

2014

MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES





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	10
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 2014 de la empresa, que publica los datos, acontecimientos, logros y proyectos más significativos de MERCAPALMA.



Mateo Isern Estela
Alcalde Palma
Presidente de Mercapalma
Palma de Mallorca, Mayo 2015

En el presente informe se podrá consultar la continuidad de los buenos resultados económicos, el desarrollo y puesta en marcha de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa y los datos de comercialización de los clientes de MERCAPALMA durante el ejercicio 2014.

Los buenos resultados económicos y atendiendo a las necesidades de nuestros clientes, nos ha permitido dotar a MERCAPALMA de nuevos servicios e inversiones que han posibilitado el seguir siendo el polígono de alimentación de referencia de Baleares.

Los datos de comercialización que presentamos de nuestros clientes indican también que se ha generado mayor volumen en el movimiento de mercancías en MERCAPALMA.

Para finalizar desearía reconocer y agradecer el trabajo realizado por consejeros, trabajadores, usuarios y colaboradores, ya que sin ellos no se habrían obtenido estos resultados.



2. Introducción



Toni Monjo Tomás
Director gerente de MERCAPALMA
Palma de Mallorca, Mayo 2015

El año 2014 supone el segundo año del Plan Estratégico 2013-2015, destacando que hay pequeños atisbos de recuperación en la economía global y sobre todo en la insular. La ubicación, la calidad de los servicios ofrecidos y las sinergias que supone la mayor concentración agroalimentaria de Baleares, hacen sin duda de MERCAPALMA, un polígono de referencia.

Nuestro modelo de gestión basado en EFQM, que supone la mejora continua y el trabajar en la búsqueda del equilibrio entre los diferentes grupos de interés, nos ayuda en la consecución de unos buenos resultados económicos que se basan en aplicar eficientemente los gastos e inversiones realizadas, así como mantener e intentar incrementar la partida de ingresos ofreciendo nuevos servicios. Todo ello sin perder de vista el cumplimiento de nuestros valores.

El año 2014 es el punto de partida del desarrollo y puesta en marcha de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa, cuyo objetivo principal es la de marcar directrices de carácter social que orienten a MERCAPALMA en cómo trabajar en temas de promoción de hábitos saludables potenciando el consumo de frutas y hortalizas, apoyo a la profesionalización de las empresas, especialmente pequeños productores y búsqueda de alianzas con otros actores que supongan acciones de formación y dinamización de la investigación. Cabe remarcar la importante tarea solidaria que se sigue haciendo con el Banco de Alimentos y Fundación Barceló en la cesión de espacios para facilitar la gestión de la donación de alimentos.

Entre los objetivos alcanzados por MERCAPALMA en 2014 destacan: nuevas mejoras en la implantación de avances en la automatización de procesos como elaboración de cuadros de mando y análisis de negocio, mejora eficiente en el alumbrado público mediante la implantación de LEDS, captación de clientes para la red de gas, finalización de una nave polivalente para un cliente de alquiler de vehículos frigoríficos, el compartir buenas prácticas con otros Mercas a través del proyecto Mercaexcelencia y el formar parte del Foro de Calidad de Empresas del Sector Público.

No quisiera terminar esta introducción sin felicitar y agradecer, al gran equipo humano de MERCAPALMA, a su Consejo de Administración y a sus diferentes colaboradores, su gran labor y que permite año tras año el permitir adaptarnos a los cambios del entorno. El año 2015 supondrá el punto de inflexión que nos facilitará el sentar las bases para la elaboración de un nuevo Plan Estratégico 2016-2018.



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



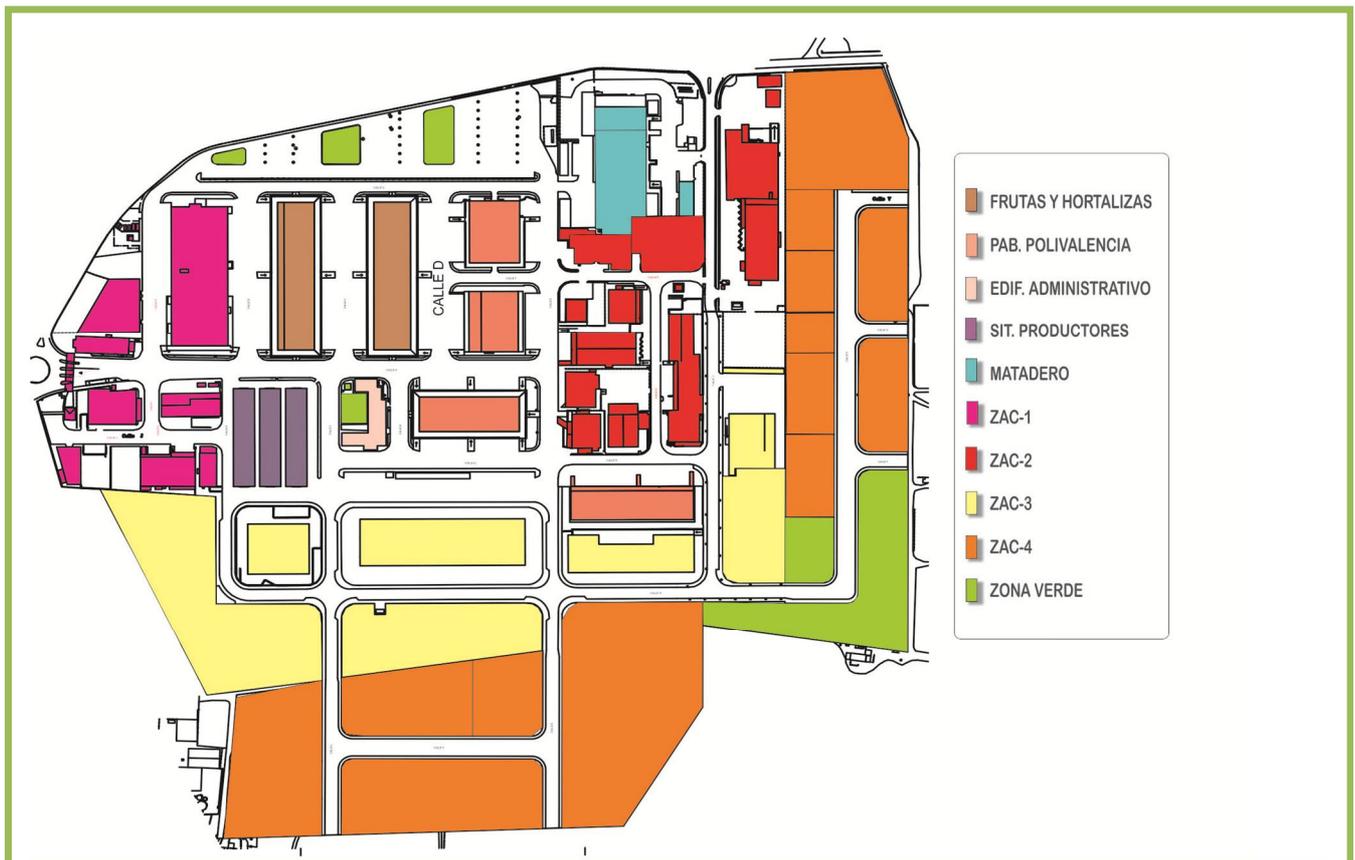
“Muy buenas comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas”



Distribución de la superficie	m ²
<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.
- Sostenibilidad: Encontrar el equilibrio entre los grupos de interés.

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.





Compromiso a la Calidad

Mercaexcelencia: 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.



Visita MERCAEXCELENCIA ASTURIAS

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.

MERCAPALMA es desde febrero de 2014 miembro del FORO INSTITUCIONAL DE LA CALIDAD EN EL SECTOR PÚBLICO DE LES ILLES BALEARS, cuya misión es promover el intercambio de experiencias en gestión de calidad entre las instituciones miembros, con la pretensión de mejorar su nivel de eficiencia, impulsando y difundiendo la cultura de la calidad y la excelencia entre las instituciones públicas y los ciudadanos.



Firma convenio en la UIB Forum institucional qualitat sector públic



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. Mercapalma construyó el año 2012 una nave de 3.097 m² que Europool utiliza en régimen de alquiler para la gestión de sus envases (recepción, limpieza, almacenamiento y entrega al proveedor de sus clientes). 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). En función de la evolución de las necesidades, se dispone de la capacidad de incrementar la superficie del Pabellón de Envases en unos 2.500 m² cubiertos, garantizándose la capacidad de extender este servicio para toda la Unidad Alimentaria, o destinarlo a otras actividades complementarias.

• **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 aunque en 2015 se prevé modificar las condiciones de explotación.



• **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. Se ha incorporado dicha propuesta en el Avance de Planeamiento.

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. La normativa Urbanística que afecta a dichas parcelas plantea una ocupación del 80 % y una edificabilidad de 0,8 m²/m²; con una altura total de 14 m. con lo que se pretende un aprovechamiento eficiente de la superficie de la parcela. En el diseño de las mismas se ha aprovechado la experiencia del Mercado tanto en la distribución de los servicios como en la formación de aceras, que presentan un rebaje longitudinal en todo su recorrido, excepto en las esquinas, facilitando absolutamente el tráfico interno en la parcela.

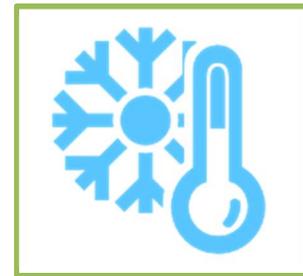
Disponemos de módulos en pabellones y de locales comerciales para la implantación de nuevas empresas relacionadas con el sector agroalimentario, entre 17 m² y 360 m², destacando un aula de conferencias totalmente equipada.

“MERCAPALMA en continua expansión por la demanda de sus clientes”



▪ 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.



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.



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

Parc Verd



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 2014, el conjunto de operadores del mercado se ha ahorrado un importe global cercano a los 140.000 €, 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 Consellería 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.



“Control de plagas y calidad del agua”

• 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 Kwh 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, la reducción del consumo en 2014 ha sido del 22,9 % en kwh respecto al año anterior. Esto sitúa el valor de consumo anual en términos económicos a niveles de 2008, aunque el coste medio unitario del kw/h se ha incrementado un 56 % desde ese ejercicio.



PLAN RSC

Con el objetivo de mejorar el bienestar y la calidad de vida de nuestros grupos de interés clave y de la sociedad mallorquina en general trabajando en el entorno de la alimentación, promoviendo iniciativas sociales a través de la triple dimensión (ambiente, social y económico) y hábitos de vida saludables para esta y generaciones futuras, en 2014 hemos diseñado un Plan de Responsabilidad Social Corporativa que vamos a ir implantando, revisando y mejorando a partir del primer día.

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"

▪ Fundación Barceló

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



▪ 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

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.



"Fomentamos el consumo y alimentación saludable"

L'escola al Mercat

L'escola al Mercat es un proyecto en el que participan 8 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 800 alumnos.





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 años de antigüedad y edad media de 48 años, implicadas en el desarrollo de nuestra misión.





- **Implicación de las personas**

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.

Trabajo en equipo

Para cumplir con nuestra misión necesitamos un equipo humano comprometido con la estrategia de la empresa. Dicha implicación va más allá del mero cumplimiento de las tareas. Es preciso que las personas se sientan integradas en la gestión como partes necesarias de la misma. En 2014 en cumplimiento del plan de formación de Mercapalma, el personal de todas las áreas ha participado en un taller de trabajo en equipo que ha servido para aumentar la confianza individual y sobretodo grupal.





- **Nuevas tecnologías**

Durante el 2014 se ha continuado con la mejora tecnológica, en éste ejercicio se ha hecho hincapié en los siguientes temas:

Sistema de Gestión documental: como una nueva funcionalidad a la Intranet corporativa, se inició el desarrollo de la gestión documental. Una vez finalizado las nóminas del personal, las facturas de compras y gastos e inversiones se gestionarán, autorizarán y firmarán digitalmente con firma digital avanzada a través de la Intranet.

Programa de gestión de estadísticas: continúa la implantación del sistema entre los mayoristas, ya son 33 los que introducen sus datos de comercialización vía web desde el programa de estadísticas. Esto supone el 53% del total de clientes, los cuales representan el 60% del volumen de comercialización. El objetivo es que progresivamente se vayan acogiendo al nuevo sistema el 100% de los mayoristas.

Nuevo sistema de control de accesos: ha finalizado la implantación del nuevo sistema de control iniciado en 2013, integrado con el resto de sistemas (Sage Murano, E-Commerce y estadísticas) con lo que se ha reducido el tiempo de gestión administrativa del sistema, al mismo tiempo que se ha conseguido reducir el fraude en los accesos por el uso inadecuado de tarjetas y se ha mejorado el control de usuarios que acceden al recinto.





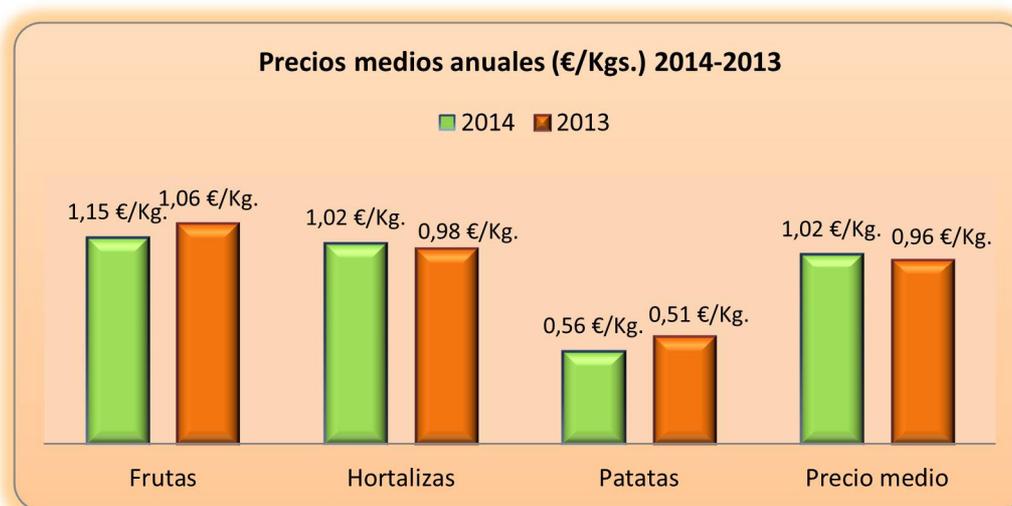
9. Datos de comercialización

Mercado de Frutas y Hortalizas

En frutas y hortalizas el volumen de lo comercializado durante el año 2014 ha sido de 184.866,94 Tm, un 1,3% superior al del año anterior. Por variedades, tanto frutas como hortalizas han incrementado los kilos de comercialización, los mayoristas han aumentado algo más de 2.278 Tm (1,27 %), los productores han visto aumentar su volumen en 123,25 Tm (3,44%).

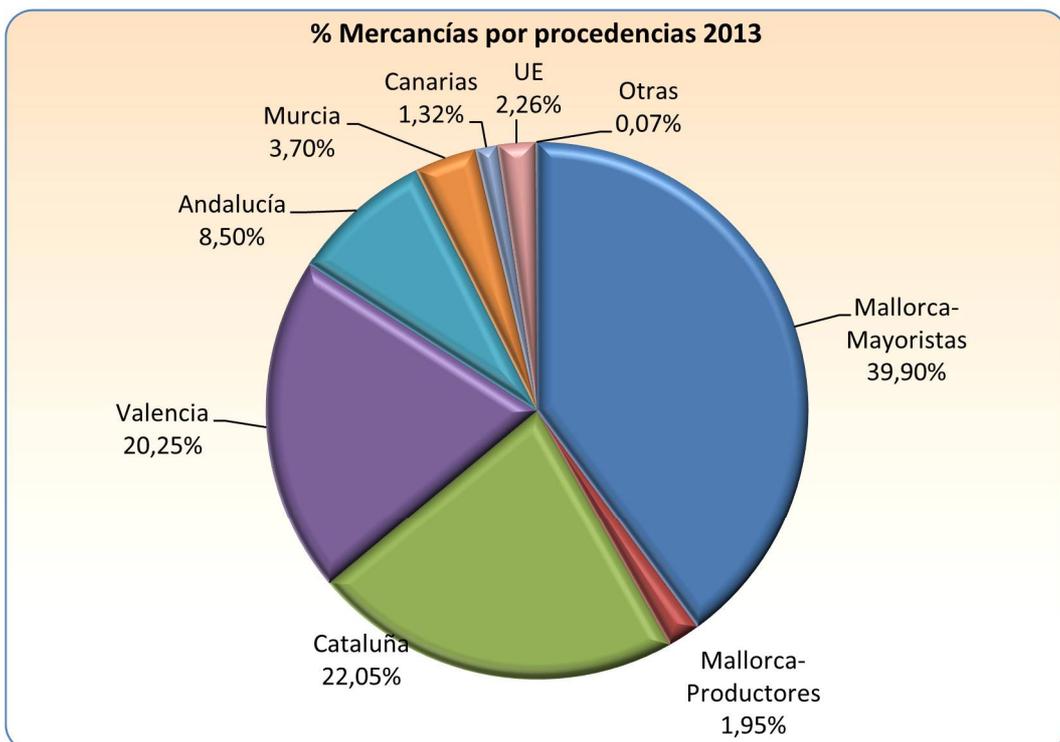
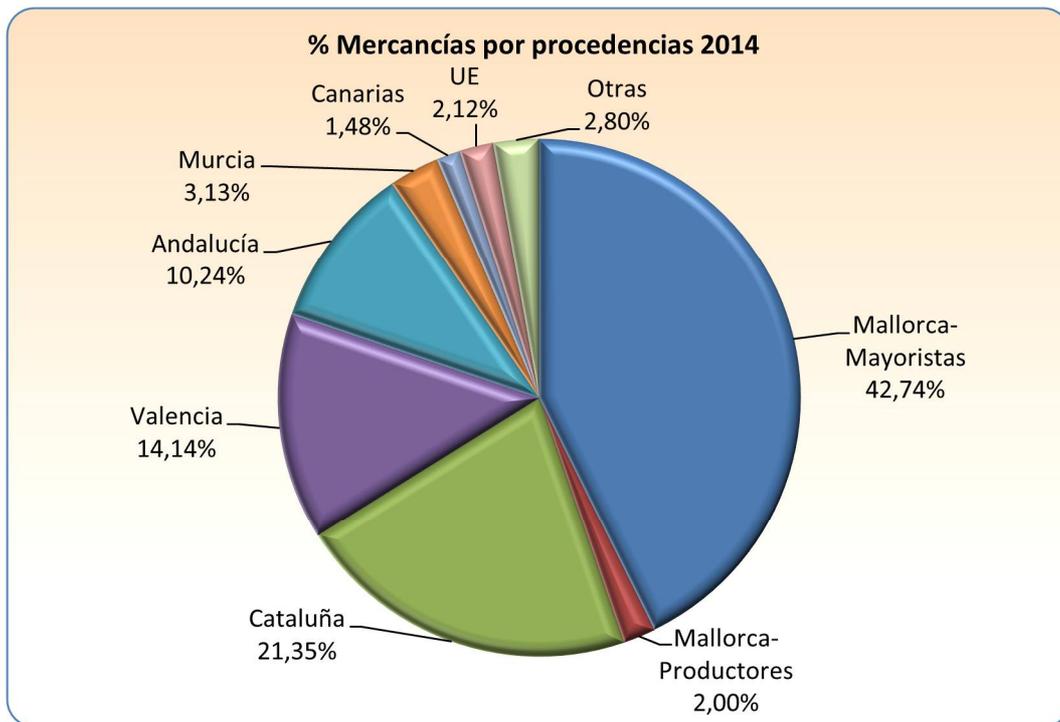


El precio medio ponderado de frutas y hortalizas ha sido inferior al año anterior en -2,94%, por variedades tenemos que las frutas ha bajado (-6,09%), mientras que las hortalizas ha aumentado (2,94%) y las patatas ha disminuido notablemente (-14,29%).





Respecto a la procedencia de las mercancías, el 44,74% de los productos comercializados en 2014 es producto local, mientras que el 50,34% tiene como origen otras Comunidades Autónomas y únicamente el 4,92% es de fuera del territorio nacional. En el ejercicio anterior las cifras eran 41,85% de producto local 55,82% de otras Comunidades Autónomas y un 2,33% de fuera de España.

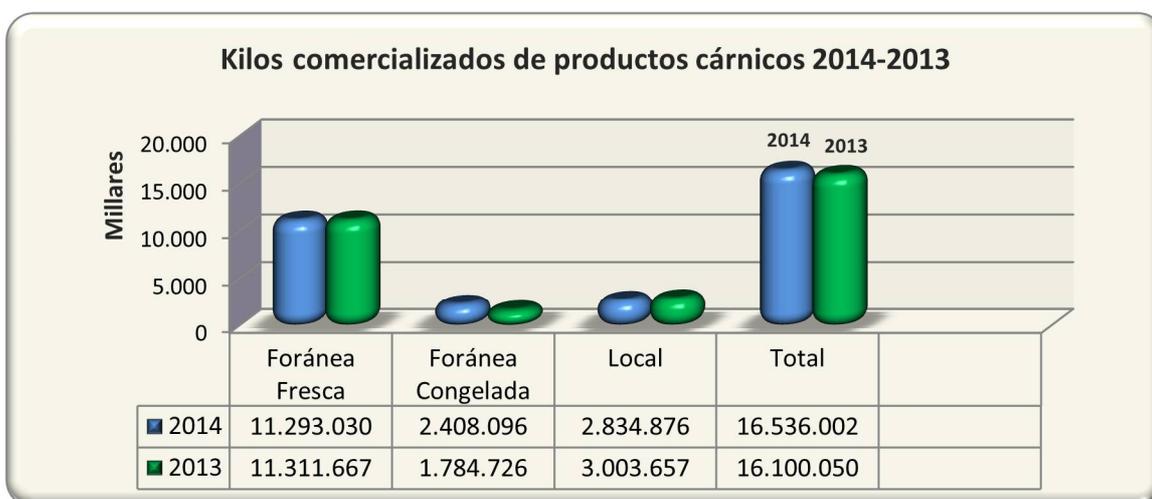




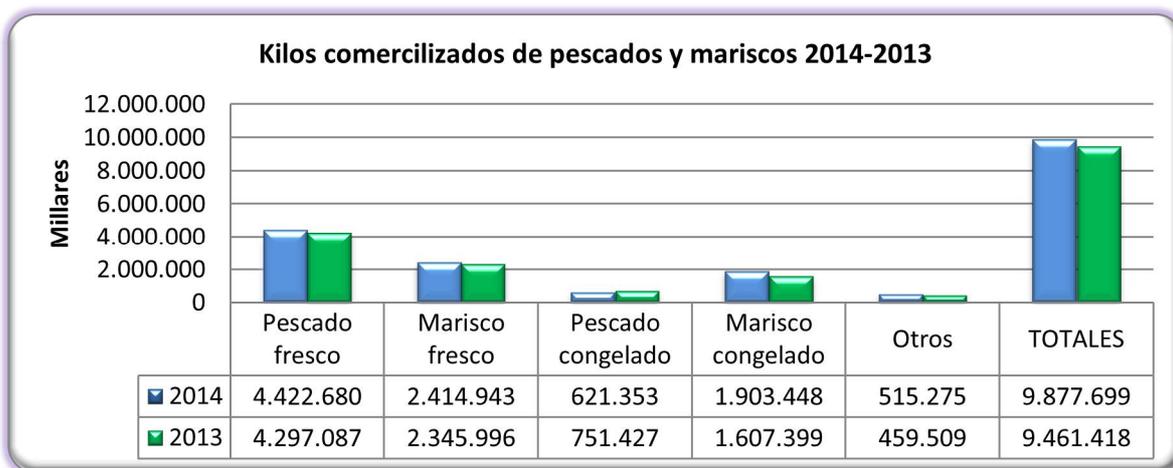
Mercado de Carnes

El sacrificio de carnes en el matadero ha sido de un 5,6% inferior al del año anterior, reduciéndose en más de 168 mil kilos, parece que se confirma la tendencia de reducción de actividad del matadero ya que lleva nueve de los doce meses del año de descenso. Analizando por especies la reducción viene dada por las variedades vacuna, ovina y equina, reduciéndose en casi 321 mil kilos (-16,02%), mientras que la porcina ha aumentado en más de 152 mil kilos (15,3%).

La comercialización de resto de operadores de carne presenta un aumento del 4,6%, con 604 mil kg más que en el año anterior, sin embargo este incremento se debe exclusivamente a la variedad congelada (34,9%), mientras que la fresca se ha reducido ligeramente (-0,2%).



Mercado de Pescados y Mariscos

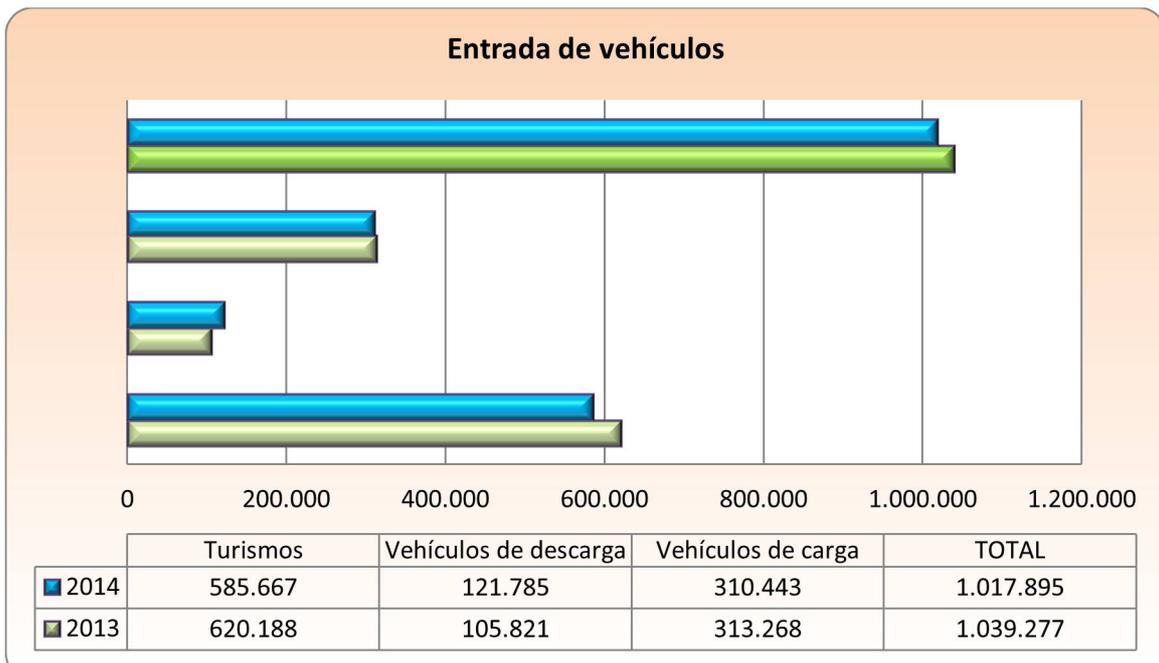


En pescado y marisco el volumen comercializado se ha incrementado en más de 416 mil kilos, lo que representa un 4,4% más que el ejercicio anterior, incrementándose tanto en la variedad fresca (2,9%) como en la congelada (7,9%). Analizando el detalle de estas cifras vemos que en pescado se ha incrementado la venta de pescado fresco (2,9%) mientras que ha disminuido la de pescado congelado (-17,31%), mientras que en marisco el incremento se debe en mayor medida a la variedad congelada (18,42%) y menos a la fresca (2,9%). El resto de productos congelados han experimentado un incremento del 12,1%.



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.



mp

TARJETA PERSONAL DE ACCES

ID 026670



10. Resultados económico - financieros

En 2014 el Importe Neto de la cifra de Negocios ha ascendido a 4,12 millones de euros, mientras que los ingresos netos ascienden a 4,51 millones de euros, lo cual supone un 3,24% menos respecto al ejercicio anterior.

En cuanto al análisis de los ingresos cabe destacar la mejora de la ocupación en locales comerciales, que pasa del 33,45% al 57,55%, y el mantenimiento de la ocupación en la zona de actividades complementarias del 88,74%. Sin embargo esta tendencia no se ha producido en los pabellones que bajan su nivel de ocupación del 100% al 97,925%, lo que explica el descenso en la cifra de negocios. Los ingresos también se han visto afectados negativamente por una menor generación de derechos de traspaso.

Con respecto a los gastos, en 2014 han ascendido a 2,45 millones de euros, lo que supone un 6,96% menos que en ejercicio anterior. Esta reducción es debida a un menor gasto de personal, menores gastos en servicios exteriores y a una menor amortización por haber finalizado el período de dotación de algunas instalaciones técnicas. Por otro lado se ha incrementado el pago de tributos, debido al incremento del importe del IBI.

En cuánto a los resultados financieros, han sido un 24% 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 1,6% superior que en ejercicio anterior fruto de la política de contención de los gastos.

Analizando las masas patrimoniales, vemos que durante este año el activo no corriente ha experimentado una disminución de más de 292 mil euros originado principalmente por el efecto de las amortizaciones contrarrestado por las nuevas inversiones que ascienden a algo más de 355 mil euros. Las principales inversiones de este año han sido la instalación de la red de gas, una máquina barredora, el nuevo software para la de gestión de accesos y la integración de datos, cámaras de video vigilancia y la construcción de una nueva nave en la Zona de Actividades complementarias. En este aspecto la Sociedad ha destinado un total de 355.943,54 euros, financiadas con recursos propios por lo que no ha sido necesario acudir a la financiación externa.

Desde el punto de vista patrimonial, la sociedad se encuentra en pleno período de madurez (40 años de actividad), saneada (escaso endeudamiento), disfruta de una sólida posición financiera, que sin duda junto a la estructura del accionariado, supone una de sus fortalezas. En consecuencia y desde hace bastante años, la sociedad ha venido contando con fondos de maniobra claramente positivos, lo que supone un margen de seguridad frente a incertidumbres procedentes del entorno. Este hecho, junto con una política de inversiones escalonada en el tiempo, y teniendo siempre muy presente la demanda existente y los recursos generados (cash flow), han propiciado la expansión de la unidad alimentaria, con el consiguiente incremento de ingresos, sin que para ello haya sido necesario acudir a financiación externa, en ningún momento ha faltado liquidez y no se ha originado ningún desequilibrio patrimonial ni tampoco se ha incrementado el riesgo operativo.





Balance de situación

ACTIVO	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
A) ACTIVO NO CORRIENTE	16.553.064,75	16.845.460,80
I. Inmovilizado Intangible	9.529,46	43.046,38
1. Desarrollo		
2. Concesiones		
3. Patentes, licencias, marcas y similares		
4. Fondo de Comercio		
5. Aplicaciones informáticas	9.529,46	43.046,38
6. Otro inmovilizado intangible		
II. Inmovilizado material	16.331.742,27	16.525.369,72
1. Terrenos y construcciones	14.930.293,78	15.309.396,23
Terrenos y bienes naturales	4.230.647,84	4.230.647,84
Construcciones	10.699.645,94	11.078.748,39
2. Instalaciones técnicas y otro inmov. Material	1.131.423,53	1.088.931,21
3. Inmovilizado en curso y anticipos	270.024,96	127.042,28
Inmovilizado material en curso	270.024,96	127.042,28
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	0,00	0,00
2. Créditos a empresas	0,00	
3. Valores representativos de deuda		
4. Derivados		
5. Otros activos financieros		
V. Inversiones financieras a largo plazo	211.793,02	277.044,70
1. Instrumentos de patrimonio		
2. Créditos a terceros	134.439,20	201.658,80
3. Valores representativos de deuda		
4. Derivados		
5. Otros activos financieros	77.353,82	75.385,90
VI. Activos por impuesto diferido		
VII. Deudores comerciales no corrientes		
B) ACTIVO CORRIENTE	4.873.544,05	3.761.177,84
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	171.562,52	408.610,08
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	57.319,14	14.372,12
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00
3. Credito Fiscal a cobrar		
4. Deudores varios	7.350,00	51.240,39
5. Personal		0,00
6. Activos por impuesto corriente	106.893,38	342.997,57
7. Otros créditos con las Administraciones Públicas		
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	4.642.793,92	3.278.066,92
1. Instrumentos de patrimonio		
2. Créditos a empresas		
3. Valores representativos de deuda		
4. Derivados		
5. Otros activos financieros	4.642.793,92	3.278.066,92
VI. Periodificaciones a corto plazo		
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	59.187,61	74.500,84
1. Tesorería	59.187,61	74.500,84
2. Otros activos líquidos equivalentes		
TOTAL ACTIVO (A + B)	21.426.608,80	20.606.638,64



PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
A) PATRIMONIO NETO	15.271.196,11	14.454.368,00
A-1) Fondos Propios	15.226.786,58	14.375.190,92
I. Capital.		
1. Capital escriturado	6.454.095,00	6.454.095,00
2. (Capital no exigido)		
II. Prima de Emisión.		
III. Reservas.	6.728.030,07	5.908.947,12
1. Legal y estatutarias	1.290.819,00	1.290.819,00
2. Otras reservas	5.437.211,07	4.618.128,12
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.	2.049.658,51	2.017.145,80
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.	44.409,53	79.177,08
B) PASIVO NO CORRIENTE	4.891.773,77	5.101.459,11
I. Provisiones a largo plazo.	66.587,82	66.587,82
1. Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal.	66.587,82	66.587,82
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	448,62	22.440,64
V. Periodificaciones a largo plazo	4.824.737,33	5.012.430,65
Ingresos a distribuir por adjudicaciones	4.824.737,33	5.012.430,65
.....		
C) PASIVO CORRIENTE	1.263.638,92	1.050.811,53
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta.		
II. Provisiones a corto plazo.		
III. Deudas a corto plazo.	539.055,56	330.351,63
1. Obligaciones y otros valores negociables.		
2. Deudas con entidades de crédito.		
3. Acreedores por arrendamiento financiero.		
4. Derivados.		
5. Otros pasivos financieros.	539.055,56	330.351,63
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	724.583,36	720.459,90
1. Proveedores.		
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.		
3. Acreedores varios.	349.028,29	356.669,77
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	199.536,35	193.029,00
5. Impuestos sobre beneficios a pagar		
6. Pasivos por impuesto corriente.		
7. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	176.018,72	170.761,13
8. Anticipos de clientes		
VI. Periodificaciones a corto plazo.		
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	21.426.608,80	20.606.638,64

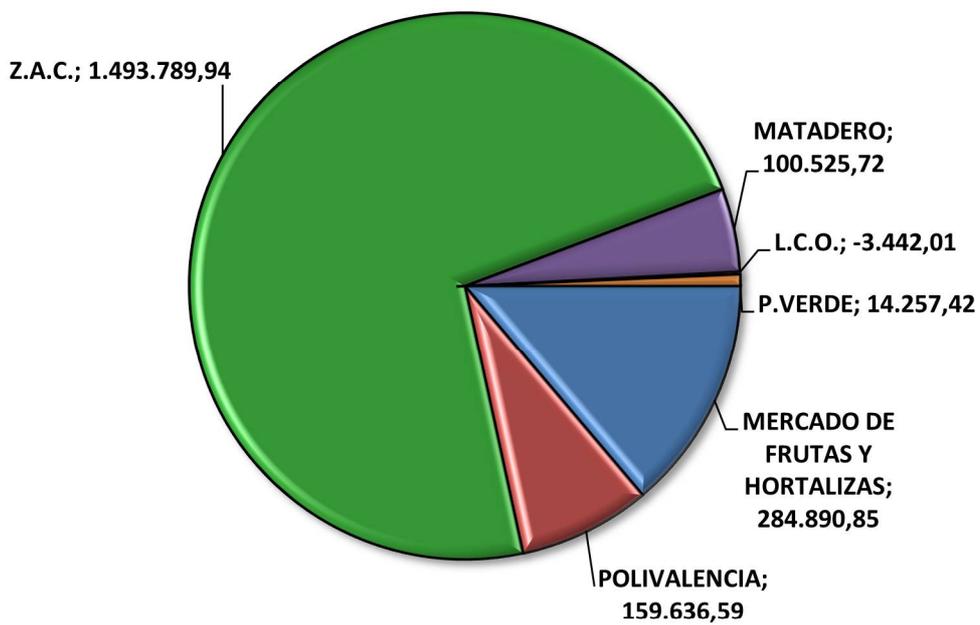


Cuenta de pérdidas y ganancias

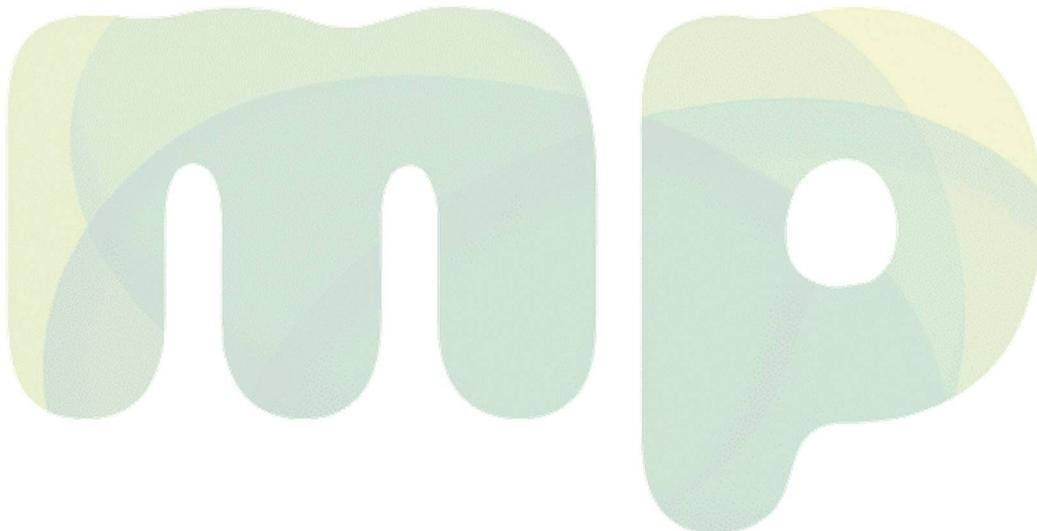
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
1. Importe neto de la cifra de negocios	4.119.721,05	4.178.301,26
a) Ventas	0,00	0,00
b) Prestaciones de servicios	4.119.721,05	4.178.301,26
2. Variación de existencias de PPTT y en curso de fabricación	0,00	0,00
3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo.	0,00	0,00
4. Aprovisionamientos	-77.417,92	-54.696,51
a) Consumo de mercaderías	0,00	0,00
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles	-77.417,92	-54.696,51
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	265.180,07	324.770,64
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	263.480,07	321.485,64
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	1.700,00	3.285,00
6. Gastos de personal	-1.050.416,73	-1.112.923,52
a) Sueldos, salarios y asimilados	-841.293,51	-880.946,28
b) Cargas sociales	-193.621,98	-211.975,64
c) Provisiones	0,00	0,00
d) Organos de Gobierno	-15.501,24	-20.001,60
7. Otros gastos de explotación	-745.011,04	-848.122,00
a) Servicios exteriores	-596.307,62	-742.146,19
b) Tributos	-127.357,86	-82.575,69
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	-21.345,56	-23.400,12
d) Otros gastos de gestión corriente	0,00	0,00
8. Amortización del inmovilizado.	-583.087,91	-615.366,91
a) Amortización del inmovilizado intangible	-43.517,92	-38.614,89
b) Amortización del inmovilizado material	-539.569,99	-576.752,02
c) Amortización de las inversiones inmobiliarias	0,00	0,00
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	56.759,57	63.268,42
10. Excesos de provisiones.	0,00	1.383,53
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.	0,00	-4.956,21
a) Deterioros y pérdidas	0,00	-4.956,21
b) Resultados por enajenaciones y otras	0,00	0,00
11b. Otros resultados	-502,93	-1.225,66
a) Ingresos excepcionales	1.041,60	0,00
b) Gastos excepcionales	-1.544,53	-1.225,66
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+11b)	1.985.224,16	1.930.433,04
12. Ingresos financieros	70.463,99	96.636,57
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	70.463,99	96.636,57
b1) De empresas del grupo y asociadas	0,00	4.033,18
b2) De terceros	70.463,99	92.603,39
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	0,00	-4.033,18
a) Deterioros y pérdidas	0,00	-4.033,18
b) Resultados por enajenaciones y otras	0,00	0,00
A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	70.463,99	92.603,39
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)	2.055.688,15	2.023.036,43
17. Impuestos sobre Beneficios	-6.029,64	-5.890,63
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUA	2.049.658,51	2.017.145,80
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)	2.049.658,51	2.017.145,80



Contribución a Resultados de los Centros de Explotación



■ MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
 ■ POLIVALENCIA
 ■ Z.A.C.
 ■ MATADERO
 ■ L.C.O.
 ■ P.VERDE





Evolución de resultados





Inversiones

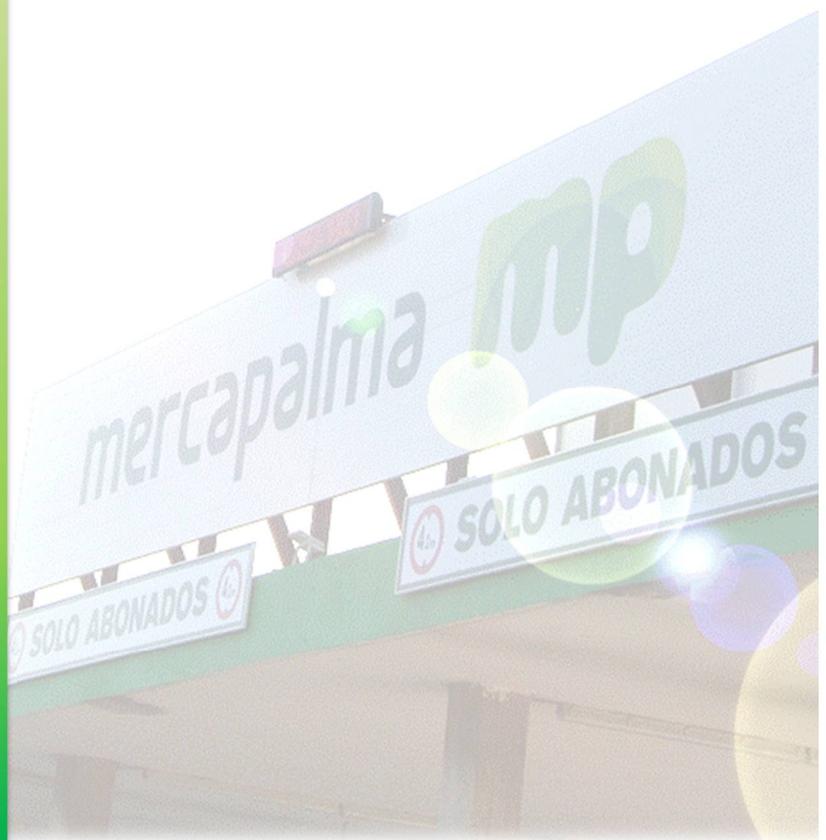




Anexo 1- Relación de personal

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
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

Acciona
 Administración de Lotería
 Agroilla
 Agromallorca
 Al & Verd Fruites i Hortalizas
 Bar Chupito
 Bar des Peix
 Berlys Corporación Alimentaria
 Bibifrut
 Cafetería Es Pagesos
 CajaMar
 Carns Figueres
 Cash Loto
 Catalina Rosselló Febrer
 Eroski
 Centro de Castilla León
 Comercial Frío Balear
 Congelados Cesar
 Cultivar
 David Castel de las Heras
 Discagran
 Eco Fruites i Verdures
 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
 Frialsa
 Frimar Panaderos Baleares
 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
 Fundación Barceló
 Ginefruit
 Gregal
 Hermanas Buades
 Hiper Manacor
 Hnos. Fernández López
 Iscapalma
 Jaime Torrandell
 Jesús Balaguer Binimelis
 Juan Cladera
 Luis Rosales
 Malpica Mar
 María Bonet Cañellas
 Mascaró Morera
 Medipeix
 Medsea Mantenimiento Integral
 Mercadona
 Newrest Group Holding
 Operador Logística Interislas
 Palmafruit
 Pan Hispano
 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
 Sa Canova
 Salvador Ferrá Ferrá
 Sebastián Vives Ramón
 Tikkun España
 Transportes Frigorífico Profesionales
 Transportes Marquer 2007
 Transportes Martínez Souto
 Uco Sa Pobla
 Ucabal
 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 2015



Redacción:

Personal de Mercapalma

Responsable Edición:

Eugenia Sureda Domingo

Responsable gráfico:

José María Gracia Pujalte

Responsable de diseño y montaje:

Ramón Navarro Iniesta

