

**MERCADOS CENTRALES DE ABASTECIMIENTO DE PALMA DE  
MALLORCA S.A.**

**(MERCAPALMA)**

**INFORME DE AUDITORIA OPERATIVA**

**Ejercicio 2022**

**Palma de Mallorca a 27 de abril de 2023**

## CONTENIDO

### A. INTRODUCCION

1. Acerca de MERCAPALMA.
2. Presentación del informe y encargo recibido.
3. Alcance del informe.
4. Limitaciones al informe.

### B. TRABAJO REALIZADO

#### Eficacia:

1. Definición de planes estratégicos.
2. Definición de objetivos y su grado de consecución.
3. Comparativa entre el presupuesto de ingresos y gastos con la ejecución real, y análisis de desviaciones.

#### Eficiencia:

4. Rendimiento del servicio prestado, con relación al coste.
5. Comparativa de dicho rendimiento con el sector o norma previamente establecida.
6. Recomendaciones para mejorar los rendimientos estudiados, y en su caso, críticas a los obtenidos.

#### Economía:

7. Las ratios de solvencia a corto plazo y las fuentes de financiación a medio y largo plazo, por si hay recursos ociosos o posible situación de insolvencia a corto plazo o financiamiento defectuoso, poner de manifiesto los posibles riesgos y proponer mejoras.
8. La correcta asignación de funciones y competencias a las áreas y a las personas, así como la existencia de manuales internos de gestión.
9. La existencia de políticas internas en materia de formación continua y su impacto en la evaluación del cumplimiento.

### C. CONCLUSIONES ALCANZADAS Y RECOMENDACIONES PROPUESTAS

1. Las principales debilidades detectadas y las correspondientes acciones de mejora para una mejor gestión y asignación futura de recursos. Recomendaciones propuestas.
2. Los aspectos positivos que destacar respecto de la entidad auditada y, en especial, cuando dichas mejoras en la gestión puedan ser aplicadas con carácter general.
3. Seguimiento de las recomendaciones propuestas en la auditoria operativa anterior.

### D. ALEGACIONES PRESENTADAS Y RESOLUCION

### E. FECHA DE EMISION Y FIRMA DEL INFORME

### F. ANEXOS

## A. INTRODUCCION

### 1. Acerca de MERCAPALMA

Mercados Centrales de Abastecimiento de Palma de Mallorca S.A. (en adelante MERCAPALMA) se constituyó el día 22 de junio de 1.968, por un período de tiempo indefinido. El domicilio social está ubicado en la ciudad de Palma, calle Cardenal Rossell, nº 182. Está inscrita en el Registro Mercantil de Baleares, Tomo 113 general, Sección 3ª, Libro 56, Folio 22, Hoja 2430, inscripción primera.

El Ajuntament de Palma, otorgó a MERCAPALMA, la concesión administrativa del servicio municipal de mercados centrales, por un plazo de cincuenta años, a partir del 7 de junio de 1974, transcurrido dicho período, revertirán al municipio, el activo y el pasivo de la Sociedad, reembolsándose el importe de las acciones de propiedad no municipal, según se establece en la memoria financiera del expediente de municipalización.

En base al cumplimiento del objetivo estratégico que se marcó MERCAPALMA, en el que se pretendía que el capital de la empresa sea 100% público, desde junio de 2012 se iniciaron los trámites para dejar de ser empresa mixta. En octubre del 2012 se aprobó la memoria social, jurídica y económica de dicho cambio. A mediados de diciembre del 2012 se inició el proceso de expropiación de acciones y a finales de ese mes se levantó el acta de ocupación y se hizo el depósito en la Caja General de Depósitos, siendo a partir de ese momento empresa de capital 100% público. Este cambio afectó significativamente al impuesto de sociedades, al aplicarse el Art.34 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades que prevé una bonificación del 99% de la cuota íntegra del impuesto. En julio de 2013 se acordó en Junta General la modificación de estatutos y en noviembre se realizó la elevación a público y su entrada en el Registro Mercantil, quedando definitivamente inscrita el 27 de marzo de 2014.

La situación actual del capital social es la siguiente:

ENTIDAD	ACCIONES	% PART
Ajuntament de Palma	176.371	54,79%
Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. (MERCASA)	145.529	45.21%
<b>Totales</b>	<b>321.900</b>	<b>100,00%</b>

La Sociedad, conforme a lo previsto en el Decreto 975/66 de 7 de abril, 1882/78 de 26 de Julio y, en su caso, disposiciones que las sustituyan, tiene como objeto social, las siguientes actividades:

- La promoción, construcción y explotación del mercado o mercados centrales mayoristas de Frutas y Hortalizas, Carnes, Pescados, Flores y plantas ornamentales, así como los servicios complementarios que sean precisos para la mejor utilización de los usuarios.
- La promoción e implantación en terrenos de la Sociedad actividades, instalaciones y servicios de todo tipo para la mejora y modernización de la distribución.
- La realización de actuaciones y gestiones que, en materia de ejecución de política alimentaria, comercial y de mercado en general, y cuantos servicios relacionados con todos ellos, le encomienden las Administraciones y Entidades de las que es "medio propio", que la Sociedad estará obligada a realizar de acuerdo con las instrucciones fijadas por el encomendante, y cuya retribución se fijará por referencia a tarifas aprobadas previamente.

La Sociedad no podrá participar en las licitaciones convocadas por las Administraciones y Entidades de las que sea "medio propio", sin perjuicio de que, cuando no ocurra ningún licitador, pueda encargarse la ejecución de la prestación objeto de las mismas.

- Mejorar en todos los órdenes el ciclo de comercialización de los productos alimenticios teniendo en cuenta las directrices marcadas por las Administraciones Públicas.

Cualquiera de las actividades anteriores podrá ser desarrollada por la Sociedad, total o parcialmente, de modo indirecto, mediante la titularidad de acciones o de participación en Sociedades con objeto idéntico.

De acuerdo con sus estatutos, MERCAPALMA es un "medio propio" y servicio técnico del Ayuntamiento de Palma de Mallorca y de la Administración del Estado, a través de la Sociedad estatal "Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (MERCASA), en los términos y con el alcance previsto en estos Estatutos a los efectos de lo dispuesto en los artículos 24.6 y 8.2 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

<Documento disponible en:  
<https://mercapalma.net/wp-content/uploads/ESTATUTOS-APROBADO-JUNTA-DE-29-07-13.pdf> >

## 2. Presentación del informe y encargo recibido

Este informe resulta del número de expediente PAS 06/2022 de MERCAPALMA "para la contratación mediante lotes de los servicios de auditorías operativa y de cumplimiento de MERCAPALMA SA".

<Documento disponible en:  
[https://contrataciondelestado.es/wps/poc?uri=deeplink%3Adetalle\\_licitacion&idEvl=LtvfhUOPUOSXQVOWE7IYPw%3D%3D](https://contrataciondelestado.es/wps/poc?uri=deeplink%3Adetalle_licitacion&idEvl=LtvfhUOPUOSXQVOWE7IYPw%3D%3D)>

De acuerdo con lo anterior, en fecha 27 de octubre de 2022 hemos recibido el encargo de realizar la auditoría operativa de MERCAPALMA referente al ejercicio 2022 de acuerdo con lo establecido el pliego de prescripciones técnicas del mencionando expediente.

## 3. Alcance del informe

El alcance de nuestro trabajo, teniendo en cuenta el pliego de prescripciones técnicas del encargo recibido, se centra en:

### Eficacia:

1. Definición de planes estratégicos.
2. Definición de objetivos y su grado de consecución.
3. Comparativa entre el presupuesto de ingresos y gastos con la ejecución real, y análisis de desviaciones.

### Eficiencia:

4. Rendimiento del servicio prestado, con relación al coste.
5. Comparativa de dicho rendimiento con el sector o norma previamente establecida.
6. Recomendaciones para mejorar los rendimientos estudiados, y en su caso, críticas a los obtenidos.

### Economía:

7. Las ratios de solvencia a corto plazo y las fuentes de financiación a medio y largo plazo, por si hay recursos ociosos o posible situación de insolvencia a corto plazo o financiamiento defectuoso, poner de manifiesto los posibles riesgos y proponer mejoras.
8. La correcta asignación de funciones y competencias a las áreas y a las personas, así como la existencia de manuales internos de gestión.
9. La existencia de políticas internas en materia de formación continua y su impacto en la evaluación del cumplimiento.

#### **4. Limitaciones al informe**

No hemos tenido ninguna limitación para llevar a cabo nuestro trabajo.

## B. TRABAJO REALIZADO

### 1. Eficacia. Definición de planes estratégicos.

#### 1.1 Existencia de una definición clara de los planes estratégicos, de la misión, de la visión y de los valores de la organización.

La entidad MERCAPALMA, desde hace años, establece planes estratégicos trienales en donde figura definida la misión, la visión y los valores de la organización.

A su vez, anualmente el equipo directivo de MERCAPALMA elabora un plan de dirección anual que desarrolla el plan estratégico trienal, en donde también figuran estas definiciones.

Actualmente, existe un documento de trabajo (en formato borrador) que recoge el plan estratégico para el periodo 2020-2023. Este borrador no ha sido aprobado por falta de acuerdo en el seno del consejo de administración, por lo que de alguna manera se está extendiendo el plan estratégico 2017-2019 (aprobado por el consejo de administración en fecha 28/07/2017) modelado por el plan director anual 2022

<Documentos disponibles en:  
<https://mercapalma.net/wp-content/uploads/PE-2017-2019-DEFINITIVO-2807107.pdf>

#### 1.2 Difusión entre el personal.

La definición de planes estratégicos y su desarrollo conlleva la difusión en el personal de la organización, por ello y para asegurar su difusión a todo el personal de MERCAPALMA, se establecen las siguientes vías de comunicación:

- 1) En primer lugar, en el proceso de elaboración del plan estratégico, existe una fase de reflexión estratégica en el que los conceptos de misión, visión y valores de MERCAPALMA son revisados por todo el personal.
- 2) En segundo lugar, anualmente, MERCAPALMA organiza (normalmente en los meses de noviembre y de marzo) un evento para todos sus trabajadores en el que informa de la actividad realizada durante el año anterior, así como las proyecciones y previsiones para el siguiente ejercicio. En este evento se refuerza la comunicación de la misión y visión de MERCAPALMA.
- 3) Por otra parte, en la red interna MERCANET, se comunican a todos los trabajadores las diferentes noticias acerca de la actividad de MERCAPALMA.
- 4) Finalmente, en coherencia con la política de difusión de estos conceptos, en la página web de MERCAPALMA se informa de la misión y de la visión (<https://mercapalma.net/mercapalma/mision-vision-valores/>) y también se puede acceder a los planes estratégicos y de dirección (<https://mercapalma.net/informacion-economica/>) en donde también se define la misión, la visión y valores de MERCAPALMA.

#### 1.4 Conclusiones y recomendaciones.

MERCAPALMA cumple adecuadamente con la existencia de una política interna para con la definición de planes estratégicos, sin embargo, la aprobación de los planes estratégicos correspondientes a los ejercicios 2021 y 2022 están condicionados a la negociación de cómo será el proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido.

Este tema se trató en la reunión del consejo de administración de 11/02/2022 acordándose solicitar al Ajuntament de Palma la resolución de mutuo acuerdo de la relación contractual del servicio público de mercado mayorista en régimen de gestión indirecta y con una duración de 50 años pasando al régimen de gestión directa eliminando, así mismo, el límite temporal de la sociedad.

Recomendamos agilizar, en la medida de lo posible, los trámites del proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido que permita la aprobación de los planes estratégicos ya que es una herramienta clave para el buen funcionamiento de la organización.

### **1.5 Documentación analizada.**

A los efectos de este análisis la documentación analizada es la siguiente:

- a. Página web de MERCAPALMA.
- b. Plan estratégico 2017-2019. Aprobado por el consejo de administración de 28/07/2017.
- c. Borrador del plan estratégico 2020-2023 (no se llegó a aprobar por el consejo de administración debido a la falta de acuerdo entre los miembros del consejo de administración).
- d. Plan dirección 2022.
- e. Actas de la comisión permanente ejecutiva y del consejo de administración de 2022.
- f. Actas de reunión con el personal para comunicar y comentar el cierre de 2022 y el plan estratégico de 2023.

## 2. Eficacia. Definición de objetivos y su grado de consecución.

### 2.1 Política de definición de objetivos y de seguimiento.

Tanto en los planes estratégicos trienales como en los planes de dirección anuales se desarrollan las líneas principales de la visión de MERCAPALMA mediante el establecimiento de objetivos estratégicos.

A cada objetivo estratégico se le asigna un plan de acción, un responsable, así como el enfoque para su consecución.

Adicionalmente, se realizan informes periódicos de seguimiento de estos:

- Mensualmente se reúne la comisión de seguimiento de los planes estratégicos y de dirección para evaluar, en detalle, el grado de cumplimiento de los objetivos.
- Trimestralmente se emite un informe de gestión por parte de la dirección de MERCAPALMA que entre sus contenidos (apartado de "Gestión interna") se incluye la evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos del plan de dirección del año.

Por otra parte, en el despliegue de los objetivos participa todo el personal, cada uno según sus funciones. En este sentido se realizan reuniones periódicas del personal con su superior directo.

### 2.2 Definición de los objetivos.

Como ya se ha comentado en el apartado anterior, tanto en los planes estratégicos trienales como en los planes de dirección anuales se desarrollan las líneas principales de la visión de MERCAPALMA mediante el establecimiento de objetivos estratégicos.

A cada objetivo estratégico se le asigna un plan de acción, un responsable, así como el enfoque para su consecución.

A estos efectos, para el ejercicio 2022, los objetivos estratégicos son los siguientes:

Nº	ESTRATEGIAS GENERALES	OE	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	PA	PLANES DE ACCIÓN ESTRATÉGICOS
E1	Impulsar proyectos y servicios que hagan a las empresas del sector más competitivas, estableciendo flujos de información y alianzas entre los agentes implicados	OE1	Posicionamiento como Centro Dinamizador de la cadena alimentaria.	PA1	Plan de Capacitación y empleabilidad del sector agroalimentario.
		OE2	Aumentar el grado de conocimiento de las acciones, proyectos y servicios de Mercapalma entre sus grupos de interés	PA2	Elaboración de un Plan de Comunicación 2022-2024
E2	Adaptación, renovación y mejora continua de los espacios e instalaciones y de los servicios prestados	OE3	Ofrecer espacios e instalaciones que se adapten a la actividad de los clientes y a entornos cambiantes e inciertos.	PA3	Plan de adaptación y modernización de las instalaciones y servicios
		OE4	Ofrecer servicios que se adapten a las necesidades de los clientes	PA4	Plan de comercialización
		OE5	Eficacia de las relaciones con clientes.		
E3	Consolidar la excelencia en la gestión	OE6	Conseguir la continuidad de la sociedad más allá del 2024	PA5	Plan de acciones para la eliminación del límite temporal de la sociedad.
		OE7	Aplicación de NNTT a los procesos, instalaciones y servicios.	PA6	Plan de adaptación tecnológica para el control y coordinación de datos y actividades de los usuarios del mercado.
E4	Establecer alianzas con Organismos y Administración para la promoción de la alimentación saludable, la seguridad alimentaria y la dinamización del producto local.	OE8	Maximizar acciones que fomenten hábitos alimentarios saludables, la seguridad alimentaria y el producto local.	PA7	Plan de acciones para el fomento de la alimentación saludable, la seguridad alimentaria y el producto local.
E5	Dirigir la actividad del mercado hacia una reducción del impacto ambiental y desperdicio alimentario.	OE9	Promover iniciativas que fomenten la economía circular (reducir el consumo de recursos y la generación de residuos)	PA8	Plan de desarrollo de proyectos de sostenibilidad medioambiental
				PA9	Plan de creación de una Comunidad Energética en Mercapalma.
E6	Rediseñar la Organización y formación del equipo para responder a los retos del futuro	OE10	Alineación del personal con la estrategia de la empresa	PA10	Plan de Personas

(datos obtenidos de la página 8 plan director 2022)

En coherencia con el proceso de mejora continua de MERCAPALMA, el plan director de 2022 ya integra los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) propuestos en la Agenda 2030 promovida por las Naciones Unidas.

En el plan de dirección se establecen líneas de actuación con el siguiente detalle para cada llevar a cabo el desarrollo de cada objetivo:

- a. Nombre acción.
- b. Proceso asociado
- c. Responsable
- d. Resultado a conseguir con la Acción (**R**esultado)
- e. Planificación (**E**nfoque)
- f. Desarrollo (**D**espliegue)
- g. Seguimiento (**E**valuación)
- h. Mejoras / Innovaciones (**R**evisión)

Como se observa este detalle obedece al esquema REDER, que forma parte del modelo de gestión que, en una apuesta decidida por la calidad, se está implementado desde hace años en el marco del modelo de calidad y excelencia EFQM. Este modelo se centra en los siguientes aspectos:

- a. Orientación hacia los resultados
- b. Orientación al cliente
- c. Liderazgo y coherencia
- d. Gestión por procesos y hechos
- e. Desarrollo e implicación de las personas
- f. Proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora
- g. Desarrollo de alianzas
- h. Responsabilidad social de la organización

El eje fundamental del modelo EFQM es la autoevaluación orientada al establecimiento de planes de mejora continua. Para ello el modelo se centra en el esquema REDER (herramienta que permite evaluar el rendimiento de la organización):

- a. Resultados deseados a nivel económico, operativo y de percepción
- b. Enfoque de la planificación y desarrollo
- c. Despliegue (implantación) de los enfoques de una manera adecuada
- d. Evaluación del rendimiento
- e. Revisión en base a los resultados

En coherencia con esta apuesta por la excelencia, en 2020 MERCAPALMA (junto con otras diez marcas de la red de MERCASA) se ha integrado en el "club excelencia en gestión" para continuar en el desarrollo e implementación de este modelo.

<Documento disponible en:

<https://mercapalma.net/nos-sumamos-al-club-excelencia-en-gestion/>>

## 2.2 Grado de cumplimiento de los objetivos.

Tal y como se ha visto en el apartado anterior, al establecer resultados a conseguir para cada objetivo, se permite un seguimiento de la acción, así como una evaluación de su grado de cumplimiento.

- a. Se han comprobado las actas de las reuniones mensuales de las comisiones de seguimiento de los planes estratégicos y de dirección para evaluar, en detalle, el grado de cumplimiento de los objetivos.
- b. Se ha comprobado la evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos en los informes trimestrales de gestión, así como su presentación al consejo de administración.

El nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan director se recoge en los informes trimestrales de gestión. Estos informes, como ya hemos visto, son presentados al consejo de administración para, en su caso, tomar las decisiones que correspondan. En el ejercicio 2022, debido a la suspensión de la celebración de varios consejos de administración, el informe de seguimiento del tercer trimestre no se pudo presentar al consejo de administración.

Finalmente, comité de seguimiento del plan de dirección/estratégico evalúa el grado de cumplimiento de los objetivos estratégicos planteados y establece el cierre de los incentivos asociados a su cumplimiento (en el caso del Plan de dirección de 2022 se ha realizado en fecha 05/04/23). Concretamente para el ejercicio 2022 se ha cumplido con el 87,65% de los objetivos estratégicos previstos.

### **2.3 Conclusiones y recomendaciones.**

MERCAPALMA cumple adecuadamente con la definición de los objetivos y en qué grado se han alcanzado.

No se proponen recomendaciones.

### **2.4 Documentación analizada.**

- a. Plan dirección 2022.
- b. Acta de 05/04/23 de la reunión de la comisión de seguimiento del cumplimiento de los objetivos del plan de dirección/estratégico en dónde se cierra el análisis del plan director del 2022.
- c. Informes de seguimiento trimestrales de 2022:
  1. Informe primer trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 04/05/22.
  2. Informe segundo trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 22/09/22
  3. Informe tercer trimestre 2022
  4. Informe cuarto trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 10/02/23

### **3. Eficacia. Comparativa entre el presupuesto de ingresos y gastos con la ejecución real, y análisis de desviaciones.**

#### **3.1 Ejecución del presupuesto de ingresos.**

De acuerdo con las bases de ejecución del presupuesto general del ejercicio 2022 del Ajuntament de Palma (base 3), al no disponer de la totalidad de su capital social, el presupuesto de MERCAPALMA no se integra en el presupuesto general del Ajuntament de Palma, por lo que MERCAPALMA se registrará por su legislación específica.

<Documento disponible en:  
[https://www.palma.cat/portal/PALMA/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0\\_145408\\_1.pdf](https://www.palma.cat/portal/PALMA/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_145408_1.pdf)>

En consecuencia, MERCAPALMA no debe liquidar un presupuesto de ingresos y gastos de acuerdo con las normas que rigen para el sector público, sin embargo, pese a no ser obligatorio por la ley mercantil, MERCAPALMA elabora un presupuesto anual de gastos e ingresos. Este presupuesto, normalmente elaborado en octubre, se aprueba por la comisión permanente ejecutiva y se comunica al Ajuntament de Palma para su información.

<Documento disponible en:  
[https://www.palma.cat/portal/PALMA/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/2\\_144961\\_1.pdf](https://www.palma.cat/portal/PALMA/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/2_144961_1.pdf)>

Aun no estando sometido a una normativa específica de liquidación, este presupuesto es objeto de seguimiento continuado mediante los informes trimestrales de gestión que son sometidos al examen del consejo de administración.

Igualmente, en las cuentas anuales de la entidad se incluye la comparación del presupuesto del ejercicio con el resultado real. En el informe de gestión (que acompaña a las cuentas anuales de la entidad) se dan una serie de explicaciones acerca de las variaciones más importantes entre los importes presupuestados y los reales.

En el anexo 01 se incluye la comparación del presupuesto anual con sus datos reales finales, así como el análisis de las desviaciones (datos obtenidos del informe trimestral del cuarto trimestre de 2022, datos incluidos en las cuentas anuales auditadas de 2022).

#### **3.2 Conclusiones y recomendaciones.**

MERCAPALMA, de acuerdo con su marco normativo, así como su regulación interna, prepara un presupuesto inicial de ingresos y gastos y realiza su seguimiento.

Al no ser una entidad el presupuesto de la cual se integre en el presupuesto general del Ajuntament de Palma, no está sujeto a las normas de liquidación si bien hay que indicar que, conforme a lo dispuesto en el artículo 164.1.c) del Real decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el cual se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, los estados de previsión de gastos e ingresos (y no presupuestos) de las sociedades mercantiles con capital social que pertenece íntegramente a la entidad local se integran en el presupuesto general de esta, en virtud de la consolidación presupuestaria local.

No se proponen recomendaciones.

#### **3.3 Documentación analizada.**

- a. Bases de ejecución del presupuesto general del Ajuntament de Palma para el ejercicio 2022.
- b. Presupuesto de MERCAPALMA para el ejercicio 2022.
- c. Cuentas anuales auditadas del ejercicio 2022.
- d. Informes de seguimiento trimestrales de 2022:
  1. Informe primer trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 04/05/22.

2. Informe segundo trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 22/09/22
3. Informe tercer trimestre 2022
4. Informe cuarto trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 10/02/23

#### 4. Eficiencia. Rendimiento del servicio prestado, con relación al coste.

##### 4.1 Comparación coste-rendimiento de los servicios prestados.

Tal y como se comenta en el punto 8 siguiente, de acuerdo con el reglamento de prestación del servicio de la unidad alimentaria MERCAPALMA (aprobado en fecha 24/06/04 y publicado en el BOIB 163 de 18/11/04), toda la actividad llevada a cabo por MERCAPALMA se configura como una única unidad (artículo 2 del reglamento) compuesta por:

- a. Un mercado central de fruta y hortaliza
- b. Una zona de actividades complementarias
- c. Un mercado polivalente
- d. Una zona de locales comerciales y oficinas

Adicionalmente se ha creado:

- e. Una zona cárnica (matadero)
- f. Un parque verde para gestionar los residuos de MERCAPALMA

Cada uno de estos elementos se puede considerar como un servicio prestado por MERCAPALMA y, a estos efectos, se ha configurado como un centro de coste en la contabilidad de la entidad a los efectos de poder determinar los ingresos y costes de cada servicio.

Igualmente se mantiene un registro estadístico de la actividad de estos servicios para poder evaluar su nivel de actividad y evolución.

##### Desempeño económico

En cuanto al ejercicio 2022, los resultados económicos de las diferentes unidades del servicio se resumen como sigue (datos obtenidos de la contabilidad analítica de la entidad):

unidad MERCAPALMA	datos finales 2022	datos finales 2021	datos ppto 2022	var 22/21	% var 22/21	var 22/ppto	% var 22/ppto
Mercado de frutas y hortalizas	448,38	344,67	370,73	103,71	30,09	77,65	20,94
Matadero	266,23	249,99	254,98	16,25	6,50	11,25	4,41
Mercado polivalente	909,77	802,69	832,33	107,08	13,34	77,45	9,30
Zona actividades complementarias	1.931,66	1.791,65	1.842,11	140,01	7,81	89,56	4,86
Locales comerciales y oficinas	51,62	39,31	44,55	12,31	31,33	7,07	15,88
Parque verde	217,85	214,30	187,29	3,55	1,66	30,56	16,32
Accesos	516,87	476,28	498,59	40,59	8,52	18,29	3,67
<b>Total general</b>	<b>4.342,39</b>	<b>3.918,89</b>	<b>4.030,57</b>	<b>423,51</b>	<b>10,81</b>	<b>311,82</b>	<b>7,74</b>

(datos en miles de euros)

Se observa cómo (en global) el resultado es superior en un 10,81% al 2021 y un 7,74% superior al presupuesto.

## Nivel de actividad

De acuerdo con la información que figura en el informe de gestión del cuarto trimestre de 2022, los datos de la actividad de las distintas unidades de MERCAPALMA son los siguientes:

### A) Comercialización de Frutas y hortalizas (Ks)

Acumulado desde 01/01 hasta:	31/12/2022	31/12/2021	DIFERENCIA	%
<b>Mayoristas</b>	<b>178.522.110</b>	<b>159.113.320</b>	19.408.790	12,2%
Frutas	86.948.044	75.246.770	11.701.274	15,6%
Hortalizas	91.574.066	83.866.550	7.707.516	9,2%
<b>Productores</b>	<b>2.313.180</b>	<b>2.449.133</b>	-135.953	-5,6%
Frutas	808.051	867.308	-59.257	-6,8%
Hortalizas	1.505.129	1.581.825	-76.696	-4,8%
Total Frutas	87.756.095	76.114.078	11.642.017	15,3%
Total Hortalizas	93.079.195	85.448.375	7.630.820	8,9%
<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>180.835.290</b>	<b>161.562.453</b>	<b>19.272.837</b>	<b>11,9%</b>

### B) Comercialización de pescado y marisco

Acumulado desde 01/01 hasta:	31/12/2022	31/12/2021	DIFERENCIA	%
<b>Pescado y marisco</b>				
Fresco	5.080.362	5.429.218	-348.856	-6,4%
Congelado	1.325.693	1.650.423	-324.730	-19,7%
<b>TOTAL</b>	<b>6.406.055</b>	<b>7.079.641</b>	<b>-673.586</b>	<b>-9,5%</b>

### C) Sacrificio de carnes en el matadero (Kg)

Acumulado desde 01/01 hasta:	31/12/2022	31/12/2021	DIFERENCIA	%
<b>Especies</b>				
Porcinos	1.157.285	1.095.984	61.301	5,6%
Vacunos	734.535	802.237	-67.702	-8,4%
Ovinos	491.214	455.064	36.150	7,9%
<b>Total Matadero</b>	<b>2.383.034</b>	<b>2.353.285</b>	<b>29.749</b>	<b>1,3%</b>

### D) Comercialización de carnes del resto de operadores

Acumulado desde 01/01 hasta:	31/12/2022	31/12/2021	DIFERENCIA	%
<b>Carnes</b>				
Frescas	15.101.428	11.640.583	3.460.845	29,7%
Congeladas	1.276.744	651.936	624.808	95,8%
<b>Total resto de operadores</b>	<b>16.378.172</b>	<b>12.292.519</b>	<b>4.085.653</b>	<b>33,2%</b>
<b>TOTAL CARNE</b>	<b>18.761.206</b>	<b>14.645.804</b>	<b>4.115.402</b>	<b>28,1%</b>

En cuanto a la actividad del parque verde, los datos son los siguientes:

ejercicio	kilos recogidos												total	%
	basura+N1	carton	cristal	fluorescente	chatarra	polispan	plastico	madera	organico	reciclado				
2022	464.641	120.732	390	10	0	8.959	28.914	54.220	126.268	339.493	804.134	42%		
2021	554.414	96.649					21.332	57.439	121.575	296.995	851.409	35%		

## Grado de ocupación

El grado de ocupación de las distintas dependencias de MERCAPALMA ha sido el siguiente:

2022	
<b>Mercado de frutas y hortalizas</b>	
Pabellones I y II	62,93%
Cámara de Reserva Diaria	0%
Situado de productores	Variable según época del año
<b>Mercado Polivalente</b>	
Pabellón III	99,11%
Pabellón IV	98,67%
Pabellón V	100%
Pabellón VI	100%
Pabellón VII	42,63%
<b>Zona de Actividades Complementarias</b>	90,20%
<b>Locales Comerciales y Oficinas</b>	69,50%
	<b>89,39%</b>

## 4.2 Conclusiones y recomendaciones.

MERCAPALMA realiza un adecuado análisis entre el coste del servicio con los rendimientos (ingresos) alcanzados por los distintos componentes que forman la unidad alimentaria MERCAPALMA. Igualmente se realiza un seguimiento de la actividad de la entidad en todos sus aspectos.

Estos análisis se plasman en los distintos informes internos de gestión y son objeto de examen por parte del consejo de administración.

No se proponen recomendaciones.

#### **4.3 Documentación analizada.**

- a. Cuentas anuales auditadas del ejercicio 2022.
- b. Contabilidad de costes de la entidad.
- c. Estatutos societarios de MERCAPALMA.
- d. Informe cuarto trimestre 2022, presentado al consejo de administración de fecha 10/02/23.

**5. Eficiencia. Comparativa de dicho rendimiento con el sector o norma previamente establecida.**

**5.1 Sector en el que se integra MERCAPALMA**

MERCAPALMA forma parte de la red de mercados de MERCASA, actualmente integrado por 24 mercas (datos obtenidos de <https://www.mercasa.es/red-de-mercasa/>):

<b>Mercalgeciras</b> Cádiz (Algeciras)	<b>Mercaleón</b> León
<b>Mercalicante</b> Alicante	<b>Mercamadrid</b> Madrid
<b>Mercasturias</b> Asturias (Llanera)	<b>Mercamálaga</b> Málaga
<b>Mercabadajoz</b> Badajoz	<b>Mercamurcia</b> Murcia (El Palmar)
<b>Mercabarcelona</b> Barcelona	<b>Mercaolid</b> Valladolid
<b>Mercabilbao</b> Vizcaya (Basauri)	<b>Mercapalma</b> Palma de Mallorca
<b>Mercacórdoba</b> Córdoba	<b>Mercasalamanca</b> Salamanca
<b>Mercagalicia</b> Santiago de Compostela	<b>Mercasantander</b> Santander
<b>Mercagranada</b> Granada	<b>Mercasevilla</b> Sevilla
<b>Mercairuña</b> Pamplona	<b>Mercatenerife</b> Santa Cruz de Tenerife
<b>Mercajerez</b> Jerez de La Frontera (Cádiz)	<b>Mercavalencia</b> Valencia
<b>Mercalaspalmas</b> Gran Canaria	<b>Mercazaragoza</b> Zaragoza

MERCADOS CENTRALES DE ABASTECIMIENTO, S.A., S.M.E., M.P. (MERCASA) emite trimestralmente n informe de benchmarking en el que informa a cada asociado de su situación respecto a la media de los demás asociados, así como la situación en el grupo al que pertenece.

Dada la heterogeneidad de mercas que forman parte de MERCASA y para realizar análisis comparativos más homogéneos, los asociados se dividen en tres grupos atendiendo a su tamaño. MERCAPALMA se integra en el grupo B, es decir, mercas de tamaño medio, compuesto por 9 integrantes.

Por razones internas de MERCASA (al parecer no se ha recibido toda la información reclamada a los asociados) en el ejercicio 2022 únicamente se han emitido los informes correspondientes al primer, segundo y tercer trimestre de 2022, por lo que no se dispone de un informe que acumule todo el ejercicio 2022. En el Anexo 2 de aporta el último informe emitido por MERCASA correspondiente al tercer trimestre de 2022.

**5.2 Conclusiones y recomendaciones.**

MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector mediante los informes facilitados por MERCASA. De la comparación de los datos de otras mercas se observa que, en general, el desempeño de MERCAPALMA está por encima de la media de su grupo e, incluso, por encima de la media del grupo de las mercas más importantes.

No se proponen recomendaciones.

**5.3 Documentación analizada.**

- a. Informe de benchmarking emitido por MERCASA correspondiente al 1T, 2T y 3T 2022.

**6. Eficiencia. Recomendaciones para mejorar los rendimientos estudiados, y en su caso, críticas a los obtenidos.**

**6.1 Análisis de los informes de benchmarking.**

MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector. En estos análisis, facilitados por MERCASA, se observa que el desempeño de MERCAPALMA está por encima de la media de las demás mercas.

Estos datos, de una manera informal, son tomados como una referencia acerca de la situación de MERCAPALMA con respecto a las demás mercas. Sin embargo, de las conversaciones mantenidas, se desprende que la utilización de esta información para la toma de decisiones de gestión de MERCAPALMA no puede realizarse de una manera inmediata ya que sería necesario un proceso de homogeneización de la información a un nivel mucho más detallado.

A estos efectos debe tenerse en cuenta que existen distintos factores tales como:

- Instalaciones disponibles.
- Población a la que se abastece.
- Producción agroalimentaria de la zona.
- El efecto que pueda comportar la insularidad

Que exigiría, probablemente, crear grupos de trabajo con otras mercas para poder trasladar estos análisis a un proceso de toma de decisiones.

**6.2 Conclusiones y recomendaciones.**

MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector. En estos análisis, facilitados por MERCASA, se observa que el desempeño, especialmente en términos económicos, de MERCAPALMA está por encima de la media de las demás mercas.

No es posible realizar una comparación que permita tomar decisiones operativas sin tener información más detallada.

En cuanto al desempeño económico de MERCAPALMA, entendemos que no proceden recomendaciones dados los datos comparativos existentes.

En cuanto al desempeño operativo, entendemos que no disponemos de la suficiente información para proponer recomendaciones para mejorar los rendimientos obtenidos o bien realizar críticas a los rendimientos obtenidos.

7. **Economía. Las ratios de solvencia a corto plazo y las fuentes de financiación a medio y largo plazo, por si hay recursos ociosos o posible situación de insolvencia a corto plazo o financiamiento defectuoso, poner de manifiesto los posibles riesgos y proponer mejoras.**

### 6.1 Ratios solvencia y financiación.

Partiendo de las cuentas anuales auditadas de 2022, los datos a considerar son los siguientes:

MAGNITUDES			
ID	CONCEPTO	VALOR 2021	VALOR 2022
M01	TOTAL ACTIVO	23.673.963,14	24.445.076,97
M02	ACTIVO NO CORRIENTE	15.148.736,06	15.225.948,55
M03	ACTIVO CORRIENTE	8.525.227,08	9.219.128,42
M04	TESORERIA *	8.367.383,15	9.092.977,63
M05	PATRIMONIO NETO	18.709.454,92	19.187.891,86
M06	PASIVO NO CORRIENTE (por deudas)	72.485,55	141.918,20
M07	PASIVO CORRIENTE	1.093.756,27	1.199.764,16
M08	TOTAL PASIVO (por deudas)	1.166.241,82	1.341.682,36

RATIOS SOLVENCIA / ENDEUDAMIENTO			
ID	CONCEPTO	VALOR 2021	VALOR 2022
R01	FONDO DE MANIOBRA (M03-M07)	7.431.470,81	8.019.364,26
R02	RATIO FONDO MANIOBRA (M03/M07)	7,79	7,68
R03	RATIO LIQUIDEZ (M04/M07)	7,65	7,58
R04	RATIO ENDEUDAMIENTO (M08/M05)	0,06	0,07
R05	RATIO DE DEUDA (M08/M01)	0,05	0,05

\* En 2022 Incluye un importe de 3.400.030,00 € recogidos en la partida de "Otros activos financieros" al ser inversiones transitorias.

Se observa claramente como los datos de MERCAPALMA presentan un elevadísimo nivel de solvencia, así como unos niveles muy bajos de endeudamiento, sin apenas variación de 2021 a 2022

### 6.2 Recursos ociosos.

El nivel de liquidez de MERCAPALMA es muy elevado. Estos excedentes de tesorería, dada la nula rentabilidad de los depósitos bancarios, se mantienen en cuentas corrientes a la vista.

Cualquier opción de obtener una rentabilidad a estos excedentes pasa por asumir riesgos (en mayor o menor medida) que se derivan de la naturaleza de los posibles vehículos de inversión. Hasta ahora, la política de la entidad ha sido no asumir riesgo alguno.

### 6.3 Riesgo insolvencia a corto plazo o financiación insuficiente.

Del análisis de las cuentas anuales auditadas del ejercicio 2022, se desprende que no existe riesgo de insolvencia a corto plazo ni existe una situación de insuficiente financiación.

### 6.4 Conclusiones y recomendaciones.

MERCAPALMA presenta una situación financiero patrimonial muy saneada, siendo autosuficiente con su actividad, por lo que no necesita ni financiación externa, ni apoyo financiero de sus socios ni necesita subvenciones de capital o de explotación para su funcionamiento. Estas circunstancias implican que, de continuar con esta dinámica, no existen riesgos que puedan afectar a la continuidad de la entidad desde el punto de vista operativo y económico.

Estatutariamente, en su artículo 3, se dispone que MERCAPALMA se extinguirá el 7 de junio del año 2024. Esta circunstancia, obviamente, compromete la continuidad de la entidad. En las cuentas anuales auditadas de 2022 (página 9) se informa acerca de este hecho y se indica que existen procedimientos jurídicos que permiten superar esta limitación.

Modificar los estatutos societarios para dejar sin efecto esta fecha de extinción, forma parte de los objetivos estratégicos incluidos en los planes estratégicos/dirección de la entidad, sin embargo, todavía no se ha conseguido superar esta disposición, por lo que existe una cierta incertidumbre.

Recomendamos continuar con las gestiones y negociaciones necesarias para conseguir una vida indefinida de la entidad para dar continuidad a su actividad y estabilidad en beneficio de todos los grupos de interés que interactúan con MERCAPALMA (socios, trabajadores, clientes y proveedores).

#### **6.5 Documentación analizada.**

- a. Cuentas anuales auditadas del ejercicio 2022.
- b. Estatutos societarios de MERCAPALMA.

**8. Economía. La correcta asignación de funciones y competencias tanto a las unidades como a las personas, así como la existencia de manuales internos de gestión.**

**8.1 Asignación de funciones y competencias por unidades.**

De acuerdo con el reglamento de prestación del servicio de la unidad alimentaria MERCAPALMA (aprobado en fecha 24/06/04 y publicado en el BOIB 163 de 18/11/04), toda la actividad llevada a cabo por MERCAPALMA se configura como una única unidad (artículo 2 del reglamento) compuesta por:

- Un Mercado Central de frutas, verduras y demás productos hortofrutícolas, en el que se presta el servicio municipal previsto en el apartado 3 del artículo 86 de la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local.
- Parcelas que forman la Zona de Actividades Complementarias (Z.A.C.), destinadas a que los usuarios, previa la adquisición del correspondiente derecho de uso- las utilicen para aquellas actividades relacionadas directa o indirectamente con las descritas en este artículo, y que MERCAPALMA considere necesarias o convenientes, para complementarlas. Además, la Z.A.C. constituye un canal alternativo de comercialización para aquellas empresas mayoristas de Frutas y Hortalizas que, cumpliendo con los requisitos establecidos en el artículo 2º y concordantes del Decreto n.º 1882/78, de 26 de julio, quieran comercializar al por mayor frutas y hortalizas en dicha Z.A.C.
- Diversos Pabellones en cuyos módulos se comercializan al por mayor otros productos alimenticios, (Polivalencia).
- Una zona de locales comerciales y oficinas en la que se prestan servicios o se llevan a cabo actividades convenientes o necesarias para el buen funcionamiento de la Unidad Alimentaria."

Con posterioridad se ha creado un Parque Verde (para la gestión de los residuos del polígono) que también forma parte de esta unidad alimentaria.

Por tanto, MERCAPALMA al gestionar una única unidad, necesariamente existe una correcta asignación de funciones y competencias.

**8.2 Asignación de funciones y competencias por personas.**

De acuerdo con lo ya comentado en el punto 2 anterior, MERCAPALMA está trabajando en la mejora de su gestión a través del modelo EFQM y, además, tiene implantado un sistema de calidad basado en la norma ISO 9001:2015.

Entre los distintos aspectos abarcados por estos modelos de gestión y calidad, figuran la gestión de recursos humanos. Entre otros aspectos, se incluye un catálogo de puestos de trabajo mediante la definición de una ficha para cada uno de ellos que incluye el detalle de sus funciones. En cada ficha se indica:

1. Puesto de trabajo
2. Posición en la estructura de la Organización (puestos superiores y subordinados)
3. Descripción del puesto
4. Responsabilidades
5. Requisitos necesarios (formación, experiencia, competencias, pruebas necesarias para el puesto)

Existen un total de quince puestos de trabajo definidos:

#	Puesto de trabajo
01	FT01 Director Gerente
02	FT02 Adjunta a Gerencia
03	FT03 Auxiliar de Gerencia
04	FT04 Directora de Administración
05	FT05 Director de Mercado
06	FT06 Director de Servicios

#	Puesto de trabajo
07	FT07 Asesor Jurídico
08	FT07 Contable
09	FT08 Auxiliar de Administración
10	FT09 Responsable de sistemas
11	FT10 Responsable Mantenimiento
12	FT11 Responsable Limpieza
13	FT12 Responsable Parque Verde
14	FT13 Responsable Portería
15	FT14 Jefe Desarrollo Negocio

### 8.3 Manuales internos de gestión.

De acuerdo con lo visto en el punto anterior las fichas de puestos de trabajo identifican las responsabilidades y tareas asignadas mientras que, de acuerdo con lo visto en el apartado 7 anterior, el modelo de gestión de MERCAPALMA se organiza en procesos y, a su vez, cada proceso está segmentado en subprocesos que van detallando cómo llevar a cabo las tareas asignadas. Estos subprocesos son objeto de revisión continua para adaptarse con los cambios que se van implementando en la organización.

Por lo tanto, el desarrollo de los subprocesos junto con la definición de los puestos de trabajo se consideran los manuales internos de gestión de MERCAPALMA.

Adicionalmente el reglamento de prestación del servicio de la unidad alimentaria MERCAPALMA, el reglamento de régimen interior y el código de conducta empresarial ayudan a que los trabajadores tengan una visión que les permita contextualizar sus funciones.

<Documentos disponibles en:

<https://mercapalma.net/wp-content/uploads/reglamento-servicios.pdf>

<https://mercapalma.net/wp-content/uploads/reglamento-interno.pdf>

<https://mercapalma.net/wp-content/uploads/CODIGO-DE-CONDUCTA-2018-Firmado.pdf>>

### 8.4 Conclusiones y recomendaciones.

MERCAPALMA tiene establecida una correcta asignación de funciones y competencias tanto a las unidades como a las personas y existen manuales internos de gestión.

No se proponen recomendaciones.

### 8.5 Documentación analizada.

- Procedimiento PG-15 GESTION DE RECURSOS HUMANOS (ISO 9001:2015)
- Fichas de puestos de trabajo (edición 2021)
- Documentación de procesos y subprocesos del sistema de gestión y calidad (ISO 9001:2015)
- Reglamento de prestación del servicio de la unidad alimentaria MERCAPALMA (24/06/04)
- Reglamento de régimen interior (28/04/80)
- Código de conducta empresarial (22/05/18)

## 9. Economía. La existencia de políticas internas sobre formación continua y su impacto en la evaluación del cumplimiento.

### 9.1 Políticas internas sobre formación continua.

De acuerdo con lo ya comentado en el punto anterior, MERCAPALMA tiene implantado un sistema de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 además de estar trabajando en la mejora de su gestión a través del Modelo EFQM.

Entre los distintos aspectos abarcados por estos modelos de gestión y calidad, figuran los recursos humanos. Entre otros aspectos, anualmente se establece un plan de formación interna que abarca a todo el personal de MERCAPALMA.

El plan de formación parte de los siguientes criterios (datos obtenidos del proceso de gestión PG-15 de recursos humanos ISO 9001:2015):

#### Formación planificada:

Anualmente las personas responsables de área planifican una serie de acciones formativas teniendo en cuenta:

- ✓ Cambios Normativos.
- ✓ Cambios en la tecnología empleada.
- ✓ El rendimiento del personal.
- ✓ La comparación de la Ficha de Personal con la Descripción del Puesto de trabajo correspondiente (especialmente para personal de nueva incorporación).
- ✓ Propuestas realizadas por el propio personal.

En base a estas necesidades, la Adjunta a Gerencia elabora un Plan de Formación anual, que es presentado a Consejo de Dirección quien decide si el plan es viable o no. Una vez aprobado el plan de formación la Adjunta a Gerencia quien se encargará de gestionar y poner en marcha la formación solicitada.

#### Formación no planificada

Cuando cualquier miembro de MERCAPALMA detecta la necesidad de una acción formativa se lo comunica a su responsable superior, el cual se lo presentará a gerencia, quién estudiará cada petición, decidiendo si realmente es necesaria dicha acción formativa. En caso afirmativo, decidirá cuándo, dónde y por quién debe ser impartida, teniendo en cuenta en todo momento los recursos disponibles en la empresa."

Para el ejercicio 2022, en el plan de formación anual estaban previstas actividades formativas que afectaban a la totalidad de los empleados.

### 9.2 Impacto en la evaluación del rendimiento.

El plan de formación se evalúa como sigue (datos obtenidos del proceso de gestión PG-15 de recursos humanos ISO 9001:2015):

"La evaluación de la acción formativa se realiza por parte del/la responsable de calidad, de forma conjunta con el/la responsable de departamento, en caso de considerarse necesario.

Una vez realizada la acción formativa, y según las características de la misma, se establece un plazo adecuado para su valoración. Ésta se realiza atendiendo a criterios de eficacia respecto al puesto de trabajo y queda plasmada en el plan de formación."

En el plan de formación del ejercicio 2022 figura su seguimiento (realización, asistencia y evaluación). En total se han realizado 199 horas reales de formación que han abarcado la totalidad de los trabajadores de MERCAPALMA.

### **9.3 Conclusiones y recomendaciones.**

MERCAPALMA tiene implantadas políticas internas de formación continua, así como análisis de su impacto en la evaluación del rendimiento.

No se proponen recomendaciones.

### **9.4 Documentación analizada.**

- a. Procedimiento PG-15 GESTION DE RECURSOS HUMANOS (ISO 9001:2015)
- b. Plan de formación 2022

## C. CONCLUSIONES ALCANZADAS Y RECOMENDACIONES PROPUESTAS

### 1. Las principales debilidades detectadas y las correspondientes acciones de mejora para una mejor gestión y asignación futura de recursos. Recomendaciones propuestas.

En cada uno de los puntos revisados se ha relacionado las conclusiones y, en su caso, las recomendaciones propuestas. El detalle es el siguiente:

pto	conclusión	recomendaciones
1	<p>MERCAPALMA cumple adecuadamente con la existencia de una política interna para con la definición de planes estratégicos, sin embargo, la aprobación de los planes estratégicos correspondientes a los ejercicios 2021 y 2022 están condicionados a la negociación de cómo será el proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido.</p> <p>Este tema se trató en la reunión del consejo de administración de 11/02/2022 acordándose solicitar al Ajuntament de Palma la resolución de mutuo acuerdo de la relación contractual del servicio público de mercado mayorista en régimen de gestión indirecta y con una duración de 50 años pasando al régimen de gestión directa eliminando, así mismo, el límite temporal de la sociedad.</p>	<p>Recomendamos agilizar, en la medida de lo posible, los trámites del proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido que permita la aprobación de los planes estratégicos ya que es una herramienta clave para el buen funcionamiento de la organización.</p>
2	<p>MERCAPALMA cumple adecuadamente con la definición de los objetivos y en qué grado se han alcanzado</p>	<p>No se proponen recomendaciones.</p>
3	<p>MERCAPALMA, de acuerdo con su marco normativo, así como su regulación interna, prepara un presupuesto inicial de ingresos y gastos y realiza su seguimiento.</p> <p>Al no ser una entidad el presupuesto de la cual se integre en el presupuesto general del Ajuntament de Palma, no está sujeto a las normas de liquidación si bien hay que indicar que, conforme a lo dispuesto en el artículo 164.1.c) del Real decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el cual se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, los estados de previsión de gastos e ingresos (y no presupuestos) de las sociedades mercantiles con capital social que pertenece íntegramente a la entidad local se integran en el presupuesto general de esta, en virtud de la consolidación presupuestaria local.</p>	<p>No se proponen recomendaciones.</p>
4	<p>MERCAPALMA realiza un adecuado análisis entre el coste del servicio con los rendimientos (ingresos) alcanzados por los distintos componentes que forman la unidad alimentaria MERCAPALMA. Igualmente se realiza un seguimiento de la actividad de la entidad en todos sus aspectos.</p> <p>Estos análisis se plasman en los distintos informes internos de gestión y son objeto de examen por parte del consejo de administración.</p>	<p>No se proponen recomendaciones.</p>

pto	conclusión	recomendaciones
5	MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector mediante los informes facilitados por MERCASA. De la comparación de los datos de otras mercas se observa que, en general, el desempeño de MERCAPALMA está por encima de la media de su grupo e, incluso, por encima de la media del grupo de las mercas más importantes.	No se proponen recomendaciones
6	MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector. En estos análisis, facilitados por MERCASA, se observa que el desempeño, especialmente en términos económicos, de MERCAPALMA está por encima de la media de las demás mercas.  No es posible realizar una comparación que permita tomar decisiones operativas sin tener información más detallada.	En cuanto al desempeño económico de MERCAPALMA, entendemos que no proceden recomendaciones dados los datos comparativos existentes.  En cuanto al desempeño operativo, entendemos que no disponemos de la suficiente información para proponer recomendaciones para mejorar los rendimientos obtenidos o bien realizar críticas a los rendimientos obtenidos.
7	MERCAPALMA presenta una situación financiero patrimonial muy saneada, siendo autosuficiente con su actividad, por lo que no necesita ni financiación externa, ni apoyo financiero de sus socios ni necesita subvenciones de capital o de explotación para su funcionamiento. Estas circunstancias implican que, de continuar con esta dinámica, no existen riesgos que puedan afectar a la continuidad de la entidad desde el punto de vista operativo y económico.  Estatutariamente, en su artículo 3, se dispone que MERCAPALMA se extinguirá el 7 de junio del año 2024. Esta circunstancia, obviamente, compromete la continuidad de la entidad. En las cuentas anuales auditadas de 2022 (página 9) se informa acerca de este hecho y se indica que existen procedimientos jurídicos que permiten superar esta limitación.  Modificar los estatutos societarios para dejar sin efecto esta fecha de extinción, forma parte de los objetivos estratégicos incluidos en los planes estratégicos/dirección de la entidad, sin embargo, todavía no se ha conseguido superar esta disposición, por lo que existe una cierta incertidumbre.	Recomendamos continuar con las gestiones y negociaciones necesarias para conseguir una vida indefinida de la entidad para dar continuidad a su actividad y estabilidad en beneficio de todos los grupos de interés que interactúan con MERCAPALMA (socios, trabajadores, clientes y proveedores).
8	MERCAPALMA tiene establecida una correcta asignación de funciones y competencias tanto a las unidades como a las personas y existen manuales internos de gestión.	No se proponen recomendaciones.
9	MERCAPALMA tiene implantadas políticas internas de formación continua, así como análisis de su impacto en la evaluación del rendimiento.	No se proponen recomendaciones.

**2. Los aspectos positivos que destacar respecto de MERCAPALMA y, en especial, cuando dichas mejoras puedan ser aplicadas con carácter general.**

Tras el trabajo realizado, el aspecto positivo a destacar de MERCAPALMA es su apuesta decidida por la excelencia y la calidad.

Como hemos visto, la entidad pivota su funcionamiento partiendo del modelo de gestión EFQM y de la implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015.

El despliegue y continua evaluación y revisión de estos modelos y sistemas permite a la entidad establecer desarrollar su actividad con el objetivo básico de obtener unos resultados satisfactorios para todos los grupos de interés afectados.

Consideramos recomendable que esta filosofía de trabajo (modelo EFQM y sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015) se extienda, en la medida de lo posible, a las empresas y/o entidades dependientes del Ajuntament de Palma que no tengan implantado un modelo de gestión similar a los comentados.

La implementación de estos modelos basados en la excelencia y la calidad aportará valor a todos los servicios gestionados por el Ajuntament a través de sus empresas y/o entidades y, en definitiva, representará un beneficio para la ciudadanía en general.

**3. Seguimiento de las recomendaciones propuestas en la auditoria operativa anterior.**

Partiendo de la auditoría operativa del ejercicio anterior, se reflejan las recomendaciones propuestas en ese documento y su situación en el ejercicio actual:

Recomendaciones propuestas ejercicio anterior:

pto	conclusión	recomendaciones
1	MERCAPALMA cumple adecuadamente con la existencia de una política interna para con la definición de planes estratégicos, sin embargo, la aprobación de los planes estratégicos correspondientes a los ejercicios 2021 y 2022 están condicionados a la negociación de cómo será el proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido.  Este tema se trató en la reunión del consejo de administración de 11/02/2022 acordándose solicitar al Ajuntament de Palma la resolución de mutuo acuerdo de la relación contractual del servicio público de mercado mayorista en régimen de gestión indirecta y con una duración de 50 años pasando al régimen de gestión directa eliminando, así mismo, el límite temporal de la sociedad.	Recomendamos agilizar, en la medida de lo posible, los trámites del proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido que permita la aprobación de los planes estratégicos ya que es una herramienta clave para el buen funcionamiento de la organización.
2	MERCAPALMA cumple adecuadamente con la definición de los objetivos y en qué grado se han alcanzado	No se proponen recomendaciones.
3	MERCAPALMA, de acuerdo con su marco normativo, así como su regulación interna, prepara un presupuesto inicial de ingresos y gastos y realiza su seguimiento.  Al no ser una entidad el presupuesto de la cual se integre en el presupuesto general del Ajuntament de Palma, no está sujeto a las normas de liquidación si bien hay que indicar que, conforme	No se proponen recomendaciones.

pto	conclusión	recomendaciones
	a lo dispuesto en el artículo 164.1.c) del Real decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el cual se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, los estados de previsión de gastos e ingresos (y no presupuestos) de las sociedades mercantiles con capital social que pertenece íntegramente a la entidad local se integran en el presupuesto general de esta, en virtud de la consolidación presupuestaria local.	
4	MERCAPALMA realiza un adecuado análisis entre el coste del servicio con los rendimientos (ingresos) alcanzados por los distintos componentes que forman la unidad alimentaria MERCAPALMA. Igualmente se realiza un seguimiento de la actividad de la entidad en todos sus aspectos.  Estos análisis se plasman en los distintos informes internos de gestión y son objeto de examen por parte del consejo de administración.	No se proponen recomendaciones.
5	MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector mediante los informes facilitados por MERCASA. De la comparación de los datos de otras mercas se observa que, en general, el desempeño de MERCAPALMA está por encima de la media de su grupo e, incluso, por encima de la media del grupo de las mercas más importantes.	No se proponen recomendaciones
6	MERCAPALMA dispone de análisis comparativos de su desempeño con otros operadores de su sector. En estos análisis, facilitados por MERCASA, se observa que el desempeño, especialmente en términos económicos, de MERCAPALMA está por encima de la media de las demás mercas.  No es posible realizar una comparación que permita tomar decisiones operativas sin tener información más detallada.	En cuanto al desempeño económico de MERCAPALMA, entendemos que no proceden recomendaciones dados los datos comparativos existentes.  En cuanto al desempeño operativo, entendemos que no disponemos de la suficiente información para proponer recomendaciones para mejorar los rendimientos obtenidos o bien realizar críticas a los rendimientos obtenidos.
7	MERCAPALMA presenta una situación financiero patrimonial muy saneada, siendo autosuficiente con su actividad, por lo que no necesita ni financiación externa, ni apoyo financiero de sus socios ni necesita subvenciones de capital o de explotación para su funcionamiento. Estas circunstancias implican que, de continuar con esta dinámica, no existen riesgos que puedan afectar a la continuidad de la entidad desde el punto de vista operativo y económico.  Estatutariamente, en su artículo 3, se dispone que MERCAPALMA se extinguirá el 7 de junio del año 2024. Esta circunstancia, obviamente, compromete la continuidad de la entidad. En las cuentas anuales auditadas de 2021 (página 9) se informa acerca de este hecho y se indica que existen procedimientos jurídicos que permiten superar esta limitación.	Recomendamos continuar con las gestiones y negociaciones necesarias para conseguir una vida indefinida de la entidad para dar continuidad a su actividad y estabilidad en beneficio de todos los grupos de interés que interactúan con MERCAPALMA (socios, trabajadores, clientes y proveedores).

pto	conclusión	recomendaciones
	<p>Modificar los estatutos societarios para dejar sin efecto esta fecha de extinción, forma parte de los objetivos estratégicos incluidos en los planes estratégicos/dirección de la entidad, sin embargo, todavía no se ha conseguido superar esta disposición, por lo que existe una cierta incertidumbre.</p>	
8	MERCAPALMA tiene establecida una correcta asignación de funciones y competencias tanto a las unidades como a las personas y existen manuales internos de gestión.	No se proponen recomendaciones.
9	MERCAPALMA tiene implantadas políticas internas de formación continua, así como análisis de su impacto en la evaluación del rendimiento.	No se proponen recomendaciones.

Seguimiento recomendaciones:

pto	recomendaciones	seguimiento
1	<p>MERCAPALMA cumple adecuadamente con la existencia de una política interna para con la definición de planes estratégicos, sin embargo, la aprobación de los planes estratégicos correspondientes a los ejercicios 2021 y 2022 están condicionados a la negociación de cómo será el proceso de conversión del límite temporal estatutario de MERCAPALMA en indefinido.</p> <p>Este tema se trató en la reunión del consejo de administración de 11/02/2022 acordándose solicitar al Ajuntament de Palma la resolución de mutuo acuerdo de la relación contractual del servicio público de mercado mayorista en régimen de gestión indirecta y con una duración de 50 años pasando al régimen de gestión directa eliminando, así mismo, el límite temporal de la sociedad.</p>	Esta situación sigue sin ser resuelta ya que no ha habido ninguna modificación estatutaria.
6	En cuanto al desempeño operativo, entendemos que no disponemos de la suficiente información para proponer recomendaciones para mejorar los rendimientos obtenidos o bien realizar críticas a los rendimientos obtenidos.	No se dispone de más información.
7	Recomendamos continuar con las gestiones y negociaciones necesarias para conseguir una vida indefinida de la entidad para dar continuidad a su actividad y estabilidad en beneficio de todos los grupos de interés que interactúan con MERCAPALMA (socios, trabajadores, clientes y proveedores).	Esta situación sigue sin ser resuelta ya que no ha habido ninguna modificación estatutaria.

**D. ALEGACIONES PRESENTADAS Y RESOLUCION**

No se han presentado alegaciones al informe por parte de la dirección de MERCAPALMA.

**E. FECHA DE EMISION Y FIRMA DEL INFORME**

Informe emitido en fecha 27 de abril de 2023

Jaume Riutort Crespí  
ADN SBERT AUDIT SL

**F. ANEXOS**

Anexo 01: Comparación del presupuesto anual con sus datos reales finales, así como el análisis de las desviaciones (datos obtenidos del informe trimestral del cuarto trimestre de 2022, datos incluidos en las cuentas anuales auditadas de 2022).

Anexo 02: Informe de benchmarking del tercer trimestre de 2022 (emitido por MERCASA).

### III. Cuenta de Pérdidas y Ganancias:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	31-dic.	31-dic.	31-dic.	Diferencia		Diferencia	
	2022	2021	2022	ejercicio anterior		presupuesto	
	ACTUAL	ANTERIOR	PRESUP.	€	%	€	%
<b>1. Importe neto de la cifra de negocios</b>	4.342.393,60	3.918.887,26	4.030.574,83	423.506,34	10,81%	311.818,77	7,74%
a) Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Prestaciones de servicios	4.342.393,60	3.918.887,26	4.030.574,83	423.506,34	10,81%	311.818,77	7,74%
<b>2. Variación de existencias de PPTT y en curso de fabricación</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>3. Trabajos efectuados por la empresa para su activo.</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>4. Aprovisionamientos</b>	-37.165,28	-37.460,65	-49.470,00	295,37	0,79%	12.304,72	24,87%
a) Consumo de mercaderías	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles	-37.165,28	-37.460,65	-49.470,00	295,37	0,79%	12.304,72	24,87%
c) Trabajos realizados por otras empresas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>5. Otros ingresos de explotación</b>	191.640,42	189.725,85	186.811,46	1.914,57	1,01%	4.828,96	2,58%
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	191.033,77	189.725,85	185.611,46	1.307,92	0,69%	5.422,31	2,92%
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	606,65	0,00	1.200,00	606,65		-593,35	-49,45%
<b>6. Gastos de personal</b>	-1.087.023,50	-1.065.279,17	-1.031.137,76	-21.744,33	-2,04%	-55.885,74	-5,42%
a) Sueldos, salarios y asimilados	-822.811,38	-849.637,00	-806.768,98	26.825,62	3,16%	-16.042,40	-1,99%
b) Cargas sociales	-258.711,68	-209.641,69	-214.367,98	-49.069,99	-23,41%	-44.343,70	-20,69%
c) Provisiones	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
d) Organos de Gobierno	-5.500,44	-6.000,48	-10.000,80	500,04	8,33%	4.500,36	45,00%
<b>7. Otros gastos de explotación</b>	-1.277.727,19	-984.546,66	-1.141.486,16	-293.180,53	-29,78%	-136.241,03	-11,94%
a) Servicios exteriores	-1.063.344,63	-854.226,89	-881.656,48	-209.117,74	-24,48%	-181.688,15	-20,61%
b) Tributos	-185.395,35	-168.301,61	-181.519,80	-17.093,74	-10,16%	-3.875,55	-2,14%
c) Perdidas, deterioro y variación de provisiones por operac.comerciales	-28.987,21	37.981,84	-78.309,88	-66.969,05	-176,32%	49.322,67	62,98%
d) Otros gastos de gestión corriente	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>8. Amortización del inmovilizado.</b>	-525.244,74	-510.064,64	-592.632,46	-15.180,10	-2,98%	67.387,72	11,37%
a) Amortización del inmovilizado intangible	-17.433,39	-17.578,53	-27.781,44	145,14	0,83%	10.348,05	37,25%
b) Amortización del inmovilizado material	-507.811,35	-492.486,11	-564.851,02	-15.325,24	-3,11%	57.039,67	10,10%
c) Amortización de las inversiones inmobiliarias	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financ.y otras</b>	1.453,92	1.453,92	1.453,92	0,00	0,00%	0,00	0,00%
<b>10. Excesos de provisiones.</b>	0,00	6.671,68	0,00	-6.671,68	-100,00%	0,00	
<b>11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.</b>	9.002,69	0,00	0,00	9.002,69		9.002,69	
a) Deterioros y pérdidas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Resultados por enajenaciones y otras	9.002,69	0,00	0,00	9.002,69		9.002,69	
<b>11b. Otros resultados</b>	-67.461,42	-46.145,77	0,00	-21.315,65	-46,19%	-67.461,42	
a) Ingresos excepcionales	1.188,45	0,00	0,00	1.188,45		1.188,45	
b) Gastos excepcionales	-68.649,87	-46.145,77	0,00	-22.504,10	-48,77%	-68.649,87	
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+11b)</b>	1.549.868,50	1.473.241,82	1.404.113,83	76.626,68	5,20%	145.754,67	10,38%
<b>12. Ingresos financieros</b>	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
a1) En empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
a2) En terceros	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
b1) De empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b2) De terceros	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
<b>13. Gastos financieros</b>	-2.473,33	-456,61	0,00	-2.016,72	-441,67%	-2.473,33	
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Por deudas con terceros	-2.473,33	-456,61	0,00	-2.016,72	-441,67%	-2.473,33	
c) Por actualización de provisiones	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>14. Variación del valor razonable en instrumentos financieros</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
a) Cartera de negociación y otros	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Imputación al resultado del ejercicio por activos financieros disponibles para	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>15. Diferencias de cambio</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>16. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
a) Deterioros y pérdidas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
b) Resultados por enajenaciones y otras	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)</b>	-1.767,99	1.745,92	0,00	-3.513,91	-201,26%	-1.767,99	
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A1+A2)</b>	1.548.100,51	1.474.987,74	1.404.113,83	73.112,77	4,96%	143.986,68	10,25%
<b>17. Impuestos sobre Beneficios (3,8)</b>	-3.857,52	-3.774,19	-4.212,34	-83,33	-2,21%	354,82	8,42%
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUAS</b>	1.544.242,99	1.471.213,55	1.399.901,49	73.029,44	4,96%	144.341,50	10,31%
<b>B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>18. Rdo del ejercicio procedente de op. interrumpidas neto de impuestos</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (Bº) (A.4+18)</b>	1.544.242,99	1.471.213,55	1.399.901,49	73.029,44	4,96%	144.341,50	10,31%

INGRESOS	31-dic.	31-dic.	31-dic.	Diferencia		Diferencia	
	2022	2021	2022	ejercicio anterior		presupuesto	
	ACTUAL	ANTERIOR	PRESUP.	€	%	€	%
<b>ING.MERCADO Y MATADERO</b>	714.614,33	594.654,87	625.716,36	119.959,46	20,17%	88.897,97	14,21%
<b>Mercado de F. y H.</b>	448.380,07	344.669,63	370.731,48	103.710,44	30,09%	77.648,59	20,94%
Ingresos por tarifas de ocupación	440.285,19	337.551,69	361.657,68	102.733,50	30,43%	78.627,51	21,74%
Cámaras				0,00		0,00	
Otros ingresos ordinarios	8.094,88	7.117,94	9.073,80	976,94	13,73%	-978,92	-10,79%
<b>Matadero y Mercado de Carnes</b>	266.234,26	249.985,24	254.984,88	16.249,02	6,50%	11.249,38	4,41%
Otros (detallar)	266.234,26	249.985,24	254.984,88	16.249,02	6,50%	11.249,38	4,41%
Otros cánones	266.234,26	249.985,24	254.984,88	16.249,02	6,50%	11.249,38	4,41%
<b>INGRESOS ACCESORIOS</b>	3.627.779,27	3.324.232,39	3.404.858,47	303.546,88	9,13%	222.920,80	6,55%
<b>Mercado Polivalente</b>	909.772,70	802.693,67	832.326,82	107.079,03	13,34%	77.445,88	9,30%
Ingresos por tarifas de ocupación	900.900,22	794.726,73	819.572,58	106.173,49	13,36%	81.327,64	9,92%
Otros ingresos ordinarios	8.872,48	7.966,94	12.754,24	905,54	11,37%	-3.881,76	-30,44%
<b>Zona de Activ. Complementarias</b>	1.931.662,83	1.791.652,55	1.842.106,39	140.010,28	7,81%	89.556,44	4,86%
Canones superficarios parcelas	1.915.442,09	1.782.544,35	1.832.806,84	132.897,74	7,46%	82.635,25	4,51%
Ingresos pabellones y naves				0,00		0,00	
Otros (detallar)	16.220,74	9.108,20	9.299,55	7.112,54	78,09%	6.921,19	74,42%
Otros ingresos ordinarios	16.220,74	9.108,20	9.299,55	7.112,54	78,09%	6.921,19	74,42%
*****				0,00		0,00	
<b>Locales Comerciales y Oficinas</b>	51.620,70	39.306,59	44.548,08	12.314,11	31,33%	7.072,62	15,88%
<b>Bares y Restaurantes</b>	20.509,20	16.417,43	20.610,24	4.091,77	24,92%	-101,04	-0,49%
Locales comerciales	31.111,50	22.889,16	23.937,84	8.222,34	35,92%	7.173,66	29,97%
Oficinas				0,00		0,00	
Otros (detallar)	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>Accesos y Estacionamiento</b>	516.874,09	476.283,73	498.585,14	40.590,36	8,52%	18.288,95	3,67%
Recaudación Diaria	141.334,81	131.718,95	132.777,19	9.615,86	7,30%	8.557,62	6,45%
Ingresos por Tarjetas	373.753,67	342.838,98	363.345,00	30.914,69	9,02%	10.408,67	2,86%
Ingresos Estacionamiento	1.785,61	1.725,80	2.462,95	59,81	3,47%	-677,34	-27,50%
Otros (detallar)				0,00		0,00	
<b>Otros Servicios</b>	217.848,95	214.295,85	187.292,04	3.553,10	1,66%	30.556,91	16,32%
Frigoríficos				0,00		0,00	
Otros (Parque verde y Comunicaciones)	217.848,95	214.295,85	187.292,04	3.553,10	1,66%	30.556,91	16,32%
Parque Verde	217.848,95	214.295,85	187.292,04	3.553,10	1,66%	30.556,91	16,32%
Comunicaciones				0,00		0,00	
-----				0,00		0,00	
<b>OTROS INGRESOS CORRIENTES DE EXPLOTACIÓN</b>	606,65	0,00	1.200,00	606,65		-593,35	-49,45%
<b>Area de Formación</b>	606,65	0,00	1.200,00	606,65		-593,35	-49,45%
Ingresos por formación en el empleo	606,65	0,00	1.200,00	606,65		-593,35	-49,45%
<b>Ingresos Medioambientales</b>				0,00		0,00	
<b>Otros ingresos Mercados</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
Otros ingresos Mercado Frutas y Hortalizas				0,00		0,00	
Otros ingresos Mercado Pescados				0,00		0,00	
Otros ingresos Mercado de la Flor				0,00		0,00	
Otros ingresos Matadero y Mercado de Carnes				0,00		0,00	
Otros ingresos Mercado Polivalente				0,00		0,00	
Otros ingresos Zona de Actividades Complementarias				0,00		0,00	
Otros ingresos Locales Comerciales y Oficinas				0,00		0,00	
Otros (detallar)	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
Otras subvenc., donac. y legajos transf.al resultado				0,00		0,00	
<b>ING. CORRIENTES EXPLOT.</b>	4.343.000,25	3.918.887,26	4.031.774,83	424.112,99	10,82%	311.225,42	7,72%
<b>ADJUDICACIONES Y TRASPASOS</b>	191.033,77	189.725,85	185.611,46	1.307,92	0,69%	5.422,31	2,92%
<b>Derechos Entrada</b>	190.433,77	185.825,85	185.611,46	4.607,92	2,48%	4.822,31	2,60%
Mercado Frutas y Hortalizas	3.611,58	47,48	47,98	3.564,10	7506,53%	3.563,60	7427,26%
Mercado Pescados				0,00		0,00	
Mercado de la Flor				0,00		0,00	
Matadero y Mercado de Carnes	900,91	900,91	900,91	0,00	0,00%	0,00	0,00%
Mercado Polivalente	12.799,80	13.542,60	13.542,60	-742,80	-5,48%	-742,80	-5,48%
Zona de Actividades Complementarias	165.991,40	164.204,78	163.989,89	1.786,62	1,09%	2.001,51	1,22%
Locales Comerciales y Oficinas	7.130,08	7.130,08	7.130,08	0,00	0,00%	0,00	0,00%
<b>Derechos de traspaso</b>	600,00	3.900,00	0,00	-3.300,00	-84,62%	600,00	
Mercado Frutas y Hortalizas		900,00		-900,00	-100,00%	0,00	
Mercado Pescados				0,00		0,00	
Mercado de la Flor				0,00		0,00	
Matadero y Mercado de Carnes				0,00		0,00	
Mercado Polivalente	600,00	3.000,00		-2.400,00	-80,00%	600,00	
Zona de Actividades Complementarias				0,00		0,00	
Locales Comerciales y Oficinas		0,00		0,00		0,00	
<b>VARIAC. EXISTENCIAS DE PPTT Y EN CURSO DE FABRIC.</b>				0,00		0,00	
<b>TRABAJOS EFECTUADOS POR LA EMPRESA PARA SU ACTIVO.</b>				0,00		0,00	
<b>SUBVENCIONES DE EXPLOTACIÓN (SIN SUBV FORMACIÓN)</b>				0,00		0,00	
<b>IMPUTACIÓN DE SUBV. DE INMOV NO FINANCIERAS Y OTRAS</b>	1.453,92	1.453,92	1.453,92	0,00	0,00%	0,00	0,00%
<b>EXCESO DE PROVISIONES</b>		6.671,68		-6.671,68	-100,00%	0,00	
<b>RDO. POR ENAJENACIONES INMOV. Y OTRAS</b>	9.002,69			9.002,69		9.002,69	
<b>INGRESOS EXCEPCIONALES</b>	1.188,45	0,00		1.188,45		1.188,45	
<b>TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>	4.545.679,08	4.116.738,71	4.218.840,21	428.940,37	10,42%	326.838,87	7,75%
<b>INGRESOS FINANCIEROS</b>	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
<b>De participaciones en instrumentos de patrimonio</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
En empresas del grupo y asociadas				0,00		0,00	
En terceros				0,00		0,00	
<b>De valores negociables y otros instrumentos financieros</b>	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
De empresas del grupo y asociadas				0,00		0,00	
De terceros	705,34	2.202,53	0,00	-1.497,19	-67,98%	705,34	
<b>VARIACIÓN DEL VALOR RAZON. INSTRUM. FINANCIEROS</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>Cartera de negociación y otros</b>				0,00		0,00	
Imputación al rdo. del ejercicio por act. finan. dispon. venta				0,00		0,00	
<b>RDO. POR ENAJ. INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y OTRAS</b>				0,00		0,00	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	4.546.384,42	4.118.941,24	4.218.840,21	427.443,18	10,38%	327.544,21	7,76%

GASTOS	31-dic.	31-dic.	31-dic.	Diferencia		Diferencia	
	2022	2021	2022	ejercicio anterior		presupuesto	
	ACTUAL	ANTERIOR	PRESUP.	€	%	€	%
<b>APROVISIONAMIENTOS</b>	-37.165,28	-37.460,65	-49.470,00	295,37	-0,79%	12.304,72	-24,87%
Compras de mercaderías				0,00		0,00	
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	-37.165,28	-37.460,65	-49.470,00	295,37	-0,79%	12.304,72	-24,87%
Trabajos realizados por otras empresas	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprov.				0,00		0,00	
<b>GASTOS DE PERSONAL</b>	-1.087.023,50	-1.065.279,17	-1.031.137,76	-21.744,33	2,04%	-55.885,74	5,42%
Sueldos y Salarios	-1.067.590,09	-1.054.805,67	-1.005.869,72	-12.784,42	1,21%	-61.720,37	6,14%
Sueldos y Salarios	-822.811,38	-771.392,00	-806.768,98	-51.419,38	6,67%	-16.042,40	1,99%
Indemnizaciones		-78.245,00	0,00	78.245,00	-100,00%	0,00	
Seguridad Social a cargo de la empresa	-244.778,71	-205.168,67	-199.100,74	-39.610,04	19,31%	-45.677,97	22,94%
Otros gastos sociales	-19.433,41	-10.473,50	-25.268,04	-8.959,91	85,55%	5.834,63	-23,09%
Otras Cargas Sociales	-13.932,97	-4.473,02	-15.267,24	-9.459,95	211,49%	1.334,27	-8,74%
Provisiones				0,00		0,00	
Órganos de Gobierno	-5.500,44	-6.000,48	-10.000,80	500,04	-8,33%	4.500,36	-45,00%
<b>OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	-1.277.727,19	-984.546,66	-1.141.486,16	-293.180,53	29,78%	-136.241,03	11,94%
Servicios exteriores	-1.063.344,63	-854.226,89	-881.656,48	-209.117,74	24,48%	-181.688,15	20,61%
Gastos en i+d				0,00		0,00	
Arrendamientos y cánones				0,00		0,00	
Reparación y conservación	-375.567,27	-202.216,18	-250.000,00	-173.351,09	85,73%	-125.567,27	50,23%
Profesionales independientes (detallar)	-123.555,26	-98.740,04	-115.557,06	-24.815,22	25,13%	-7.998,20	6,92%
Asesoría jurídico-laboral	-13.659,96	-14.318,31	-15.459,96	658,35	-4,60%	1.800,00	-11,64%
Sistema de calidad	-2.922,67	-6.862,60	-12.999,96	3.939,93	-57,41%	10.077,29	-77,52%
Asesoría y serv.informático	-48.297,57	-43.499,51	-63.389,16	-4.798,06	11,03%	15.091,59	-23,81%
Auditoría	-4.555,00	-5.662,81	-5.697,24	1.107,81	-19,56%	1.142,24	-20,05%
Registros, notarios y contenciosos	-3.602,10	-3.494,24	-4.488,00	-107,86	3,09%	885,90	-19,74%
Otras asesorías	-41.377,74	-11.826,50	-5.000,04	-29.551,24	249,87%	-36.377,70	727,55%
Servicios Laborales Externos	-9.140,22	-13.076,07	-8.522,70	3.935,85	-30,10%	-617,52	7,25%
.....				0,00		0,00	
Transportes	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
Primas de Seguros	-18.922,46	-12.676,74	-12.930,24	-6.245,72	49,27%	-5.992,22	46,34%
Servicios bancarios y similares	-8.348,17	-28.173,61	-12.080,16	19.825,44	-70,37%	3.731,99	-30,89%
Publicidad,propaganda y relaciones públicas	-25.325,54	-13.971,97	-33.900,00	-11.353,57	81,26%	8.574,46	-25,29%
Suministros	-62.272,27	-67.502,57	-60.729,30	5.230,30	-7,75%	-1.542,97	2,54%
Electricidad	-47.904,50	-44.843,95	-41.389,11	-3.060,55	6,82%	-6.515,39	15,74%
Gas				0,00		0,00	
Agua	-13.250,27	-21.724,46	-16.999,23	8.474,19	-39,01%	3.748,96	-22,05%
Otros	-1.117,50	-934,16	-2.340,96	-183,34	19,63%	1.223,46	-52,26%
Otros servicios exteriores	-449.353,66	-430.945,78	-396.459,72	-18.407,88	4,27%	-52.893,94	13,34%
Limpieza				0,00		0,00	
Vigilancia y Seguridad	-262.913,76	-258.645,35	-255.605,52	-4.268,41	1,65%	-7.308,24	2,86%
Recogida y eliminación de residuos	-163.640,06	-156.746,27	-116.676,96	-6.893,79	4,40%	-46.963,10	40,25%
Valorización				0,00		0,00	
Viajes de personal	-6.730,69	-2.092,22	-13.903,68	-4.638,47	221,70%	7.172,99	-51,59%
Otros (detallar)	-16.069,15	-13.461,94	-10.273,56	-2.607,21	19,37%	-5.795,59	56,41%
Comunicaciones	-6.505,79	-6.561,40	-7.213,56	55,61	-0,85%	707,77	-9,81%
Otros gastos	-9.563,36	-6.900,54	-3.060,00	-2.662,82	38,59%	-6.503,36	212,53%
<b>Tributos</b>	-185.395,35	-168.301,61	-181.519,80	-17.093,74	10,16%	-3.875,55	2,14%
Impuesto Bienes inmuebles	-168.646,17	-162.006,17	-169.998,36	-6.640,00	4,10%	1.352,19	-0,80%
Impuesto de Actividades Económicas	-6.018,53	-6.018,53	-6.138,96	0,00	0,00%	120,43	-1,96%
Residuos				0,00		0,00	
Otros tributos	-10.730,65	-276,91	-5.382,48	-10.453,74	3775,14%	-5.348,17	99,36%
Perdidas,deterioro y variac. de prov. por oper. comerciales	-28.987,21	37.981,84	-78.309,88	-66.969,05	176,32%	49.322,67	-62,98%
Fondo de Reversión				0,00		0,00	
Otras perd., det y variación prov. op. comerciales	-28.987,21	37.981,84	-78.309,88	-66.969,05	176,32%	49.322,67	-62,98%
Otros gastos de gestión corriente				0,00		0,00	
<b>GAST. CORR. EXPLOTACION</b>	-2.401.915,97	-2.087.286,48	-2.222.093,92	-314.629,49	15,07%	-179.822,05	8,09%
<b>AMORTIZACIÓN DE INMOVILIZADO</b>	-525.244,74	-510.064,64	-592.632,46	-15.180,10	2,98%	67.387,72	-11,37%
Amortización del inmovilizado intangible	-17.433,39	-17.578,53	-27.781,44	145,14	-0,83%	10.348,05	-37,25%
Amortización del inmovilizado material	-507.811,35	-492.486,11	-564.851,02	-15.325,24	3,11%	57.039,67	-10,10%
Amortización de las inversiones inmobiliarias				0,00		0,00	
<b>DETERIOROS Y PÉRDIDAS INMOVILIZADO</b>			0,00	0,00		0,00	
<b>GASTOS EXCEPCIONALES</b>	-68.649,87	-46.145,77	0,00	-22.504,10	48,77%	-68.649,87	
<b>TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	-2.995.810,58	-2.643.496,89	-2.814.726,38	-352.313,69	13,33%	-181.084,20	6,43%
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	-2.473,33	-456,61	0,00	-2.016,72	441,67%	-2.473,33	
Por deudas con empresas del grupo y asociadas				0,00		0,00	
Por deudas con terceros	-2.473,33	-456,61	0,00	-2.016,72	441,67%	-2.473,33	
Por actualización de provisiones				0,00		0,00	
<b>DIFERENCIAS DE CAMBIO</b>				0,00		0,00	
<b>DETERIOROS Y PÉRDIDAS INSTR. FINANCIEROS</b>	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	
<b>TOTAL GASTOS</b>	-2.998.283,91	-2.643.953,50	-2.814.726,38	-354.330,41	13,40%	-183.557,53	6,52%
<b>IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS</b>	-3.857,52	-3.774,19	-4.212,34	-83,33	2,21%	354,82	-8,42%
<b>OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>				0,00		0,00	

#### IV. Análisis de resultados:

En cuanto al análisis de ingresos y gastos del ejercicio, cabe decir que el presupuesto contempló la revisión de tarifas para 2022 con una previsión de IPC/IPAVI del 2% para los ingresos (excepto Pabellones I y II, situado y accesos) y para todos los gastos, excepto amortizaciones, tributos y morosidad. Finalmente, el índice de revisión aplicado en las tarifas fue del 6,5% para las referenciadas al IPC y del 1,5% para las referenciadas al IPAVI (Índice de precios de alquiler de vivienda en Baleares). Finalmente se aprobó la revisión de tarifas de los Pabellones I y II (mercado central) aplicando un incremento del 1% y del 1,5% en los accesos. Del análisis individualizado de partidas resulta lo siguiente:

positivo		<i>Con respecto a:</i>	
negativo		ANTERIOR DICIEMBRE 21	PRESUPUESTO DICIEMBRE 22
<b>IMPORTE NETO CIFRA DE NEGOCIOS</b>		Superior porque se han actualizado las tarifas aplicando aproximadamente un 1% a Frutas y Hortalizas y accesos (excepto situado), el resto al 6,5% del IPC o el 1,5% del IPAVI. Mayor ocupación en los Pabellones I, II y IV, LCO y ZAC. El año pasado se aplicaron descuentos a 12 empresas debido al Covid. Han aumentado los ingresos por accesos.	Superior por la actualización de las tarifas. La previsión del IPC/IPAVI fue del 2%. Las tarifas se han actualizado al IPC real (6,5%) y al IPAVI real (1,5%). No se había previsto actualización de tarifas en Pabellones I y II y accesos y ha sido alrededor de 1%. Mayor ocupación de la esperada en los Pabellones I, II, IV y VII y LCO.
FRUTAS Y HORTALIZAS		Las tarifas se han actualizado al 1%. Mayor ocupación los pabellones I y II en relación a los mismos meses del año anterior. A 7 clientes en el 2021 debido al Covid se le redujeron las rentas durante los 5 primeros meses.	Además de la actualización de las tarifas no prevista, hay una mayor ocupación en los pabellones I y II.
ZONA CÁRNICA		La variación corresponde a la actualización del IPC en las tarifas.	La variación del IPC (6,5%) ha sido mayor al previsto (2%).
POLIVALENCIA			
	Pab.III	Además de la actualización de las tarifas, hay más ocupación con respecto al ejercicio anterior ya que se ocuparon 3 módulos en el segundo semestre del 2021.	El presupuesto contempla plena ocupación y 2 módulos han estado vacíos los 2 primeros meses del año. Además un cliente ha causado baja en abril y sus módulos han sido ocupados en mayo con un mes de carencia.
	Pab.IV	Además de la actualización de las rentas, hay más módulos ocupados. A 2 clientes en el 2021 debido al Covid se le redujeron las rentas durante los 5 primeros meses.	El presupuesto contempla el módulo 421 y 426 vacíos y están ocupados.
	Pab.V	La variación corresponde a la actualización del IPC en las tarifas.	La variación del IPC (6,5%) ha sido superior al previsto (2%).
	Pab.VI	La variación corresponde a la actualización del IPC / IPAVI en las tarifas. El salón de actos se ha alquilado unos días.	El presupuesto no contempla el descuento en la tarifa del módulo de la Cruz Roja. Dicho módulo se ha dado de baja en octubre.
	Pab.VII	Además de la actualización de las renta, ha habido ocupación temporal de 3 módulos.	La ocupación temporal no estaba prevista. El presupuesto contempla la baja de un módulo que no se ha producido.
ZAC		Superior debido a la actualización de las tarifas, una nueva ocupación de 2 parcelas y a la ocupación temporal de otra. A 2 clientes en el 2021 debido al Covid se le redujeron las rentas durante los 5 primeros meses.	La variación corresponde prácticamente en su totalidad a la actualización de las tarifas, ya que el presupuesto contemplaba nuevas ocupaciones a partir del segundo semestre.
LCO		Además de la actualización de las rentas, un cliente ocupa un local desde junio y la Once ha cambiado de ubicación con un incremento del canon. En 2021 un cliente se benefició de un descuento sobre el canon durante los primeros 5 meses debido al Covid.	La variación corresponde a la actualización de las tarifas, a la ocupación de un local y al cambio de ubicación mencionado.
PARQUE VERDE		Superior principalmente por el aumento de la limpieza respecto al año anterior por una mayor actividad.	Superior por una mayor actividad a la esperada.

ACCESOS	Mayor tiquetaje diario y abonos de clientes al reactivarse la actividad en relación al año anterior. En abril se actualizaron las tarifas.	Mayor tiquetaje diario y facturación de abonos a clientes externos.
APROVISIONAMIENTOS	Las compras de material han sido ligeramente inferiores, se han sustituido extintores, se ha realizado el cambio de la batería de un elevador y la adquisición de cartelería, rotulación, barreras y señales.	Inferior al no darse imprevistos y contar con stock suficiente.
OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	Se han producido 6 adjudicaciones de 18 puestos en el Pabellón II, 1 adjudicación de 2 parcelas en ZAC y 1 traspaso en el Pabellón IV.	No se habían previsto dichas variaciones.
GASTOS DE PERSONAL	Superior por el aumento del coste de la seguridad social.	Mayor principalmente por el aumento de coste de la seguridad social. Se han actualizado los salarios un 1,5% según RDL 18/2022, artículo 23.
OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	Se han realizado reparaciones en las aceras, retirada de árboles, desbroce, asfaltado, pintura vial, reparación de la cubierta del Pabellón IV y situado, obras de acondicionamiento de varios puestos del Pabellón II y la sustitución de la caseta de portería. Se ha realizado un estudio de mercado. Se han pagado tasas e impuestos de obras. Se ha considerado deuda de un cliente como incobrable.	Superior debido principalmente a que las reparaciones son por encima de lo presupuestado. Se ha realizado un estudio de mercado. Prima de seguro a todo riesgo superior. Se esperaba una menor generación de residuos. Pago de impuestos en una inspección de obras.
AMORTIZACIÓN	Superior por las inversiones llevadas a cabo como la sustitución de la cubierta en el Pabellón III, el vallado con chapa por ser infraestructura crítica, la creación de vestuarios y aseos en el edificio de administración, un cliente ha dejado una cámara frigorífica que hemos incorporado al inventario, se han instalado placas fotovoltaicas en los pabellones VI y VII, se han adquirido dos ordenadores, una impresora de tarjetas credenciales, dos bombas de impulsión de aguas residuales, una pantalla de led para exterior, mobiliario exterior, mejoras en la ERP y una pantalla que mide e indica la velocidad en la vía principal.	Inferior porque están pendientes de realizar las inversiones previstas, como es la sustitución de las cubiertas en los Pabellones IV y V, la instalación de placas fotovoltaicas en los Pabellones III, IV y V, las inversiones derivadas de la declaración de Operador Crítico, la reordenación y la reubicación del Parque Verde. Algunas de dichas inversiones están en curso.
SUBVENCIONES	Coincide el importe.	No hay variación, coincide con lo previsto.
EXCESO DE PROVISIONES	En el 2021 se rescató la ayuda de jubilación del trabajador que causó baja.	Ni hay ni se ha previsto.
RESULTADO ENAJENACIONES INMOVILIZADO	Corresponde a la incorporación al inventario de una cámara frigorífica que ha dejado un cliente que ha causado baja en el Pabellón III.	No se había previsto.
OTROS RESULTADOS	El gasto corresponde a una posible indemnización por un accidente y los ingresos a los Derechos de Entrada pendientes de imputar de un cliente que ha causado baja en el Pabellón III.	No se había previsto ningún resultado excepcional.
RESULTADO FINANCIERO	Para evitar las altas comisiones que penalizaban el saldo en las entidades bancarias se realizó un depósito SEPI, los intereses de dicha IPF son negativos, pero el % es inferior al que nos aplicaban los bancos.	No se ha previsto.
RESULTADO	Resultado superior en 73 mil euros con respecto al año anterior principalmente por la actualización de las tarifas, a una mayor ocupación, a una recuperación de la actividad por el Covid que influye en los accesos y el año pasado hubo una indemnización a un trabajador que causó baja.	Resultado superior en 144 mil euros respecto al previsto, debido principalmente a la actualización de las tarifas, a una mayor ocupación, menos compras de material, menor amortización porque no se han terminado de realizar las inversiones previstas y menor deuda de dudoso cobro de la prevista.

## INDICADORES BENCHMARKING

Merca : MERCAPALMA

GRUPO B

Trimestre : T3

Año: 2022

INDICADORES	MERCAS	MEDIA RED	GRUPO A			GRUPO B			GRUPO C		
			Nº de Mercas 6			Nº de Mercas 9			Nº de Mercas 9		
			Media	Max.	Min.	Media	Max.	Min.	Media	Max.	Min.
<b>A) PERSONAS</b>											
<i>Productividad</i>											
Total ingresos de explotación/ (Gastos de personal + Gastos de limpieza y seguridad) * 100	330,78	239,31	239,74	289,21	194,13	245,28	330,78	191,41	219,19	333,75	163,19
Gastos de personal/ Número de empleados	50.402,98	36.109,11	37.748,24	53.438,94	30.927,30	33.533,35	50.402,98	26.112,30	31.065,50	44.665,32	22.262,09
Total ingresos explotación/ Número de empleados	211.012,38	132.468,98	143.275,38	216.312,01	80.682,86	124.554,77	267.157,68	61.052,64	81.545,47	117.042,17	48.512,44
<i>Absentismo Laboral</i>											
(Horas de ausencia por cualquier motivo / Horas laborales) * 100	2,45	7,58	10,23	23,03	5,61	2,41	35,25	0,02	8,54	22,38	0,57
(Horas de ausencia por cualquier motivo, excluidas bajas laborales / Horas laborales) * 100	0,96	1,80	2,55	15,99	0,15	0,72	2,99	0,01	4,00	16,30	0,04
<i>Formación</i>											
Horas de formación / Número de empleados	5,25	8,78	6,52	14,63	0,38	20,13	121,14	0,50	13,10	16,82	6,95
(Número de trabajadores que han participado en formación / Número de empleados) * 100	100,00	54,62	63,17	100,00	4,61	56,61	100,00	18,99	67,68	94,44	24,25
<b>B) CLIENTES</b>											
<i>Publicidad y marketing</i>											
(Gasto en publicidad y marketing / Total gastos) * 100	0,54	1,55	1,78	2,54	0,63	0,87	2,20	0,22	1,26	2,67	0,19
<i>Seguridad</i>											
Nº de incident. de segurid. atendidos en el periodo / Nº de ha. Tot.	0,00	10,45	16,31	28,52	0,03	0,65	2,70	0,03	0,30	1,75	0,04
Nº de hurtos comunicados en la Merca / Nº de ha. Totales	0,08	0,27	0,37	0,46	0,20	0,18	0,36	0,08	0,44	2,28	0,04
Nº de incident. de segurid. vial registr. en el periodo / Nº de ha. Tot.	0,00	0,47	0,93	1,17	0,03	0,27	0,43	0,09	0,86	2,11	0,30
<b>C) SOCIEDAD</b>											
<i>Residuos</i>											
(Tm. de residuos generados en Frutas, Hortalizas y Pescados / Tm. comercializadas en Frutas, Hortalizas y Pescados) * 100	2,57	2,92	1,61	2,80	1,29	1,73	2,68	0,88	4,39	4,66	0,47
(Tm. de residuos separados / Tm. de residuos generados en Frutas, Hortalizas y Pescados) * 100	84,14	34,78	66,36	81,51	15,60	72,16	100,00	17,86	21,04	66,46	3,03
<i>Agua consumida</i>											
Nº de m <sup>3</sup> de agua consumida por la Merca en viales, jardines y aparcamientos generales / Nº de m <sup>2</sup> totales de viales, jardines y aparcamientos generales	0,00	0,10	0,15	0,82	0,00	0,04	0,16	0,00	0,03	0,19	0,01
Resto de m <sup>3</sup> de agua consumida por la Merca / Nº de m <sup>2</sup> de las Naves incluyendo la zona de atraque	0,02	0,26	0,87	2,97	0,04	0,14	3,81	0,02	0,08	0,25	0,01
<i>Consumo eléctrico</i>											
Nº de kwh. consumidos por la Merca excl. Matadero / Nº de ha. Totales excl. Matadero	0,44	1,62	1,93	4,88	0,05	1,02	2,47	0,23	1,25	3,10	0,33
<i>Comunicación</i>											
1 - Número de apariciones negativas por alguna crítica	0,00	0,36	5,50	28,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
2 - Resto de apariciones	5,00	61,64	1.025,50	3.303,00	104,00	191,13	1.051,00	4,00	47,33	228,00	2,00
3 - Número de visitas página web	13.385,00	8.869,71	110.639,67	253.269,00	4.885,00	67.672,44	232.859,00	13.385,00	5.760,17	16.999,00	9,00
<i>Visitas colectivas</i>											
Nº de visitas colectivas recibidas / Nº de ha. Totales	0,00	0,89	0,44	0,56	0,08	5,17	15,63	0,04	0,77	0,98	0,74
Nº de visitas de instituciones docentes a la Merca o a proyectos de la Merca / Nº de ha. Totales	0,03	0,70	1,10	5,30	0,20	0,63	2,00	0,03	2,00	2,00	2,00
<b>D) ACCIONISTAS</b>											
<i>Gestión de cobro y pago</i>											
(Volumen deuda superior a 90 días / Ingresos de explotación) * 100	7,40	4,33	4,71	6,75	0,62	2,67	7,40	0,52	12,41	22,90	1,46
(Nº de operadores con deuda superior a 90 días / Nº total de clientes) * 100	15,91	7,12	10,25	21,82	3,64	4,72	15,91	1,94	9,74	23,08	3,85
<i>Coste de seguridad y limpieza</i>											
<i>Nota: Se deben incluir tanto los gastos de personal interno como los de externalización del servicio. Las Mercas que se benefician de la prestación de estos servicios o parte de ellos, de forma gratuita por una entidad externa no responderán a este apartado.</i>											
Gasto en seguridad y vigilancia / Número de m <sup>2</sup> Totales	0,52	0,88	0,98	4,56	0,35	0,79	1,88	0,36	0,59	2,10	0,01
Gasto en limpieza / Número de m <sup>2</sup> Totales	0,14	1,31	1,60	5,58	0,46	1,00	3,70	0,14	0,45	1,07	0,05
(Gasto en seguridad y vigilancia / Total gastos) * 100	8,95	7,53	7,21	20,05	2,80	8,32	16,70	2,88	8,99	32,69	0,14
(Gasto en limpieza / Total gastos) * 100	2,47	11,24	11,86	24,56	3,68	10,55	21,13	2,47	6,81	27,44	0,92

MEDIA AJUSTADA \*Solo se incluye los datos de aquellas Mercas que indican/registrar el dato solicitado:

Nº MERCAS: 24. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)

Nº MERCAS: 24. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)

Nº MERCAS: 24. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)

Nº MERCAS: 23. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (7)

Nº MERCAS: 16. GRUPO A (5); GRUPO B (6); GRUPO C (5)

Nº MERCAS: 16. GRUPO A (5); GRUPO B (8); GRUPO C (3)

Nº MERCAS: 16. GRUPO A (5); GRUPO B (8); GRUPO C (3)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (6)

Nº MERCAS: 15. GRUPO A (5); GRUPO B (6); GRUPO C (4)

Nº MERCAS 15: . GRUPO A (5); GRUPO B (5); GRUPO C (5)

Nº MERCAS 11: . GRUPO A (5); GRUPO B (3); GRUPO C (3)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (6)

Nº MERCAS: 19. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (4)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (6); GRUPO B (8); GRUPO C (7)

Nº MERCAS: 22. GRUPO A (5); GRUPO B (9); GRUPO C (8)

Nº MERCAS: 24. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)

Nº MERCAS: 5. GRUPO A (3); GRUPO B (1); GRUPO C (1)

Nº MERCAS: 19. GRUPO A (5); GRUPO B (8); GRUPO C (6)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (6)

Nº MERCAS: 12. GRUPO A (5); GRUPO B (5); GRUPO C (2)

Nº MERCAS: 10. GRUPO A (5); GRUPO B (4); GRUPO C (1)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (4); GRUPO B (9); GRUPO C (8)

Nº MERCAS: 21. GRUPO A (4); GRUPO B (9); GRUPO C (8)

Nº MERCAS: 23. GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (8)

Nº MERCAS 24: . GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)

Nº MERCAS 23: . GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (8)

Nº MERCAS 24: . GRUPO A (6); GRUPO B (9); GRUPO C (9)