrizzio Luis Reis
María Idoia Bauluz Valledor
Sara Esteban García

mercaPalma



**Carrer del Cardenal Rossell, 182.
07007 Coll d'en Rebassa
Palma de Mallorca - Illes Balears
Tel: 971 74 54 01 - Fax: 971 49 29 05
mercapalma@mercapalma.es**