

MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2012



MEMORIA ECONÓMICA Y DE ACTIVIDADES 2012

MERCAPALMA S.A.

ÍNDICE

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



1. Presentación



Como Presidente de MERCAPALMA, me complace presentar la Memoria Económica y de Actividades de 2012, que publica los datos, acontecimientos, logros y proyectos más significativos de MERCAPALMA.

En el presente informe se podrá consultar la continuidad de los buenos resultados económicos en la marcha de la empresa, la consolidación del desarrollo del modelo de excelencia en la gestión EFQM, la puesta en marcha de nuevos proyectos y los datos de comercialización de los clientes de MERCAPALMA durante el ejercicio 2012.

Los buenos resultados económicos de MERCAPALMA se han conseguido gracias a la contención en el gasto, además de haber mejorado la oferta de nuestros servicios.

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.

Mateo Isern Estela

Alcalde Palma

Presidente de Mercapalma

Palma de Mallorca, Junio 2013



2. Introducción

El año 2012 supone el cierre al Plan Estratégico 2010-2012 y el inicio de la reflexión estratégica del nuevo Plan 2013-2015, destacando que en Junio de 2013 estaremos ante el 40 Aniversario de la inauguración MERCAPALMA.

Los resultados económicos han sido positivos, teniendo en cuenta que estamos atravesando un período de crisis general, se ha hecho especial hincapié en esforzarnos por satisfacer las necesidades y expectativas de todos nuestros grupos de interés, cumpliendo con nuestros valores, con la participación y compromiso de todas las personas de MERCAPALMA.

EFQM es la metodología de gestión con la que está comprometida MERCAPALMA, y en el presente año además de mejorar en la aplicación del modelo, se han sentado las bases que nos permitirán conocer nuestro posicionamiento en relación con otros Mercas y organizaciones excelentes. El objetivo ha sido identificar los puntos fuertes y áreas de mejora para poder establecer planes de acción, con la implicación de todo el personal de la organización.

Entre los objetivos alcanzados por MERCAPALMA en 2012 destacan: la capitalización pública de MERCAPALMA en su totalidad, la puesta en marcha de la urbanización de la última fase de ampliación del polígono, la firma de un acuerdo de colaboración en telefonía con MERCABARNA y la implantación de fibra óptica en todo el polígono.

Por último, quiero enfatizar la gran labor desarrollada por el equipo humano de MERCAPALMA, su Consejo de Administración y del anterior Director gerente, Juan Dueñas, al que he sustituido en Julio de 2012.



Toni Monjo Tomás
Director gerente de MERCAPALMA
Palma de Mallorca, Junio de 2013



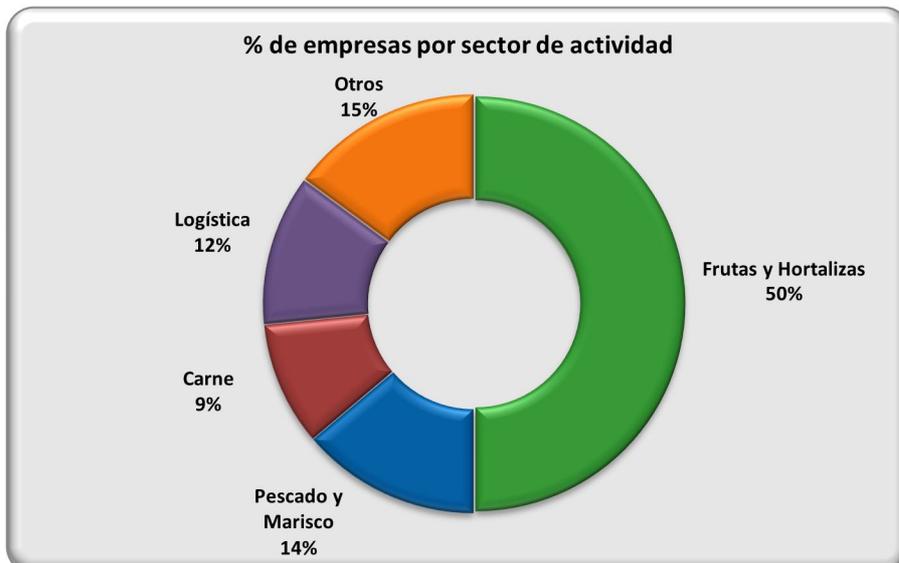
3. Mercapalma, polígono agroalimentario

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.

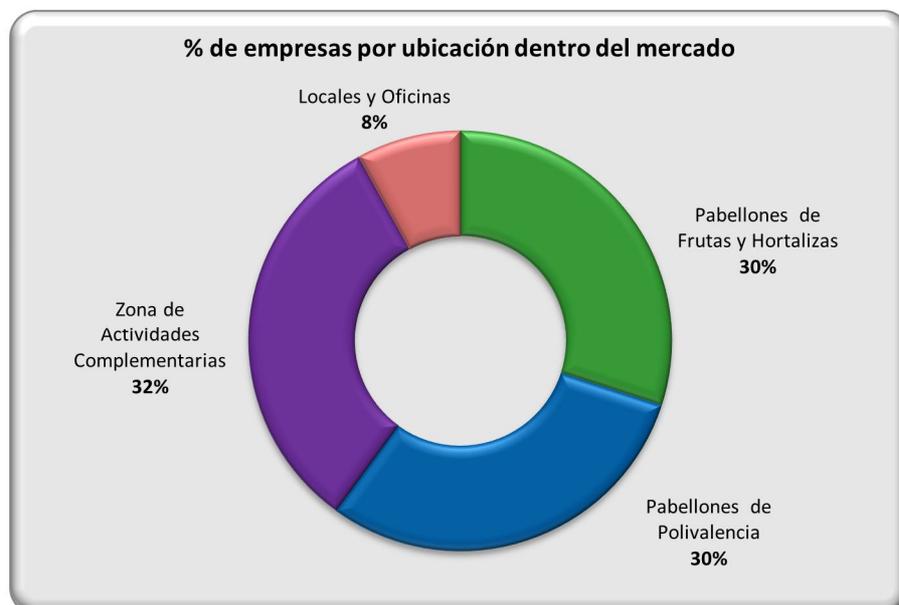
Esta reforma se acometió desde el sector público a través de la empresa nacional MERCASA, cuya red de Unidades Alimentarias (Mercas), constituida en colaboración con los Ayuntamientos, vino a dar respuesta a la problemática expuesta anteriormente.

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



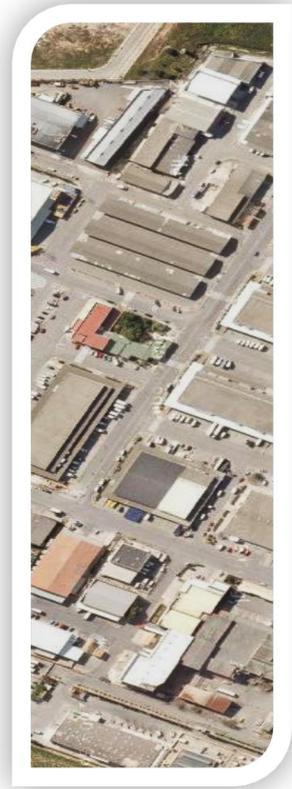
Ubicación de MERCAPALMA en la isla de Mallorca y en la ciudad de Palma de Mallorca.
Código de localización en google maps



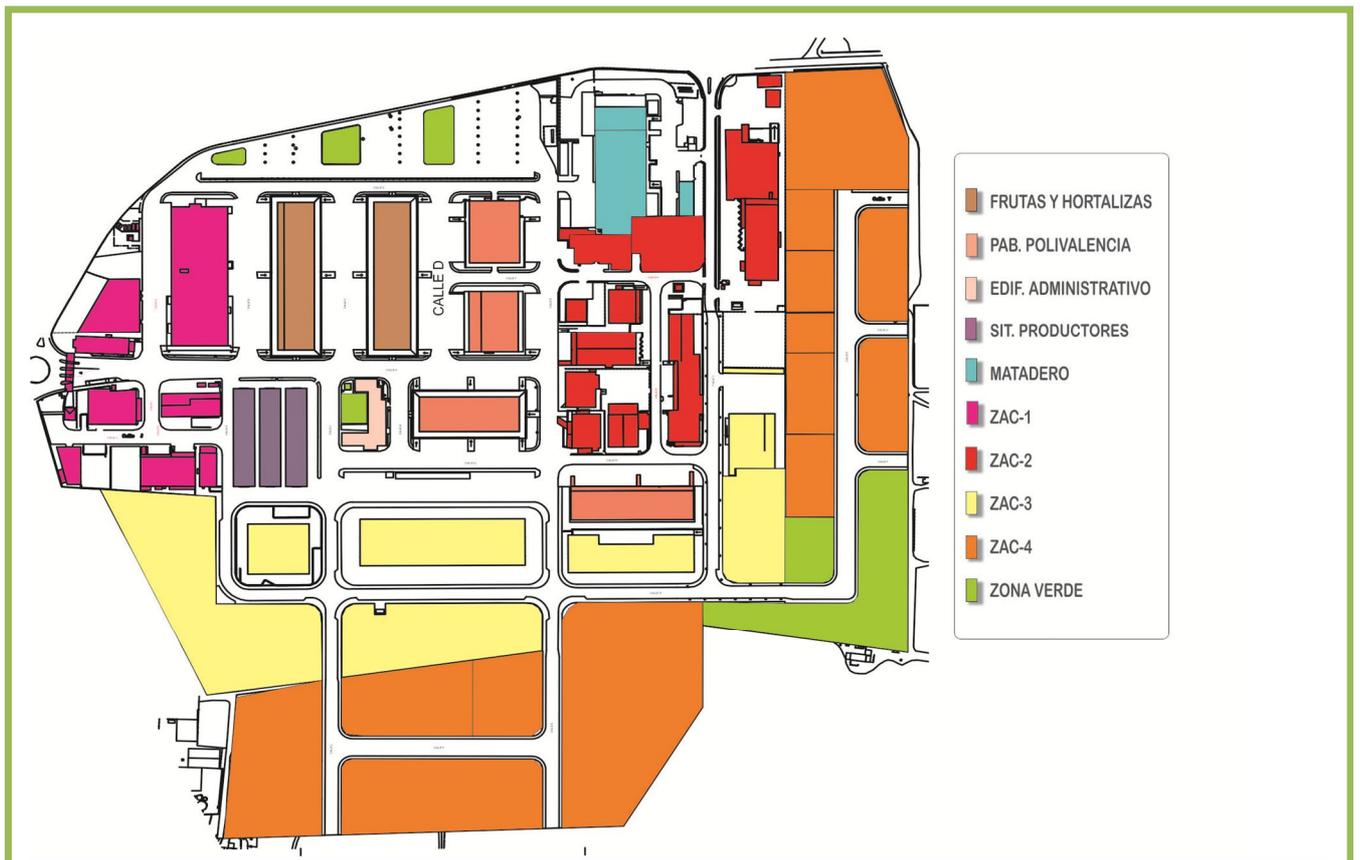
“Muy buenas comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas”



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”



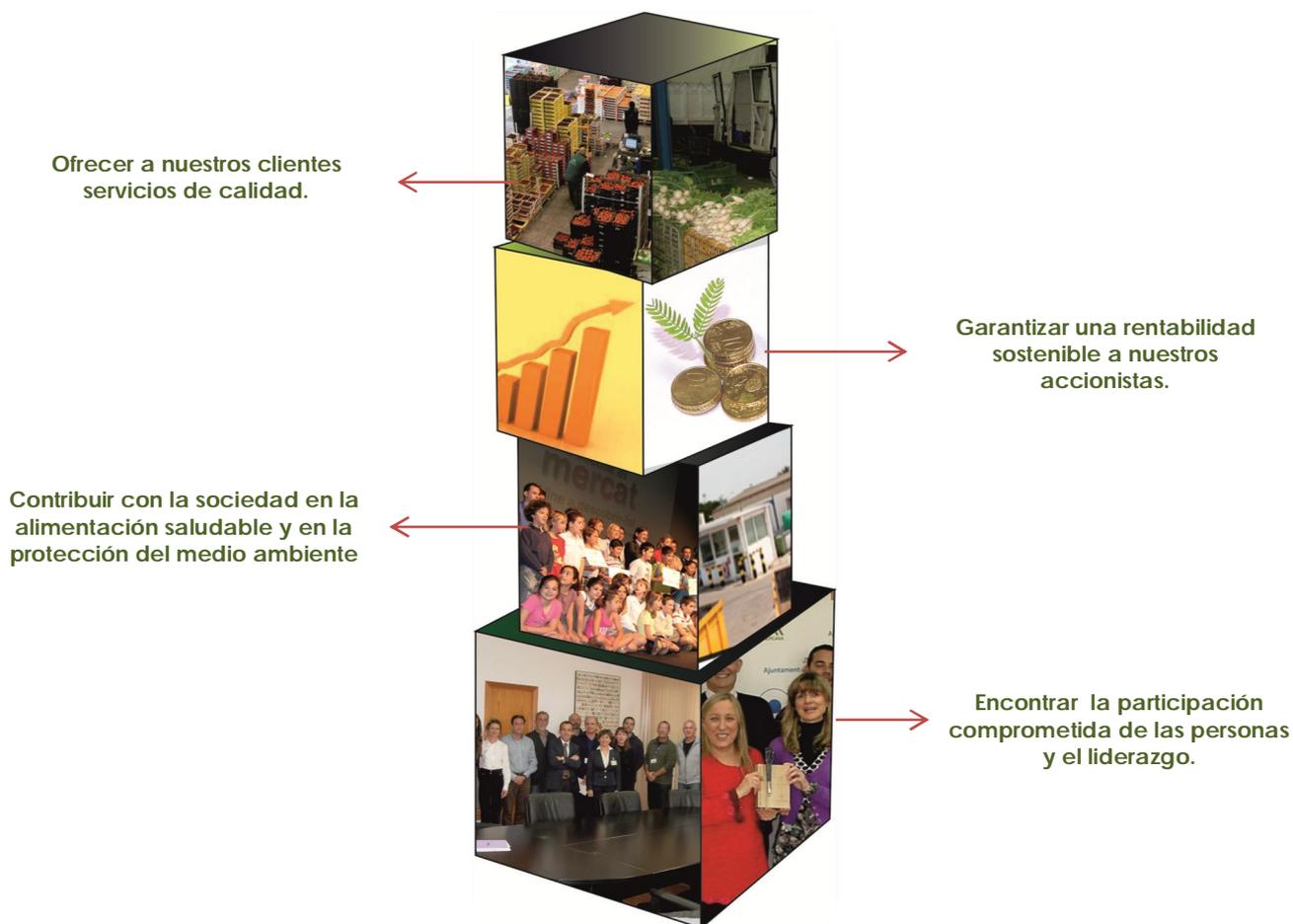
5. Modelo de gestión basado en la excelencia (EFQM)

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

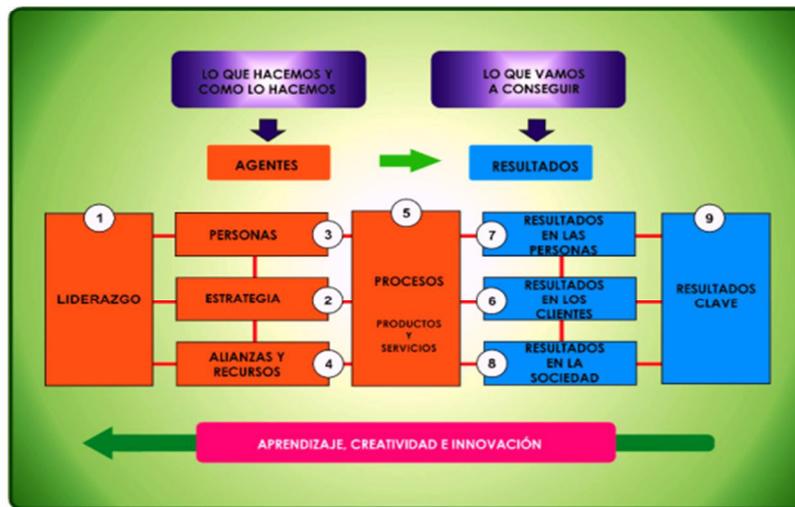


VALORES

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.



Mercaexcelencia: Proyecto global de gestión

MERCAPALMA participa activamente en un proyecto global liderado por MERCASA y denominado "Mercaexcelencia", con el objetivo de implantar una forma de gestión homogénea para la Red merca, mejorando su gestión interna y aprovechando las sinergias del grupo. MERCAPALMA, junto con MERCASTURIAS fueron pioneros en esta iniciativa, a la que se han sumado otros 14 Mercas en los últimos tres años.



6. Servicios a la sociedad

Infraestructuras

▪ **Pabellón de envases**

Fruto de la colaboración entre MERCAPALMA y el operador de envases EUROPOOL SYSTEM. MERCAPALMA construyó en el año 2012 una nave que EUROPOOL SYSTEM 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,

“Más de 5000m² destinados a la gestión eficiente de envases”



▪ **Comunicaciones**



“400.000 € destinados a disminuir el gasto con nuevas tecnologías”

Tras convenio de colaboración con MERCABARNA, la Unidad Alimentaria dispone de una red de fibra óptica ORANGE, que permite la explotación de las comunicaciones fijas y móviles por un operador con fiabilidad, velocidad, capacidad y costes muy competitivos. Como ejemplo de competitividad, basta mencionar que las comunicaciones de voz entre distintas empresas conectadas a las redes internas de MERCAPALMA Y MERCABARNA son gratuitas.

Por otro lado la existencia de esta red permite explorar nuevos servicios como circuito cerrado de televisión, alarmas, control de parámetros (temperaturas en cámaras, en cuadros eléctricos, geolocalización, control de personas....).

▪ **Nuevos terrenos y otros espacios disponibles**

Se ha incrementado la superficie disponible en MERCAPALMA, generándose 6 parcelas con una superficie total de 36.000 m², manteniendo siempre la característica especial de nuestro polígono, de presentar un vallado perimetral de cerramiento, distinguiéndonos sensiblemente de los demás polígonos en temas de seguridad, totalmente urbanizadas y con un alto % de edificabilidad.



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





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

▪ **Pabellones refrigerados**

Fruto de los acuerdos con la Patronal de Mayoristas de Frutas y Hortalizas, y con la Conselleria 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.



“Preocupados por la eficiencia, higiene, seguridad y control de mermas de agua”

▪ **Seguridad**

“Contraincendios en pabellones y badenes de seguridad”

Pabellones de Frutas y Hortalizas dotados de sistemas automáticos de detección de humos y de bocas de incendio equipadas, que están conectadas a la red de distribución general de agua del polígono. El sistema de alarma se conecta a 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 5 badenes reguladores de velocidad, con objeto de mejorar la seguridad para peatones, evitando los excesos en aquellas calles con más tráfico. Está previsto ir incrementando su implantación, en función del incremento de tráfico en la Unidad, repitiendo el diseño actual que consigue reducir la velocidad de vehículos sin comprometer la seguridad de la carga en los mismos.

▪ **Gas**

Se ha proyectado la generación de una red interna de distribución de gas natural, para facilitar a nuestros clientes el suministro de este combustible, por su alta eficiencia

“Primer polígono de Mallorca con canalización propia de gas”



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 621 Tm en 2012, de las cuales sólo 351 fueron incineradas.

Se estima que en 2012, el conjunto de operadores del mercado se ha ahorrado un importe global cercano a los 155.000 €.

“Reducción en la generación de residuos del 52% destinándose a incinerar sólo el 27 %”

▪ **Seguridad Alimentaria**



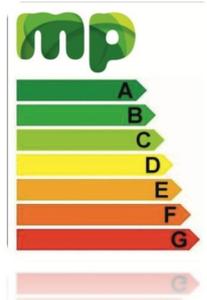
Tanto en las zonas comunes de MERCAPALMA como en los pabellones, se ha implantado un plan de Control de Plagas que consigue la máxima eficiencia en el control, disminuyendo los riesgos por producto biocida así como los costes de tratamiento. Auditado por la Conselleria de Sanitat, forma parte del plan de implantación de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) en las empresas de MERCAPALMA, conocido como “libro azul”.

“Control de plagas y calidad del agua”

▪ **Eficiencia energética**

Se han realizado mejoras e inversiones en las instalaciones, de forma que se reduzcan los consumos en las instalaciones de MERCAPALMA, fundamentalmente en alumbrado, Por otro lado se trabaja en la reducción del coste unitario del Kw/h consumido, adhiriéndose 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.



“Disminución del 18% consumo eléctrico y disminución 5% gasto energético”



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.



"170 TN de alimentos repartidos"

▪ 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.

"1000 piezas de frutas repartidas"



▪ Visitas grupos

"Más de 100 personas nos han visitado"

Anualmente se organizan 8 visitas a MERCAPALMA con el fin de dar a conocer el polígono agroalimentario a la sociedad mallorquina. Estas visitas se organizan a través del Ayuntamiento y los organismos que desean realizar la visita lo solicita a través de la página web del Ayuntamiento de Palma.

▪ Palma educa

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



▪ L'escola al Mercat

L'escola al Mercat es un projecte en el que participen 9 organismes y entre ellos MERCAPALMA.

Los objetivos del proyecto son:

- Promover hábitos de consumo saludable entre los más jóvenes.
 - Dinamizar toda la cadena agroalimentaria en especial los mercados municipales.
 - Promover el consumo sostenible (productos local y de temporada).
- El proyecto se desarrolla a través de visitas que los colegios realizan a los 5 mercados municipales de Palma. Actualmente participan alrededor de 900 alumnos.

"Fomentamos el consumo y alimentación saludable"



Acto oficial de inauguración del proyecto "L'escola al Mercat" curso 2012-2013

L'escola al
mercat
Vine a descobrir-lo!



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



Responsabilidad social corporativa

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

▪ Código de conducta

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

▪ Plan de igualdad



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

▪ Colaboraciones

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



“Equilibrio entre los grupos de interés”



7. Órganos de representación

En 2012 se aprobó el cambio de sistema de gestión de MERCAPALMA, de empresa mixta a empresa pública, considerando la conveniencia para el interés público de garantizar la continuidad en la prestación del servicio público de mercados mayoristas a través de MERCAPALMA, en las mismas condiciones técnicas y económicas que se vienen desarrollando.



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



Consejo de administración

Ajuntament  de Palma

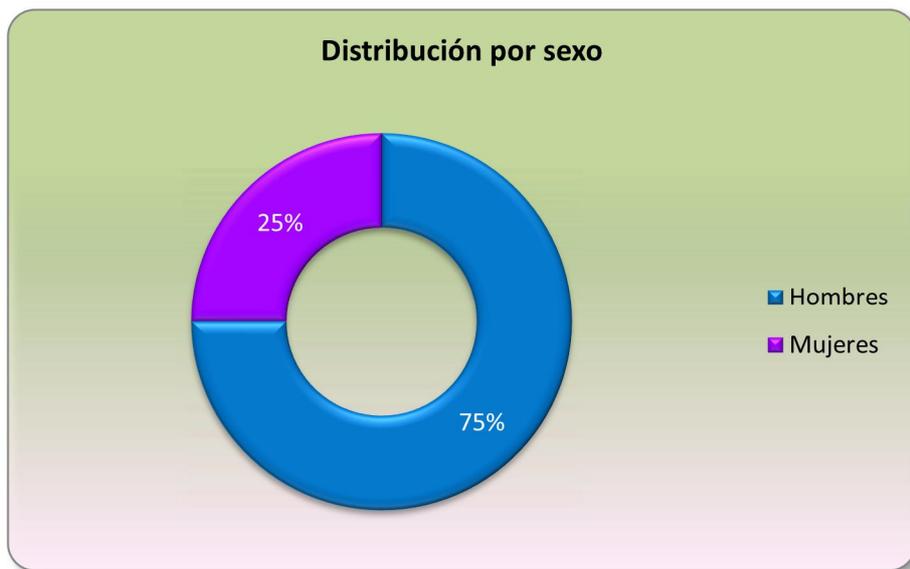



mercapalma



8. Equipo Humano

En MERCAPALMA trabaja un equipo de 20 personas con una media de 11 años de antigüedad y edad media de 47 años, implicadas en el desarrollo de nuestra misión.





- **Formación**

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

- **Grupos de Mejora**

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

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



Mejor idea

Las ideas/sugerencias individuales o en grupo, que mejoren sus procesos de trabajo o sean beneficiosos para la compañía en general, son premiadas, destacando el premio anual especial que se otorga.



Mejor idea 2012 para Ramón Navarro Iniesta.

Idea ganadora: Sistema informatizado para la captura de datos en tareas de limpieza, aprovechando la electrónica y software de los controles de acceso instalados en puertas y sin coste para MERCAPAMA.



Nuevas tecnologías

MERCAPALMA ha apostado por la mejora tecnológica cómo vía para incrementar la productividad y esfuerzo de su equipo humano y mejorar la satisfacción de sus grupos de interés. Con éste objetivo, durante 2012 se realizó una auditoría tecnológica que puso de manifiesto las mejoras tecnológicas necesarias. Durante el año se ha iniciado la implantación de éste Plan de mejora Tecnológica que se concreta en:

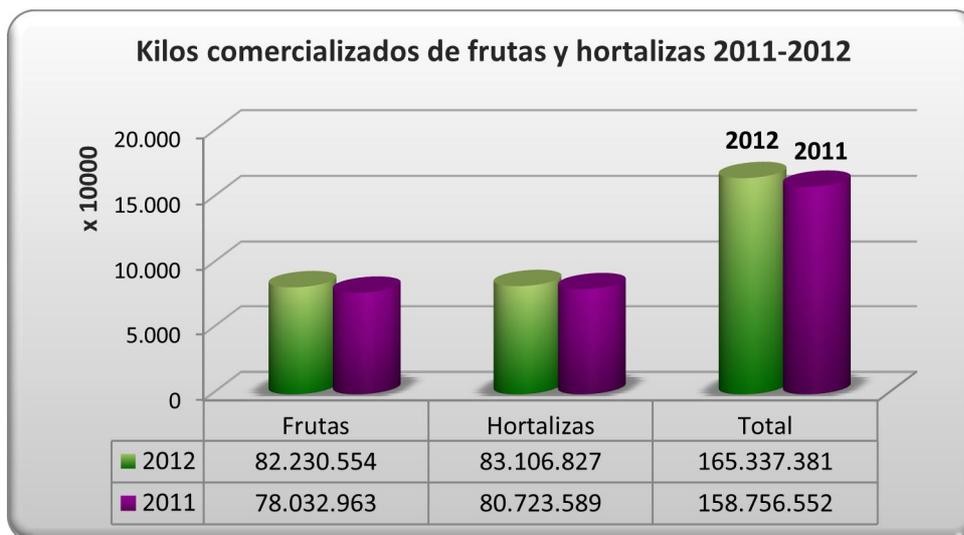
- Implantación de una nueva Intranet corporativa de comunicación interna basada en Microsoft SharePoint.
- E-Commerce: apertura de un nuevo canal de renovación de abonos de entrada vía Web. Desde ésta plataforma de comercio seguro, nuestros clientes con tarjeta de acceso pueden renovar su abono de entrada de manera automática.
- Mejora del software de gestión, migración a un nuevo ERP. Se ha implantado un nuevo sistema que permite mayor automatización de los trabajos administrativos y la integración de todos los sistemas.
- Nuevo software de Estadísticas. El nuevo desarrollo, permitirá que vía web sean los propios mayoristas los que desde un acceso seguro introduzcan los datos necesarios para la generación del boletín de estadística. También integrará con el resto de sistemas para la obtención de datos de accesos y de abonos de entrada.



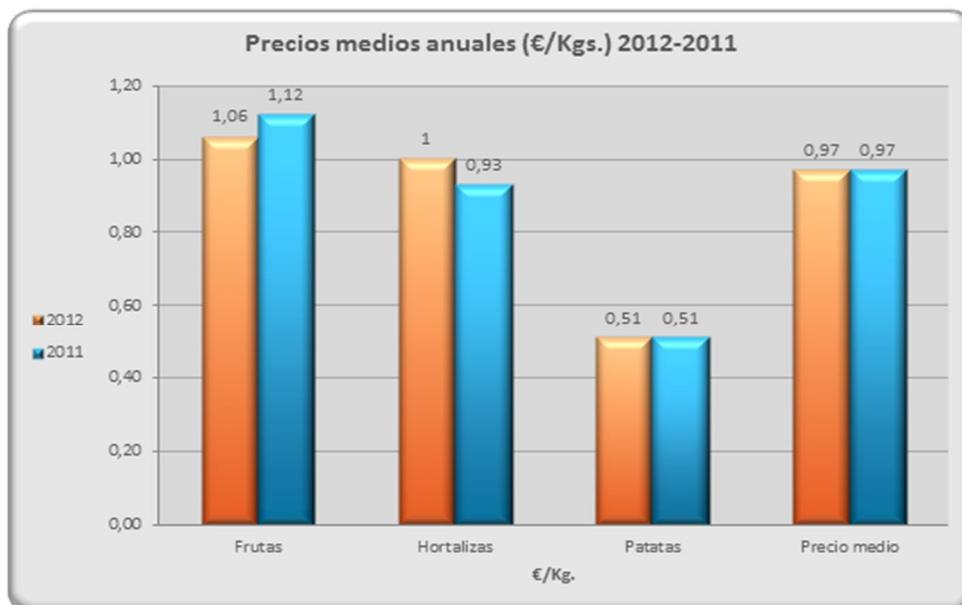
9. Datos de comercialización

Mercado de Frutas y Hortalizas

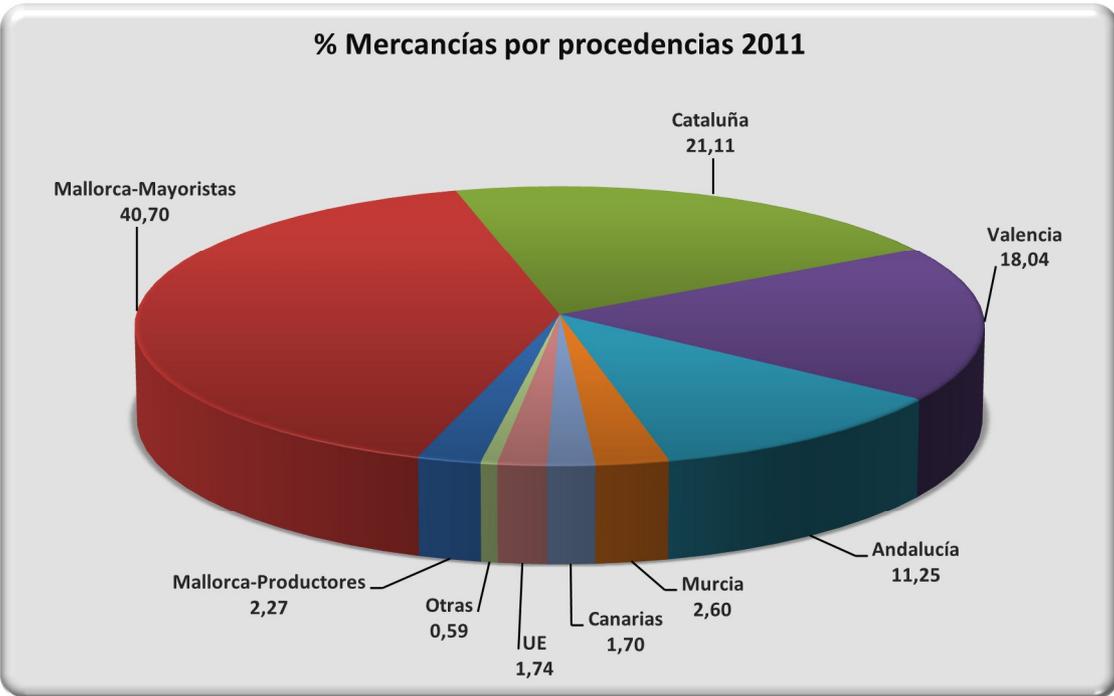
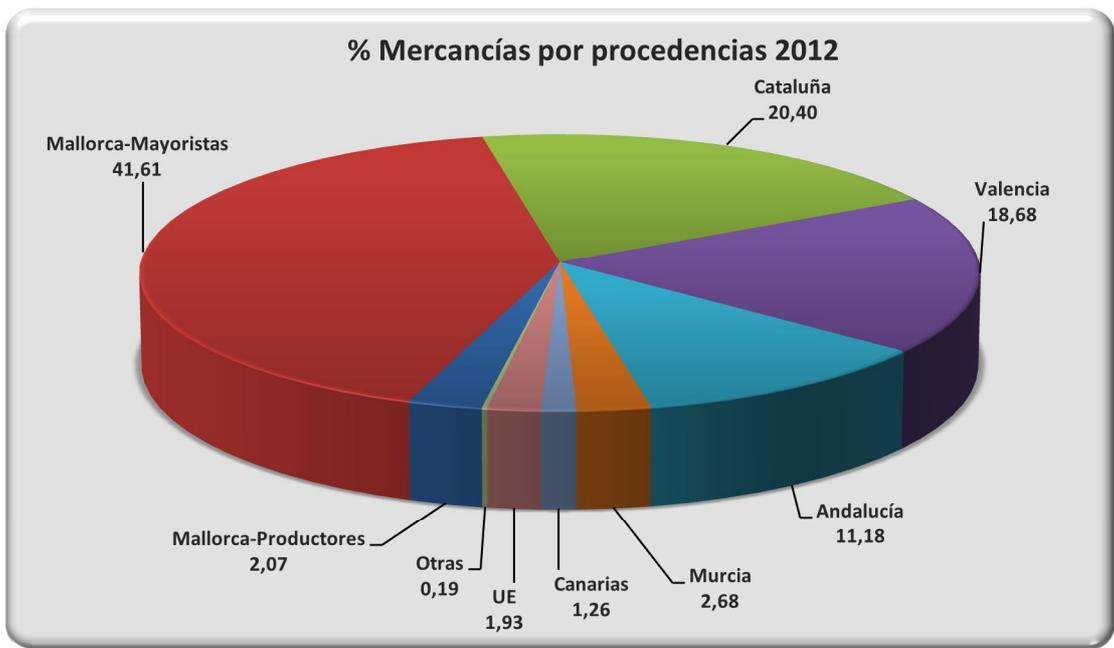
Durante 2012, el volumen de comercialización en frutas y hortalizas ha sido de 165.337 Tm, lo que supone un incremento del 4,1% respecto al año anterior. Por variedades, tanto frutas como hortalizas han incrementado los kilos de comercialización, sin embargo por sectores, los mayoristas han aumentado algo más de 6.766 Tm (4,4%) mientras que los productores han visto cómo se reducía su volumen en 185 Tm (-5,5%).



El precio medio ponderado de frutas y hortalizas ha sido el mismo que el año anterior, 0,97 €/Kgs, aunque por variedades tenemos que las frutas han bajado ligeramente (-5,36%), mientras que las hortalizas ha aumentado (7,53%) y se han mantenido las patatas.



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



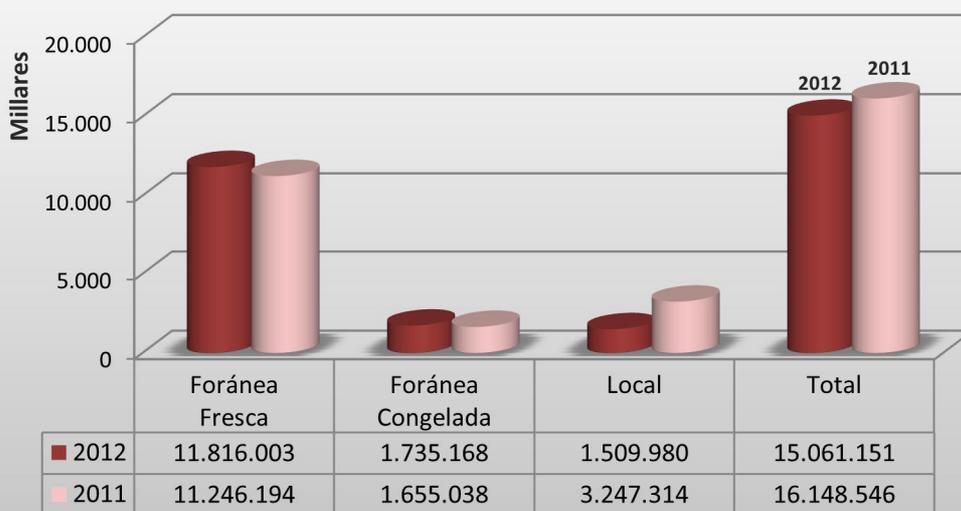
Mercado de Carnes

El volumen de comercialización de productos cárnicos ha sido de 15.061.151 kilos, lo que supone un 6,7% menos que el año anterior.

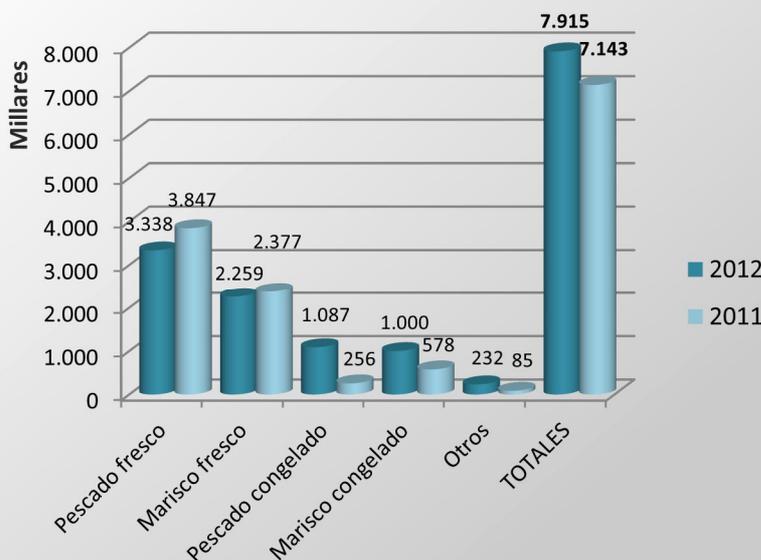
La carne de procedencia foránea se ha incrementado en 649.942 kilos, siendo la carne de Bovino la que más ha aumentado tanto en su variedad fresca (18,6%) cómo congelada (29%), seguido de la carne de ave congelada (6,1%).

En cuanto a la carne local, indicar que el Matadero permaneció cerrado desde mayo hasta octubre, por lo que en ese período no hubo sacrificio lo que provoca el decremento de la comercialización en un 53,5%, con 1.737.334 kilos menos.

Kilos comercializados de productos cárnicos 2011-2012



Kilos comercializados de pescados y mariscos 2011-2012



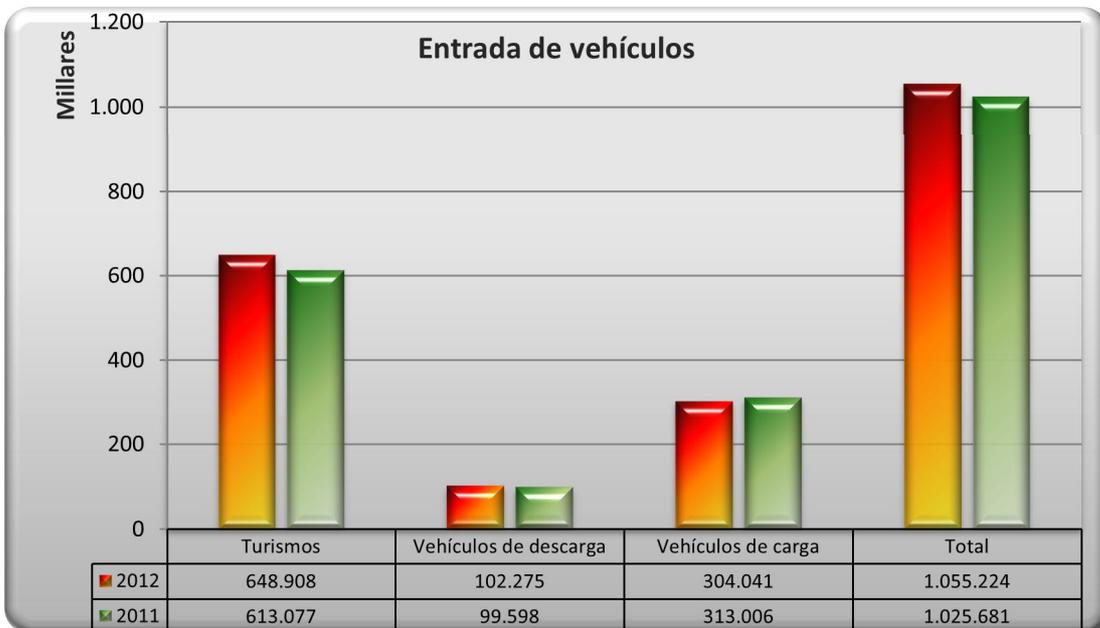
Mercado de Pescados y Mariscos

El volumen de comercialización de pescados y mariscos ha sido de 7.915.322 Kilos, lo que supone un 10,81 % más que el año anterior. Si analizamos éste incremento vemos que no ha sido homogéneo, incrementándose un 150% la comercialización de congelados, tanto pescado como marisco y otros congelados, hasta alcanzar la cifra de 1.252.748 kilos más. Respecto del fresco ha disminuido tanto en pescado como en marisco, con una disminución de más del 10%, lo que supone una disminución de 627.111 kilos.



Entrada de vehículos

Durante 2012 han accedido al recinto 29.543 vehículos más que al año anterior lo que supone un incremento de 2'9%. El incremento se debe fundamentalmente a la mayor afluencia de turismos (5,8% más), mientras que han aumentado ligeramente los vehículos de descarga (2,7%) y han disminuido los de carga (-2,9%).



10. Resultados económico - financieros

En 2012 el importe neto de la Cifra de Negocio ha superado los 3,88 millones de euros, mientras que los ingresos netos ascienden a 4,44 millones, lo cual supone un 5,67% más respecto al ejercicio anterior.

Del análisis pormenorizado de los ingresos resulta destacable la puesta en marcha del nuevo Pabellón de envases en junio de 2012 que ha supuesto un ingreso adicional de 139 mil euros, además de dos traspasos durante el ejercicio que han generado 122 mil euros de ingresos. En cuanto a la revisión de tarifas se ha seguido aplicando el acuerdo tarifario firmado en 1.999 con la Patronal de Mayoristas.

Los gastos netos ascienden a 2,71 millones de euros, lo que supone un 4,38% menos que en el ejercicio anterior. En cifras, la reducción de gastos supone más de 123 mil euros y, de éste importe, el 56,36% se debe a la reducción de gastos de personal debido a la contención salarial, a la supresión de la paga extra de diciembre y la prohibición de aportaciones a la ayuda a la jubilación en aplicación del Real Decreto-Ley 20/2012, además de que se han producido dos jubilaciones y una reducción de jornada que no se han repuesto.



Ésta contención de gastos junto a lo comentado para los ingresos ha supuesto que el Beneficio antes de impuestos (BAI), haya sido un 26,3% superior que en el ejercicio anterior.

Cabe destacar el efecto impositivo que sobre el beneficio después de impuestos (BDIT) ha tenido la conversión de MERCAPALMA en empresa de capital 100% público, lo cual ha supuesto la aplicación de la bonificación del 99% de la cuota del Impuesto sobre Sociedades según establece el artículo 34.2 del TRLIS.



Balance de situación

ACTIVO	€	EJERCICIO 2012	EJERCICIO 2011
A) ACTIVO NO CORRIENTE		16.783.980,85	15.443.108,54
I.INMOVILIZADO INTANGIBLE		57.189,87	37.303,24
Aplicaciones Informáticas		57.189,87	37.303,24
II.INMOVILIZADO MATERIAL		16.375.931,58	15.264.919,55
Terrenos y Construcciones		14.901.696,10	13.760.800,48
Instalaciones, Maquinaria y Utilaje		1.093.427,41	1.175.701,01
Mobiliario		76.462,50	90.976,38
Equipo proc. Información		79.473,38	7.818,45
Inmovilizado en curso y anticipos		224.872,19	229.623,23
IV.INVERS.EMPRESAS GRUPO Y ASOCIADAS L/P		0,00	0,00
Particip Empresas Asociadas		109.382,00	109.382,00
Deterioro valor particip.L/P emp.asociadas		-109.382,00	-109.382,00
V.INVERSIONES FINANCIERAS L/P		350.859,40	140.885,75
Créditos a L/P otras partes vincul.		260.556,39	0,00
P.A.C. ayudas jubil.personal		81.504,93	132.087,67
Fianzas constituídas a L/P		8.798,08	8.798,08
B) ACTIVO CORRIENTE		3.272.460,00	3.830.556,29
II.DEUDORES COMER. Y OTRAS CTAS A COBRAR		414.094,51	480.540,20
Clientes		64.360,04	129.884,84
Clientes, Empresas Grupo y Asociadas		60.814,82	336.098,00
Clientes dudoso cobro		42.174,22	137.894,91
Deterioro creditos operac.comerciales		-42.174,22	-137.894,91
Deudores Varios		34.635,05	5.567,48
Administraciones Públicas		254.284,60	8.989,88
IV.INVERSIONES FINANCIERAS A C/P		2.814.261,92	3.138.567,00
Imposiciones a Plazo Fijo		2.813.484,92	3.138.567,00
Fianzas y depósitos constituídos a C/P		777,00	0,00
VI.EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LIQUIDOS EQUIV.		44.103,57	211.449,09
Caja		5.154,40	1.800,00
Bancos		38.949,17	209.649,09
TOTAL ACTIVO		20.056.440,85	19.273.664,83

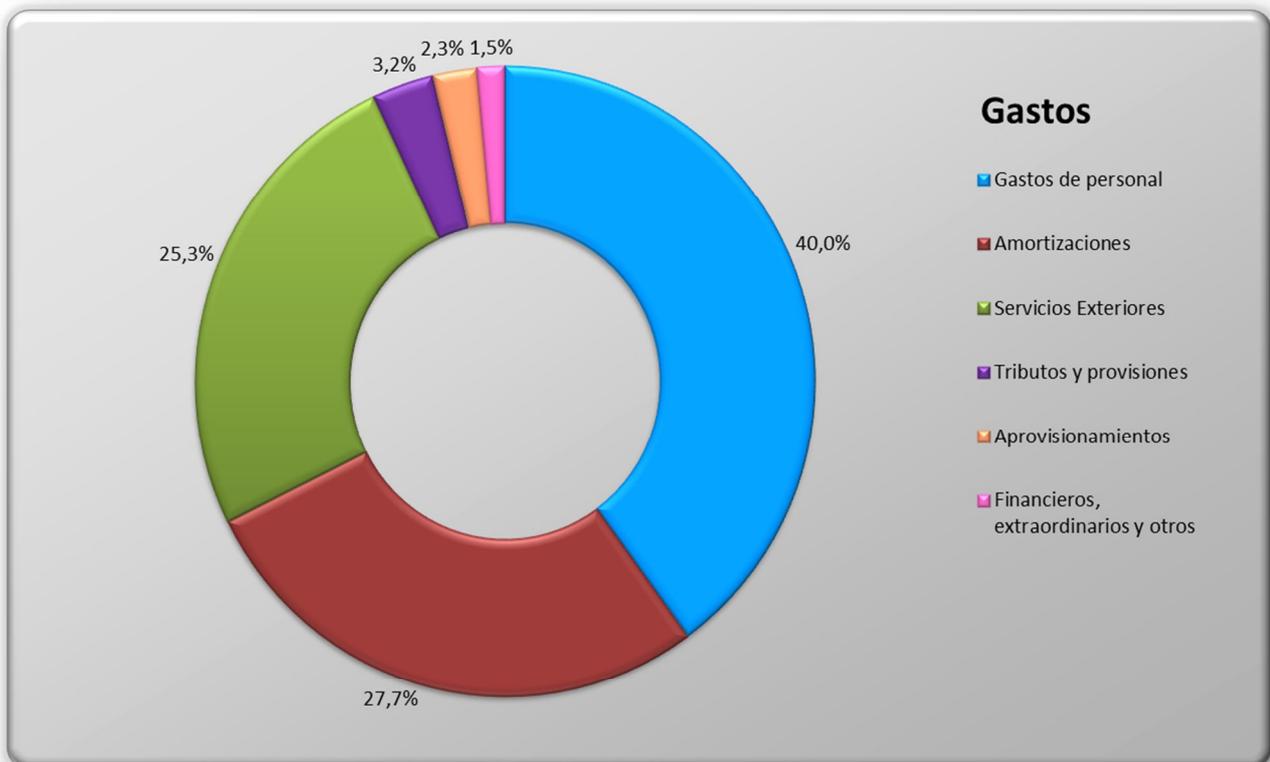
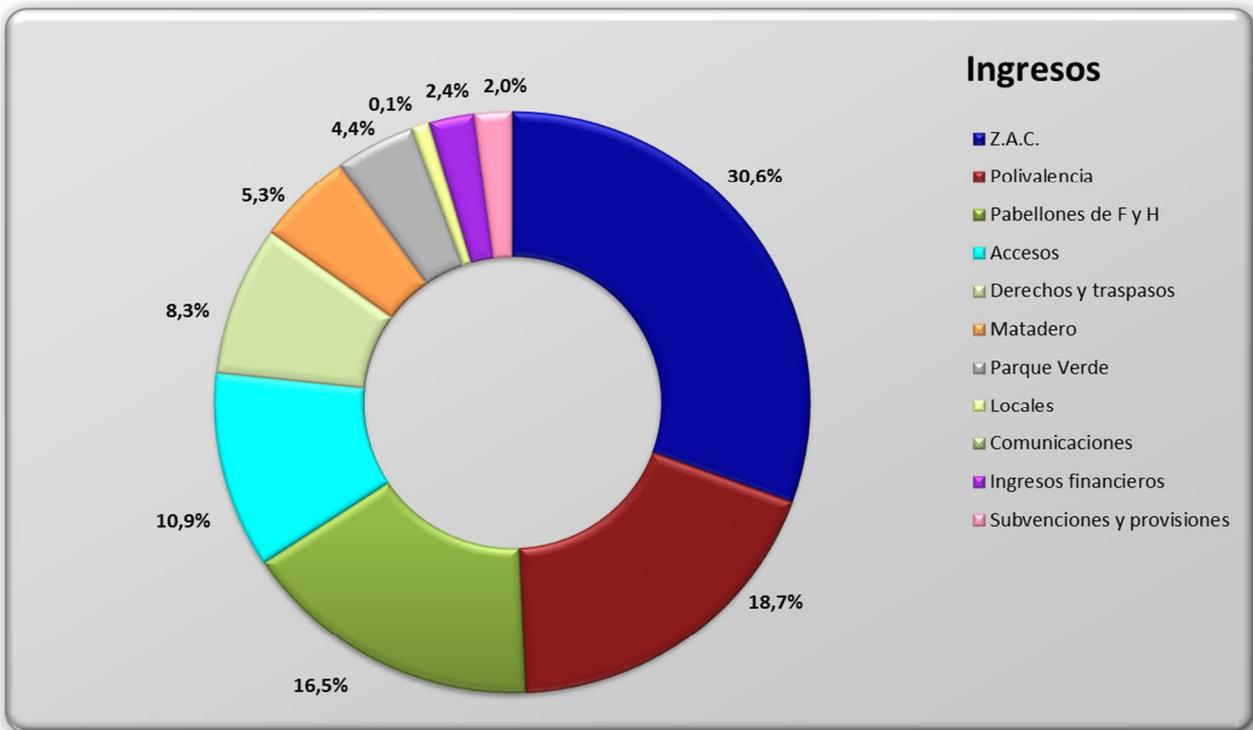
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	€	EJERCICIO 2012	EJERCICIO 2011
A) PATRIMONIO NETO		13.584.018,46	12.523.230,78
A-1) Fondos propios		13.468.600,12	12.344.101,85
I.CAPITAL		6.454.095,00	6.454.095,00
III.RESERVAS		5.283.393,85	4.945.347,41
Reserva Legal		1.290.819,00	1.290.819,00
Reserva Voluntaria		1.435.142,00	1.435.142,00
Reserva Art.111 RSCL		2.557.335,44	2.219.289,00
Reserva dif.ajuste a euros		97,41	97,41
IV.ACCIONES Y PARTIC.EN PATRIM.PROPIAS		-4.997,00	-4.997,00
VII.RESULTADO DEL EJERCICIO		1.736.108,27	949.656,44
A-3) Subvenciones, donac.y legados recibidos		115.418,34	179.128,93
B) PASIVO NO CORRIENTE		5.351.437,07	5.655.788,79
I.PROVISIONES A L/P		69.531,08	119.889,95
Prov.ayudas jubilacion personal		69.531,08	119.889,95
IV.PASIVOS POR IMPTO DIFERIDO		49.467,80	76.772,37
V.PERIODIFICACIONES A L/P		5.232.438,19	5.459.126,47
Ingresos Derechos de Entrada		5.232.438,19	5.459.126,47
C) PASIVO CORRIENTE		1.120.985,32	1.094.645,26
II.DEUDAS A C/P		337.567,12	271.174,33
Dividendo activo a pagar		8.122,82	7.762,43
Fianzas y depósitos recibidos a C/P		329.444,30	263.411,90
IV.ACREED.COMERC.Y OTRAS CTAS A PAGAR		783.418,20	762.591,39
Acreedores varios		426.935,98	220.755,52
Acreedores, empresas grupo y asociadas		49.315,00	59.449,05
Remuneraciones pend. de pago		150.418,00	216.259,00
Pasivos por impuesto corriente		0,00	217.252,00
Otras deudas con Administ.Publicas		156.749,22	48.875,82
V.PERIODIFICACIONES A C/P		0,00	60.879,54
Ingresos anticipados		0,00	60.879,54
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		20.056.440,85	19.273.664,83



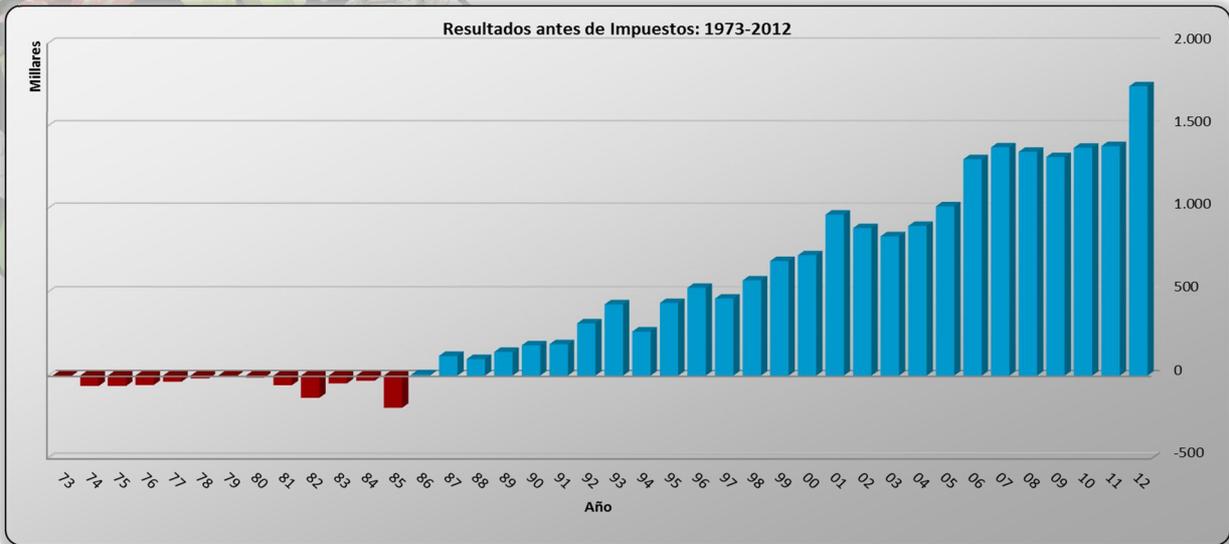
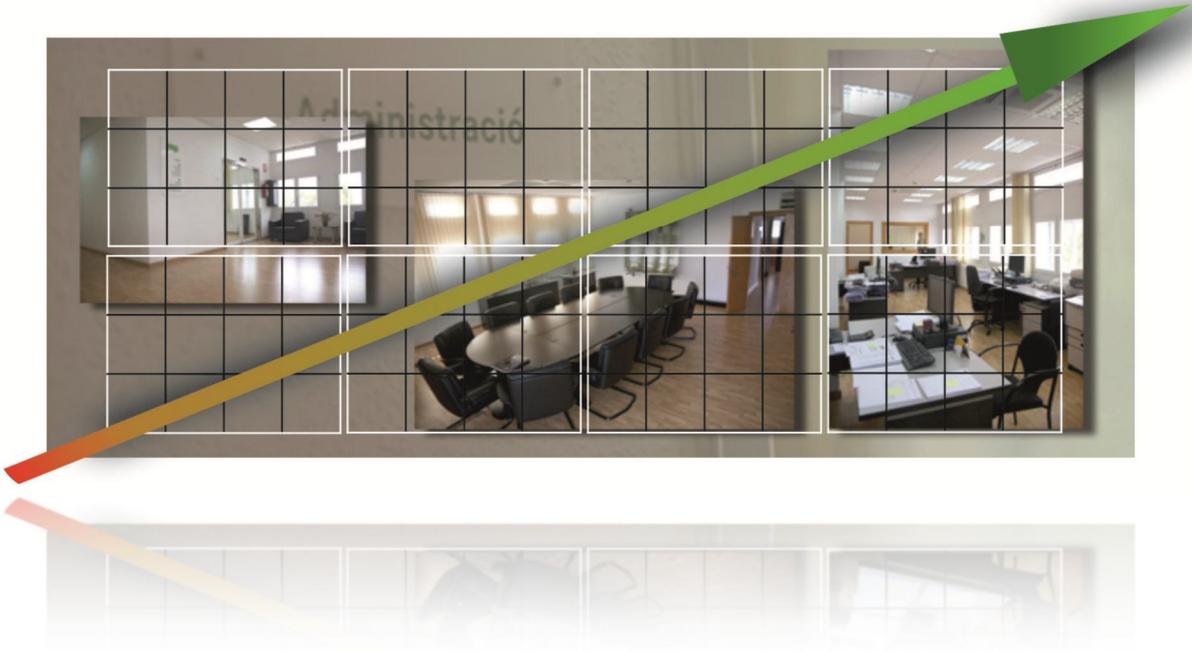
Cuenta de pérdidas y ganancias

A) OPERACIONES CONTINUADAS	€	2.012	2.011
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS		3.881.656,64	3.664.875,26
Mercado de Frutas y Hortalizas		732.585,13	710.678,81
.Cánones Mayoristas		635.384,20	603.336,00
Cánones Productores		52.756,68	51.520,20
.Otros Cánones		20.652,43	18.214,24
.Otros Ingresos		23.791,82	37.608,37
Matadero		233.569,34	227.577,37
.Otros Cánones		233.559,64	227.557,42
.Otros Ingresos		9,70	19,95
Mercado Polivalente		831.906,16	657.035,81
.Cánones Mayoristas		817.195,70	644.038,24
.Otros Cánones		5.397,83	5.271,36
.Otros Ingresos		9.312,63	7.726,21
Zona Actividades Complementarias		1.359.766,98	1.369.049,99
.Otros Cánones		1.351.770,60	1.338.763,74
.Otros Ingresos		7.996,38	30.286,25
Locales Comerciales y Oficinas		41.998,21	49.841,61
.Otros Cánones		41.998,21	49.541,61
.Otros Ingresos		0,00	300,00
Parque Verde		193.643,94	205.813,30
.Rec.y Trat.de residuos		193.643,94	205.813,30
Accesos		485.256,88	444.878,37
Comunicaciones		2.930,00	0,00
4. APROVISIONAMIENTOS		-61.905,68	-68.695,21
Material Reparación y Conservación		-56.535,37	-61.680,00
Material Oficina		-5.370,31	-7.015,21
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN		367.825,02	296.035,34
Derechos de Entrada (1ª Adjudicación)		245.188,28	266.607,34
Participación Traspasos		122.636,74	29.428,00
6. GASTOS DE PERSONAL		-1.081.474,11	-1.151.320,66
Sueldos y Salarios		-845.905,34	-934.027,09
Seguridad Social		-189.604,20	-174.147,36
Otras Cargas Sociales		-45.964,57	-43.146,21
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN		-773.350,35	-776.833,92
Servicios Exteriores		-685.704,53	-745.812,37
.Reparación y Conservación		-249.612,66	-312.116,41
.Servicios Profesionales Indep.		-111.457,76	-96.983,25
.Primas de Seguros		-11.398,51	-27.177,04
.Servicios Bancarios		-4.302,16	-1.600,82
.Públic., Propagan.y Relac.Públicas		-11.104,62	-13.025,29
.Suministros		-131.622,55	-138.685,49
.Otros Servicios		-166.206,27	-156.224,07
Tributos		-40.645,09	-34.175,80
Perdidas, deterioro y variacion provisiones		-47.000,73	3.154,25
.Perdidas deterioro creditos operac.comerc.		-51.827,24	0,00
.Reversión deterioro creditos oper.comerc.		4.826,51	3.154,25
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO		-749.986,27	-732.836,74
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOV.NO FINANC.Y OTRAS		91.015,16	124.371,29
10. EXCESO DE PROVISIONES		0,00	4.772,11
12. OTROS RESULTADOS		-31.910,29	-101.187,38
Ingresos excepcionales		0,00	0,00
Gastos excepcionales		-31.910,29	-101.187,38
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		1.641.870,12	1.259.180,09
13. INGRESOS FINANCIEROS		107.707,51	119.450,84
Intereses Pagos Aplazados C/P.		13.451,80	19.394,66
Intereses Pagos Aplazados L/P.		0,00	38.764,78
Ingresos Gestión Tesorería		94.255,71	61.291,40
14. GASTOS FINANCIEROS		0,00	0,00
17. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJEN.DE INSTRUM.FINANC.		-8.322,01	0,00
Deterioros y pérdidas		-8.322,01	0,00
A.2) RESULTADO FINANCIERO		99.385,50	119.450,84
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		1.741.255,62	1.378.630,93
19. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS		-5.147,35	-428.974,49
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP.CONTINUADAS		1.736.108,27	949.656,44
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS		-	-
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO		1.736.108,27	949.656,44



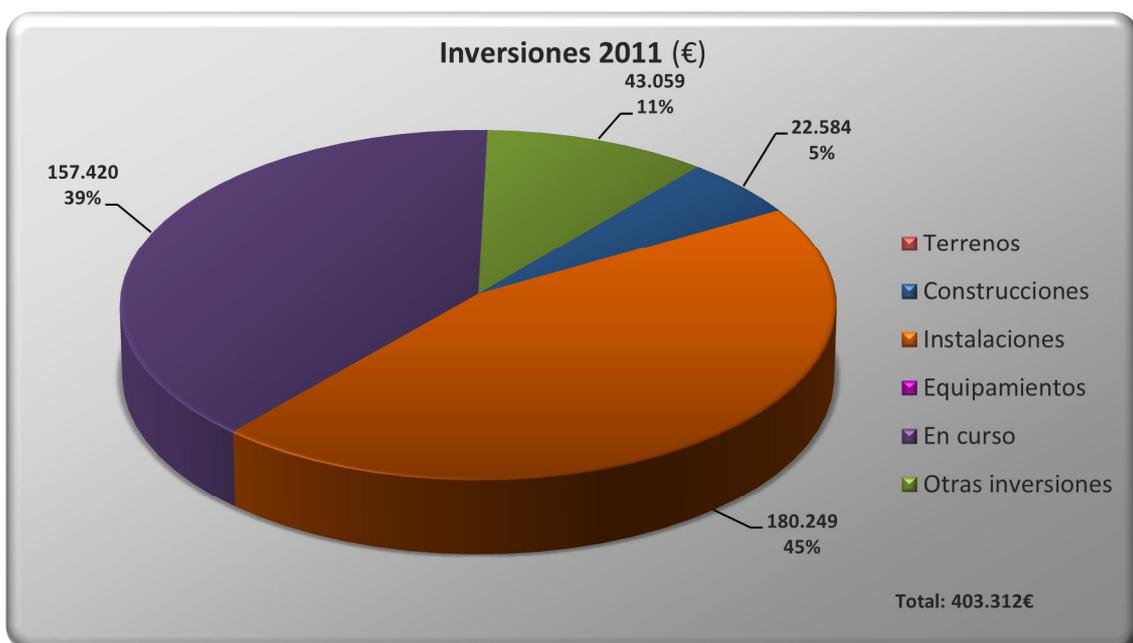
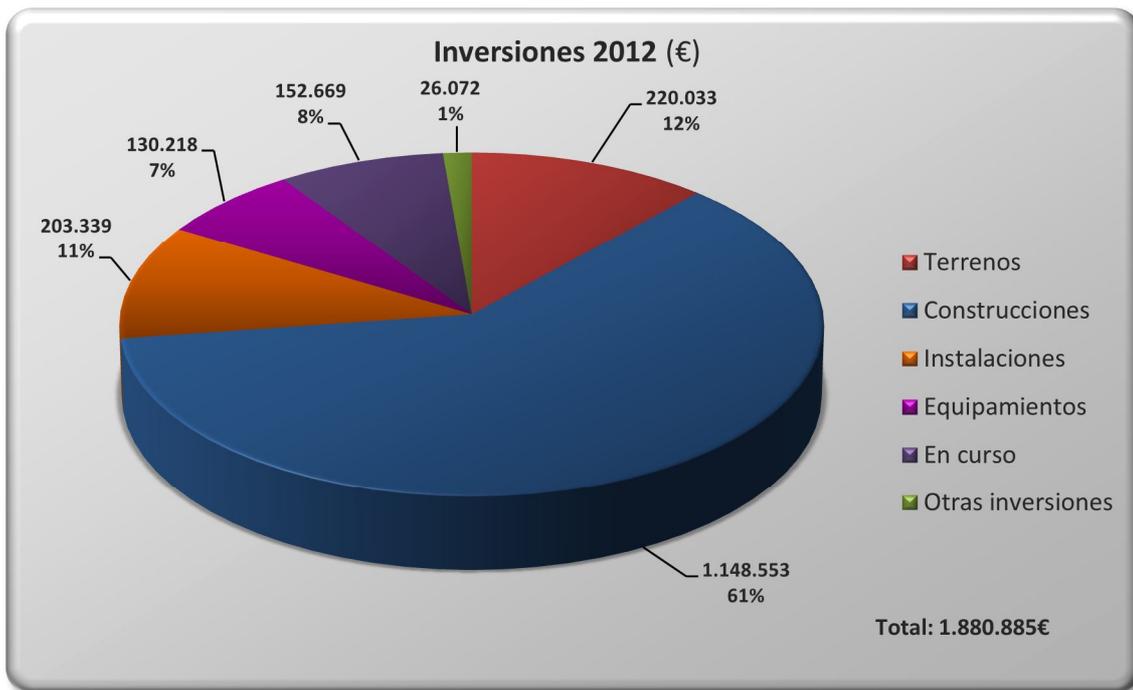


Evolución de resultados



Inversiones

Durante 2012 se han realizado inversiones por valor de 1,88 millones de euros, lo que supone un 366% más que en el ejercicio anterior. Del total de inversiones 1,15 millones corresponden al nuevo pabellón de envases y el resto a la adquisición de nuevos terrenos, a la adecuación de la red de telecomunicaciones, a la mejora en las instalaciones y a la inversión en nuevas tecnologías.



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 Bermujea, Mauricio
Molina Ruiz, Antonio
Monjo Tomás, Toni
Mora Sanromá, Irene
Navarro Iniesta, Ramón
Pérez-Gil García, Diego
Puerta González, Marta
Roca Juan, Jaume
Róver Cifre, Juan Antonio
Salleras Estarellas, Jaime
Sureda Domingo, M^a Eugenia
Vidal Morey, Antoni



La Cámara de Comercio de Mallorca otorgó la Medalla de la Cámara a Juan Dueñas Abril, en reconocimiento a su trayectoria profesional y buena gestión como gerente en Mercapalma hasta julio de 2012



Anexo 2 - Empresas ubicadas en Mercapalma

Administración de Lotería
 Agroilla
 Agromallorca
 Al & Verd Fruites i Hortalizas
 Bar Chupito
 Bar des Peix
 Bibifrut
 Cafetería Es Pagesos
 Carns Figueres
 Cash Loto
 Catalina Rosselló Febrer
 Cecosa Supermercados
 Centro de Castilla León
 Compañía Transmediterránea
 Comunidad de Propietarios Cardenal Rossell, nº 182
 Congelados Cesar
 Cultivar
 David Castel de las Heras
 Discagran
 Es Merca de Sa Fruita
 Es Merca Fruites i Verdures
 Escorxador i Serveis Carnics Palma
 Esfer
 Esplet
 Eurest Colectividades
 Euro Pool System
 Eurobanan Palma
 Frespi
 Frimar Panaderos 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 Orden de Malta
 Fundación Barceló
 Ginefruit
 Gregal
 Guillermo Barceló Bennasar
 Hermanas Buades
 Hiper Manacor
 Hnos. Fernández López
 Iscapalma
 Jaime Torrandell
 Jesús Balaguer Binimelis
 Juan Cladera
 Malpica Mar
 María Bonet Cañellas
 Mariscos Ria de Vigo
 Mascaró Morera
 Medipeix
 Mercadona
 Newrest Group Holding
 Operador Logística Interislas
 Palmafruit
 Pan Hispano
 Pedro Serra Más
 Pescadería Mayol Ribot
 Pescados Llompert
 Pescados Antonio Rivera
 Pescados Formentor
 Pescados Mar Este
 Pescados Marcuello
 Petit Forestier
 Productes D'Hort Es Caragol
 Punkytrans
 Refrigerats Illacamp
 Refrillog
 Salvador Ferrá Ferrá
 Santiago Rubio
 Sebastián Vives Ramón
 Tikkun España
 Transportes Marquer 2007
 Transportes Martínez Souto
 Uco Sa Pobla
 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 2013

