











EDITA

MERCAOLID

Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A.

Avda. del Euro, 24 [edificio Mercaolid] 47009 Valladolid

T] 983 360 880 / F] 983 360 349

mercaolid@mercaolid.es | www.mercaolid.es

EL MERCADO MAYORISTA DE CASTILLA Y LEÓN



135 EMPRESAS

UN COMPROMISO

CALIDAD



COMPRO EN
MERCAOLID
DE TODA
CONFIANZA

mercaolid



AVDA. DEL EURO, 24
VALLADOLID · 983 360 880
WWW.MERCAOLID.ES

AL SERVICIO DEL PROFESIONAL Y LA RESTAURACIÓN



€ 07

ÍNDICE

€ 10	INFORME
€ 13	ACCIONISTAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO
€ 15	MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS
€ 25	MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS
€ 34	ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
€ 41	SERVICIOS Y ACTIVIDADES
€ 48	COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
€ 57	LISTADO DE EMPRESAS



€ 08





CONTEXTO SOCIO ECONÓMICO DE LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El pasado año pudo marcar un punto de inflexión para las compañías de distribución de base alimentaria en España, comenzando una nueva etapa bajo un contexto de recuperación del consumo.

Según los informes de importantes consultoras de gran consumo éste retrocedió en España el año pasado un 2,9% en valor y un 1,8% en volúmenes.

La caída del sector es consecuencia de un menor consumo de los hogares en un entorno deflacionario. Así factores externos como la menor población y una inflación negativa, se han visto agravados por la propia reducción de compras por parte de los hogares, por la persistente búsqueda de alternativas más económicas (downtrading) y por la fuerte competencia en el sector.

Todos estos factores permiten catalogar al 2014 como uno de los peores años de la distribución alimentaria de los que se tiene registro.

Las perspectivas apuntan a una mejora de la tendencia en el ejercicio 2015. Perspectivas avaladas por los índices publicados en el primer trimestre del 2015 y que se traducirán en una mayor estabilidad del sector.

No obstante, dicha estabilidad seguirá estando condicionada por la evolución de la sección de productos frescos, que aunque suavizará la caída registrada en el 2014, no permitirá crecer al conjunto del sector.

De hecho, la sección de frescos, con una evolución negativa del -4,8% en valor en el año 2014 y por su importancia en la cesta de la compra, es la gran responsable de la caída del sector.

Según señalan la mayor parte de los especialistas, los productos frescos se han convertido en el gran caballo de batalla de la moderna distribución, convirtiendo a estos en el elemento clave de fidelización de clientela. Mientras esta situación se mantenga, el mercado de base alimentaria se seguirá reajustando y la competencia será grande entre los diversos formatos comerciales, que seguirán peleando por mantener o incrementar sus cuotas.

Por ende, el elevado nivel de competencia seguirá produciendo efectos muy negativos en un sector muy atomizado de la producción, que ha ido viendo perder notables índices de rentabilidad en los últimos años.

La crisis económica ha provocado, como hemos expuesto en anteriores informes, importantes cambios en los hábitos de consumo, que los especialistas consideran difíciles de revertir

o que perdurarán muchos años.

No obstante hay algunos indicadores que reflejan algún cambio de tendencia: se equipa más la despensa, los actos de compra van reduciendo la frecuencia, aumenta la predisposición a comprar y probar marcas, se ha puesto freno al crecimiento de la marca de distribuidor (MDD)...etc.

Por último y como un factor que podemos considerar como negativo, sigue incrementándose la cuota de concentración entre los grandes grupos de la distribución y la consiguiente "mordida" de cuota al sector de establecimientos especializados.

En los próximos años las empresas mayoristas asentadas en las Unidades Alimentarias deberán planificar sus políticas comerciales en función de los siguientes elementos o claves entre otros, que pervivirán muchos años en el mundo de la distribución alimentaria:

- Una necesaria colaboración más estrecha con los operadores "aguas arriba" del canal comercial para incrementar su competencia.
- Un importante nivel de saturación y competencia, que pervivirá en el sector de productos frescos.
- Una necesidad de descentralización de proveedores por parte de la moderna distribución, buscando proximidad.
 - La aparición de nuevos nichos de consumo o demandas específicas y la importante heterogeneidad del tipo de consumidor.
 - La búsqueda de fórmulas de revalorización de producto o fórmulas de venta mixta, no solo centradas en precio.
- La necesaria simplificación de las estructuras de costes fijos de las empresas.

LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE MERCAOLID

El complicado panorama descrito se ha puesto de manifiesto en la actividad mercantil de las empresas asentadas en MERCAOLID, no de forma homogénea, sino dispar en función de los distintos sectores.

Podríamos catalogar el 2014 como un mejor año en lo que a resultados conjuntos se refiere respecto al año anterior, pero con un mayor grado de destrucción de tejido empresarial.

Los volúmenes de comercialización y facturación se movieron en parámetros similares a los del año anterior con la única excepción del sector mayorista de productos pesqueros.

El sector de productos hortofrúctícolas registró en conjunto un incremento del 1,20% en volumen comercializado, pero un descenso en valor del 3,92% en frutas, del 3,8% en hortalizas y verduras y del 4,16% en patatas.



En dicho sector se va confirmando su proceso de concentración, reduciéndose el número de operadores pero con mayor músculo empresarial. Dentro de este sector los productores agrarios siguen perdiendo paulatinamente cierto peso específico, por la competencia de las propias empresas mayoristas y las producciones tardías o tempranas de otras zonas geográficas de producción.

El sector de productos pesqueros fue el que proporcionó peores datos. El descenso del consumo doméstico, la fuerte competitividad y el exceso de oferta en determinadas ocasiones, están provocando fuertes pérdidas de rentabilidad en las empresas. Siendo el sector donde mayor destrucción de tejido empresarial se ha producido.

El volumen conjunto comercializado descendió un 0,12%, aunque las empresas del Mercado Central de Pescados registraron descensos más intensos del 5,12% en volumen respecto al 2013. Por el contrario las cotizaciones repuntaron respecto al año anterior un 3,06% en productos frescos y 1,47% en productos congelados.

Finalmente las empresas de la Zona de Actividades Complementarias también registraron un moderado incremento del volumen comercializado conjunto del 3,80% respecto al 2013.

Dentro de estas empresas el sector cárnico creció en volumen un 0,99%, con incrementos en las cotizaciones de los distintos tipos de productos por encima del 1%.

La Sociedad, en un claro compromiso con los diversos sectores empresariales presentes en MERCAOLID, y a su vez socios-accionistas de la Sociedad en un 24,5% de su accionariado, ha realizado importantes esfuerzos en los últimos años que se han proyectado sobre su Cuenta de Resultados. Las principales líneas de actuación programadas por el máximo órgano de gobierno de la Sociedad han continuado a lo largo del 2014 centrándose básicamente en los siguientes aspectos:

- La congelación de rentas, precios y cánones de las empresas.
- La financiación de campañas de promoción y presencia en certámenes.
- La eliminación de espacios comerciales para reducir los excesivos niveles de competencia.
- El apoyo y ayuda financiera para todo proyecto de remodelación y mejora de las estructuras comerciales.
- Las ayudas y apoyo financiero para operadores que incrementaron su superficie comercial.
- La creación de Comisiones Mixtas para el análisis y evaluación de la problemática de cada sector.

Continuando con una política de mejora en la funcionalidad y modernización de las instalaciones, como Sociedad Mixta gestora de un servicio público, la Sociedad realizó un gasto

superior a los 242.000€ para mantenimientos preventivos y unas inversiones superiores a los 120.000€ para mejora de locales e instalaciones frigoríficas.

Es destacable también el empeño de la Sociedad en la mejora de aspectos medioambientales sobre todo en lo que a recuperación de residuos se refiere. Para ello se ha desarrollado un plan de mejora de las ratios de recuperación. Plan que ha requerido un importante esfuerzo de los operadores implicados (la empresa adjudicataria del punto limpio y el servicio de limpieza de MERCAOLID).

ESTADOS FINANCIEROS

Después de un año excepcional en lo que a resultados de la Cuenta de Explotación se refiere como fue el 2013 debido a la entrada de importantes ingresos extraordinarios, el resultado de la Cuenta de Explotación correspondiente al 2014 ha vuelto a parámetros de normalidad y similares a años anteriores, alcanzando unos beneficios antes de impuestos de 624.294,38€.

Deducidos Impuestos, Reserva Legal y Voluntaria, la Sociedad tuvo un remanente de 389.823€ destinado íntegramente al pago de dividendo. La rentabilidad por acción quedó fijada en el 9,27%.

Finalmente indicar que el bajo nivel de endeudamiento y la holgada situación de la Tesorería de la Sociedad permitirá acometer en un futuro nuevos proyectos e inversiones.



Fdo. Javier Pastor Antolín
Gerente de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A.

ACCIONARIADO

EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID	51%
PROMOTORA VALLISOLETANA DE MERCADOS	49%
Empresas Mayoristas	24,50%
Grupo de Negocios Duero	14,06%
Inverduero	10,44%

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE

Jesús Enríquez Tauler (Ayuntamiento Valladolid)

CONSEJERO DELEGADO

Justiniano Gutiérrez Prieto (Promotora Vallisoletana de Mercados S.A.)

VOCALÉS AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID

Manuel Sánchez Fernández
Mercedes Cantalapiedra Álvarez
Luis Ángel Vélez Santiago
Manuel Saravia Madrigal

PROMOTORA VALLISOLETANA DE MERCADOS, S.A.

Luis Alfonso Arias
Representante Caja Duero
Patricio Llorente Muñoz

SECRETARIO

Valentín Merino Estrada

ASESORÍA JURÍDICA

Ángel Mingo Hidalgo

ASESORÍA TÉCNICA

Juan Carlos Rodríguez Aguado
Rafael Salgado Gimeno

EQUIPO DIRECTIVO

DIRECTOR-GERENTE

Javier Pastor Antolín

DIRECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO

Pelayo Tribiño Fernández

DIRECTOR DE SEGURIDAD Y RIESGOS LABORALES

José Andrés Herranz Zurro

DIRECTOR DE INSTALACIONES

Eduardo Caballero Caballero

RESPONSABLE DE ADMINISTRACIÓN

Eva Raquel Capellán Moral

CONTROL DE CALIDAD

M^a Victoria Ruiz Moreno

DOCUMENTALISTA

Elena Mansilla Castrillo

SERVICIOS SUBCONTRATADOS O CONVENIOS

SEGURIDAD Y VIGILANCIA: GRUPO NORTE
SOLUCIONES SEGURIDAD S.A.

LIMPIEZA: EULEN S.A.

MANTENIMIENTO INSTALACIONES: EULEN S.A.

MANTENIMIENTO DE REDES: F.C.C.

PUNTO LIMPIO: EUROPAC RECICLA S.A.U.

ÁREA DE FORMACIÓN: MARS DIGITAL S.L.

MANTENIMIENTO DE SISTEMAS DE SEGURIDAD: EULEN
SEGURIDAD S.A.

MANTENIMIENTO INFORMÁTICO: AGE CYL S.L.

ASOCIACIONES EMPRESARIALES DE LOS SECTORES QUE OPERAN EN MERCAOLID

ASEZAC (ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE LA Z.A.C. DE
MERCAOLID)

Responsable: D. José González López

COPROMAR (ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MAYORISTAS
DE PRODUCTOS DEL MAR DE VALLADOLID)

Responsable: D. Manuel Redondo Alvaredo

ASOCIACIÓN DE MAYORISTAS DE FRUTAS

Responsable: D. Luis Mato González

A.H.O.V.A. (ASOCIACIÓN DE HORTELANOS DE VALLADOLID)

Responsable: D. Carlos García Revenga





€ 15



€ 16

MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

INTRODUCCIÓN

El sector hortofrutícola español se ha convertido en los últimos años en un verdadero motor para la economía de nuestro país, ya que todas las interrelaciones que conforman el sistema agroalimentario español, en el que se integra la producción de frutas y hortalizas, genera un valor anual cercano al 8% del PIB y da empleo a 2,3 millones de personas.

El sector hortofrutícola vivió momentos complicados a lo largo del 2014 tras el veto del gobierno ruso a la importación de frutas y verduras procedentes de la UE.

A pesar de las medidas tomadas por la Comisión Europea de retirada de producto, el exceso de oferta debido a las altas temperaturas, el descenso de la demanda de mercados internacionales y las políticas de la moderna distribución para incrementar la cuota en productos frescos, provocaron que las cotizaciones de la mayoría de los productos hortofrutícolas se redujeran sensiblemente con la consiguiente pérdida de rentabilidad del sector.

Según datos del MAGRAMA en el año 2014 el valor generado por el cultivo de frutas y hortalizas se incrementó un 13,3% respecto al año anterior.

En términos productivos, en España se cultivaron 24,82 millones de Tm de frutas y hortalizas, lo que significó un incremento del 4,8% respecto al año anterior.

En dicho contexto el sector sigue trabajando para ganar rentabilidad y competitividad, y la tendencia sigue siendo la búsqueda de sinergias; la firma de contratos de colaboración entre compañías productoras o entre productores y comercializadores; la simplificación de estructuras para reducir costes globales; la renovación varietal y ampliación de las gamas de producto; la incorporación de productos de mayor calidad y el desarrollo de cultivo ecológico.

En el ámbito de la comercialización mayorista debemos destacar un incremento de ventas en los principales Mercas, en especial de los grandes grupos que operan en las mismas.

También debemos destacar un inicio generalizado por parte de la moderna distribución de una táctica de descentralización de compras con la búsqueda de nuevos proveedores y una mayor proximidad de estos a sus plataformas logísticas.

Por lo que a consumo se refiere, según datos de MAGRAMA, el consumo de fruta fresca en el hogar descendió con respecto al año 2013 un -2,6%, con una reducción en el valor de -8,6%, debido a una bajada del precio medio de la fruta fresca del 6,2%, situándose el precio medio en 1,29€/kg.

Estos productos representan un 8,9% del gasto de alimentación y bebidas, con un gasto de 131,9 €/persona/año, representando un -7,6% respecto al 2013.

El consumo per cápita quedaría situado en 102,48 kg/persona/año, es decir un 1,5% menos que el año anterior.

El consumo total de hortalizas/verduras, incluidas patatas, tuvo una evolución negativa de consumo del -3,1% respecto al 2013, y un descenso en gasto-valor del -7,5% en los hogares españoles. Con una reducción del precio medio del -4,5%, situándose el precio medio en 1,31€/kg.

Estos productos representaron el 7,55% del gasto de alimentación y bebidas de los hogares españoles, con un gasto medio por persona y año de 111,98 €, es decir, un 6,4% inferior al año 2013.

Se reduce un 2% el consumo per-cápita, con un consumo medio de 85,27 kg/persona/año.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL AÑO 2014

La actividad del sector hortofrutícola de MERCAOLID en el año 2014 ha venido marcado por dos factores: incremento del volumen de géneros comercializados y disminución del valor o facturación por la reducción de las cotizaciones de la gran mayoría de productos.

El sector comercializó en su conjunto un volumen total de 117.475 Tm, registrando un incremento del 1,20% respecto al año anterior.

Por el contrario las cotizaciones medias fueron más bajas que el año anterior. El precio medio ponderado del conjunto de productos pertenecientes a la subfamilia de frutas quedó fijado en 0,98 €/kg, con un descenso del 3,92%; los de hortalizas y verduras quedó fijado en 1,01 €/kg, con un descenso del 3,81%; y el de patatas en 0,46 €/kg, con un



descenso del 4,16%.

Del conjunto de productos comercializados, el 59,15% correspondieron a frutas, que tuvieron un incremento del 1,87%; el 32,26% fueron verduras y hortalizas, con un incremento del 0,63%; y el 8,59% fueron patatas que registraron un descenso del 1,19% respecto al 2013.

El nivel de ocupación del Mercado Central de Frutas sigue siendo óptimo alcanzando un grado de explotación del 100% del espacio de venta. También ha continuado el incremento de espacio comercial medio explotado por empresa ya que los espacios libres han sido reabsorbidos por los propios operadores del Mercado. En este sentido es destacable que desde 1997 (fecha de inauguración de MERCAOLID) se ha pasado de una media de superficie comercial por empresa de 139 m² a una de 222,5 m² en el año 2014, excluidas las superficies complementarias de empresas en la ZAC. Dato que confirma un fuerte proceso de concentración y racionalización de la estructura empresarial como sucede en la mayoría de Mercas de la geografía española.

También es destacable el esfuerzo inversor de las empresas mayoristas, ya que se ha alcanzado en el año 2014 una superficie comercial climatizada equivalente al 67% de toda la superficie comercial. A ello sin lugar a dudas ha contribuido la política de ayudas a las empresas aprobada por el Consejo de Administración de MERCAOLID, para la mejora de las estructuras comerciales.

El Mercado Central de Frutas de MERCAOLID sigue confirmando su carácter estratégico en la estructura comercial mayorista del sector en la Comunidad de Castilla y León, como lo pone de manifiesto el incremento de la actividad comercial y de operaciones comerciales de los operadores de MERCAOLID con otros operadores mayoristas de la región, y por el incremento de solicitudes de autorizaciones por parte de compradores de otras provincias.

En dicho contexto los operadores decidieron incrementar el horario habitual de compras con una ampliación hacia las tardes un determinado día de la semana, el intento no tuvo los resultados deseados, por lo que se decidió conjuntamente la suspensión de dicha ampliación horaria.

La experiencia, a pesar del continuo debate en materia de horarios, ha confirmado el horario de madrugada del Mercado Central de Frutas de MERCAOLID.

Tras una reclamación formulada por parte de un operador de MERCAOLID, y una vez emitidos los pertinentes informes al respecto por parte de los órganos de la competencia correspondientes, el Consejo de Administración de MERCAOLID ha propuesto al Ayuntamiento de Valladolid la modificación de su Reglamento de Funcionamiento para eliminar cualquier limitación o restricción a la comercialización del plátano-banana en el Mercado

Central de Frutas de MERCAOLID. Dicha liberalización provocará ciertos cambios en la operativa y modos de la comercialización de dichos productos.

Por lo que a operadores se refiere, el 79,43% del volumen comercializado fue a través de empresas mayoristas del Mercado Central de Frutas, el 14,57% por parte de empresas maduradoras de plátanos y almacenes de patatas de la Z.A.C., y el 6% por productores agrarios. Estos siguen año tras año perdiendo cuota comercial, lo que ha obligado a la reestructuración de la Nave de Productores, habiendo sido reutilizado más del 50% del espacio original para otros usos, en especial para construcción de plataformas de compra de cadenas detallistas especializadas.

Por lo que a la temporalidad se refiere, es reseñable el mejor comportamiento comercial del primer semestre del año, registrándose descensos comerciales comparativos con el año anterior especialmente a partir del mes de septiembre.

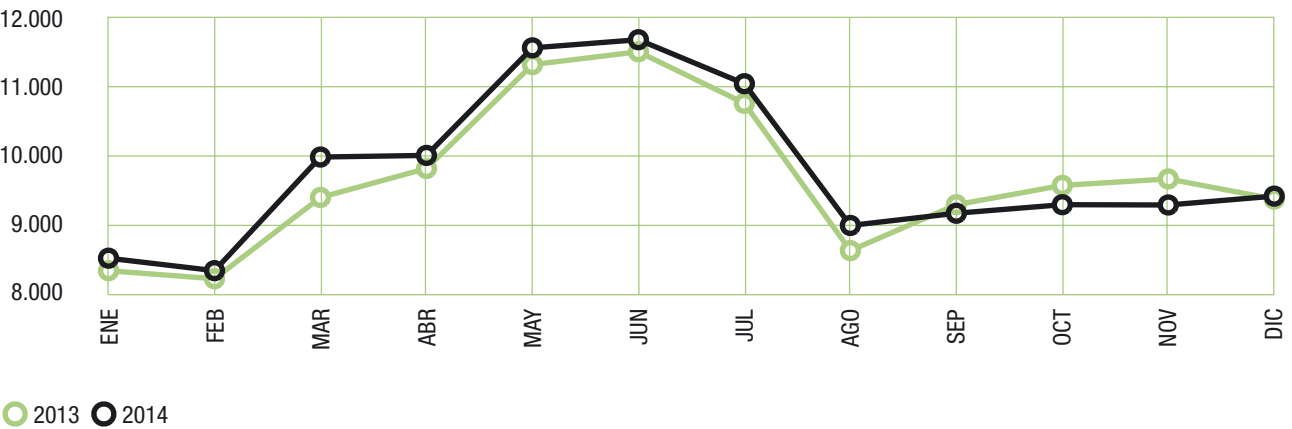
Dentro de los productos más comercializados a lo largo del 2014 podemos destacar los siguientes aspectos:

- Al igual que años anteriores se incrementó el volumen comercializado de plátanos-banana, por los acuerdos comerciales de ciertos operadores de MERCAOLID con importantes cadenas de supermercados.
- El importante volumen comercializado de fresa-fresón, constituyendo el 5,61% del total de frutas comercializadas, por los mismos motivos expuestos en el apartado anterior.
- Un desigual comportamiento de los cítricos, con descensos importantes en la naranja (-2,10%), compensados con el constante crecimiento de la mandarina (+3,15%) y este año del limón (+2,06%).
- Entre las frutas de hueso debemos destacar el buen comportamiento de la cereza (+12,86%) y de la ciruela (+1,46%) por campañas excelentes.
- También es destacable los descensos de melón (-0,70%) y de sandía (-1,10%).
- Una significativa reducción de entradas de algunos productos de importación como kiwi, piña...etc.
- Por lo que a hortalizas y verduras se refiere son destacables los descensos registrados en tomate (-3,15%), lechugas (-2,20%) y zanahorias (-3,16%).
- Dentro de estos productos proporcionaron buenos datos estadísticos, el pimiento (+3,59%) y la judía verde (+5,24%). En este último caso al estar asentado en MERCAOLID algún operador especializado con conexiones con la producción marroquí.
- Finalmente destacar el descenso de la comercialización de la patata (-1,91%) y ello a pesar de las bajas cotizaciones del producto a lo largo de casi todo el año.



€ 19

MOVIMIENTO MENSUAL DE TONELADAS COMERCIALIZADAS 2014

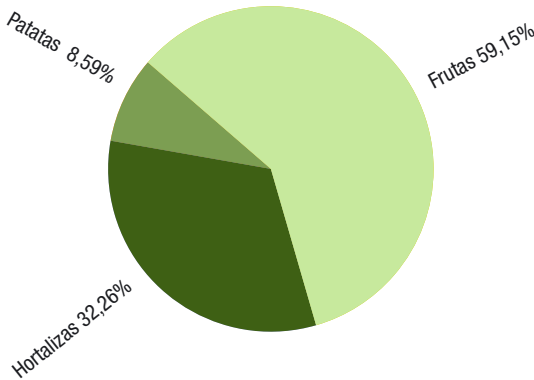


COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS (KG) 2014

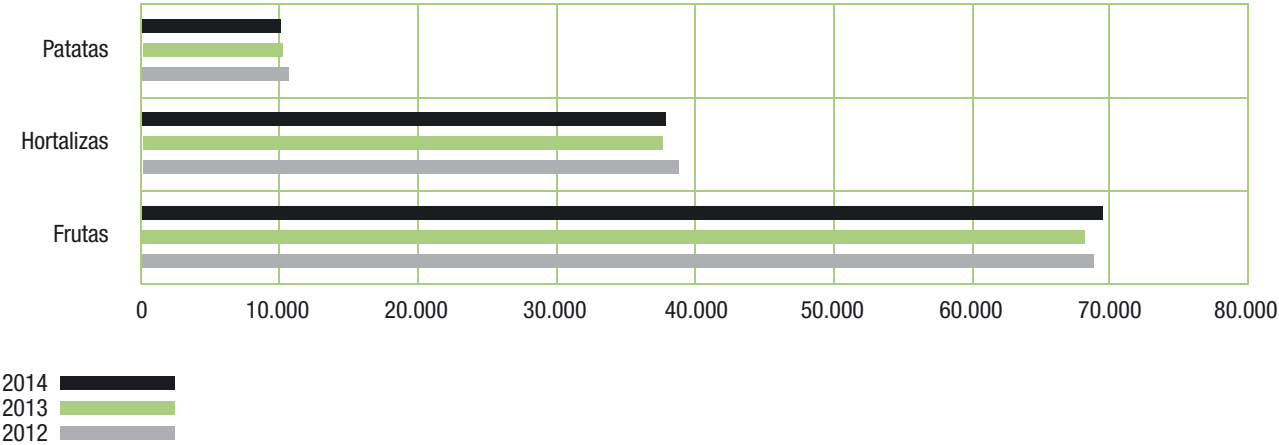
	2014	2013	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC. ANUAL
ENERO	8.538.245	8.357.794	180.451	2,16	7,27%
FEBRERO	8.358.770	8.241.715	117.055	1,42	7,12%
MARZO	9.997.176	9.414.127	583.049	6,19	8,51%
ABRIL	10.020.671	9.832.017	188.654	1,92	8,53%
MAYO	11.571.350	11.329.456	241.894	2,14	9,85%
JUNIO	11.688.825	11.515.184	173.641	1,51	9,95%
JULIO	11.054.457	10.772.268	282.189	2,62	9,41%
AGOSTO	9.010.380	8.647.995	362.385	4,19	7,67%
SEPTIEMBRE	9.186.594	9.309.655	-123.061	-1,32	7,82%
OCTUBRE	9.310.100	9.588.247	-278.147	-2,90	7,93%
NOVIEMBRE	9.305.771	9.681.113	-375.342	-3,88	7,92%
DICIEMBRE	9.433.293	9.390.911	42.382	0,45	8,03%
TOTAL	117.475.632	116.080.482	1.395.150	1,20	100,00%

€ 20

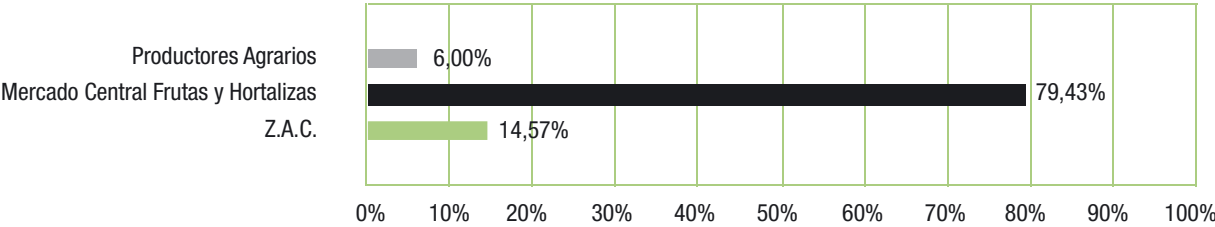
COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2014



EVOLUCIÓN COMERCIAL (TM) POR FAMILIAS 2012-2014



COMERCIALIZACIÓN POR TIPOLOGÍA DE OPERADOR 2014



€ 21

FRUTAS MÁS COMERCIALIZADAS 2014 (KG)

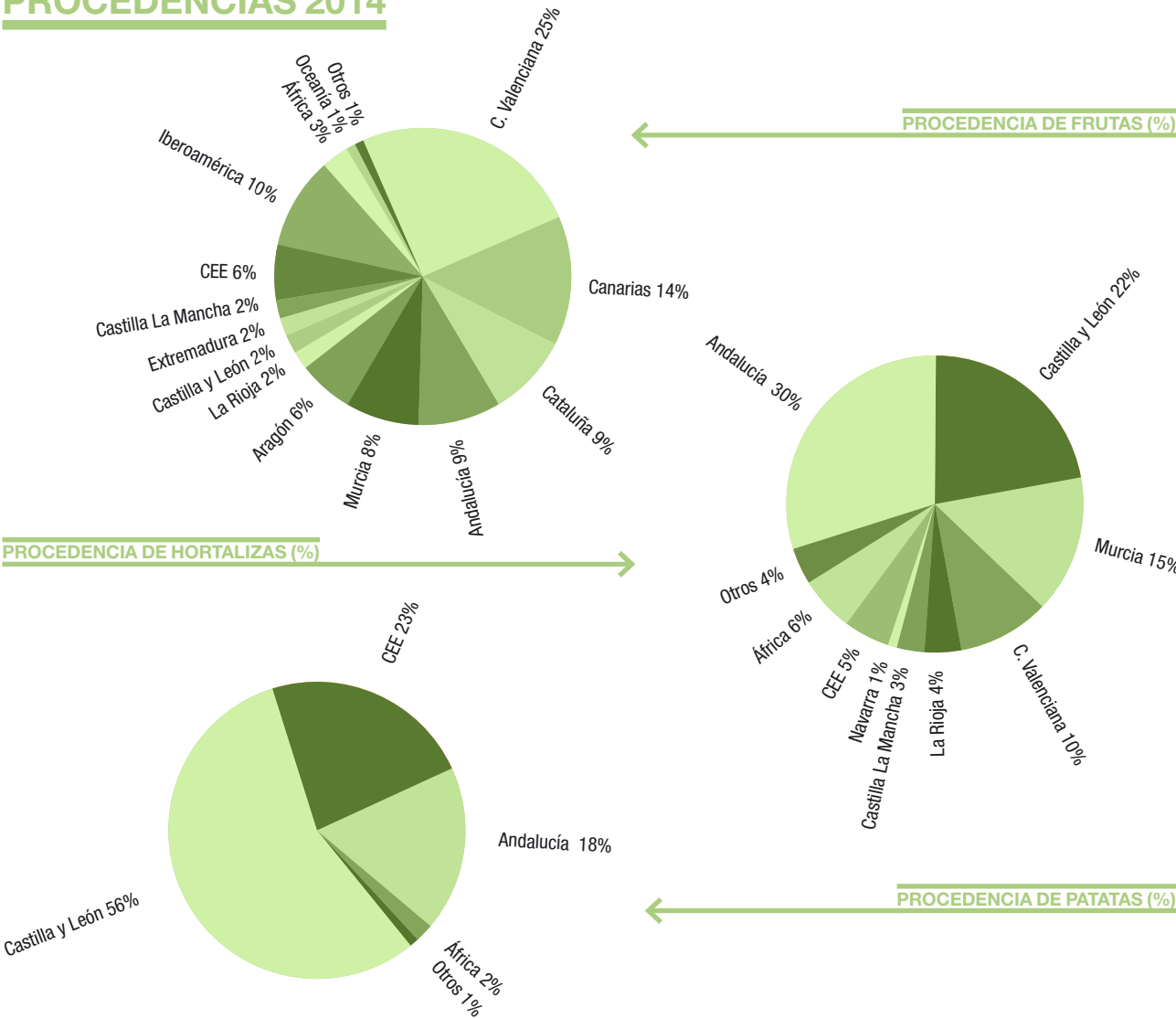
PRODUCTOS	2014	2013	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
NARANJAS	15.194.978	15.520.917	-2,10%	21,87%
PLÁTANOS	14.506.356	13.226.072	9,68%	20,88%
MANZANAS	5.497.213	5.508.230	-0,20%	7,91%
MANDARINAS	4.908.779	4.758.874	3,15%	7,06%
MELOCOTONES	4.593.264	4.679.841	-1,85%	6,61%
MELONES	4.307.848	4.338.215	-0,70%	6,20%
PERAS	4.239.238	4.083.257	3,82%	6,10%
SANDÍAS	3.865.641	3.908.636	-1,10%	5,56%
FRESA / FRESÓN	3.894.900	3.746.898	3,95%	5,61%
KIWIS	1.867.685	2.344.865	-20,35%	2,69%
NECTARINAS	1.505.237	1.431.922	5,12%	2,17%
PIÑAS	1.272.734	1.416.352	-10,14%	1,83%
LIMONES	1.431.209	1.398.621	2,33%	2,06%
CEREZAS	1.331.872	1.180.109	12,86%	1,92%
UVAS	944.853	1.107.682	-14,70%	1,36%
CIRUELAS	1.014.854	869.254	16,75%	1,46%

HORTALIZAS MÁS COMERCIALIZADAS 2014 (KG)

PRODUCTOS	2014	2013	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
TOMATES	9.924.653	10.247.448	-3,15%	20,68%
PATATAS	10.017.586	10.212.648	-1,91%	20,88%
LECHUGAS	5.877.375	6.009.586	-2,20%	12,25%
CEBOLLAS	4.479.536	4.425.982	1,21%	9,33%
PIMIENTOS	3.339.129	3.223.409	3,59%	6,96%
ZANAHORIAS	2.537.991	2.620.809	-3,16%	5,29%
COLIFLORES	1.887.642	1.832.306	3,02%	3,93%
J. VERDES	1.702.710	1.617.930	5,24%	3,55%
CALABACINES	1.619.187	1.567.006	3,33%	3,37%
CHAMPIÑONES/SETAS	1.268.349	1.291.598	-1,80%	2,64%
PUERROS	1.209.103	1.247.784	-3,10%	2,52%
PEPINOS	1.199.788	1.171.325	2,43%	2,50%
COLES-REPOLLOS	905.304	944.205	-4,12%	1,89%
ACELGAS	820.764	814.250	0,80%	1,71%
ALCACHOFAS	747.669	780.529	-4,21%	1,56%

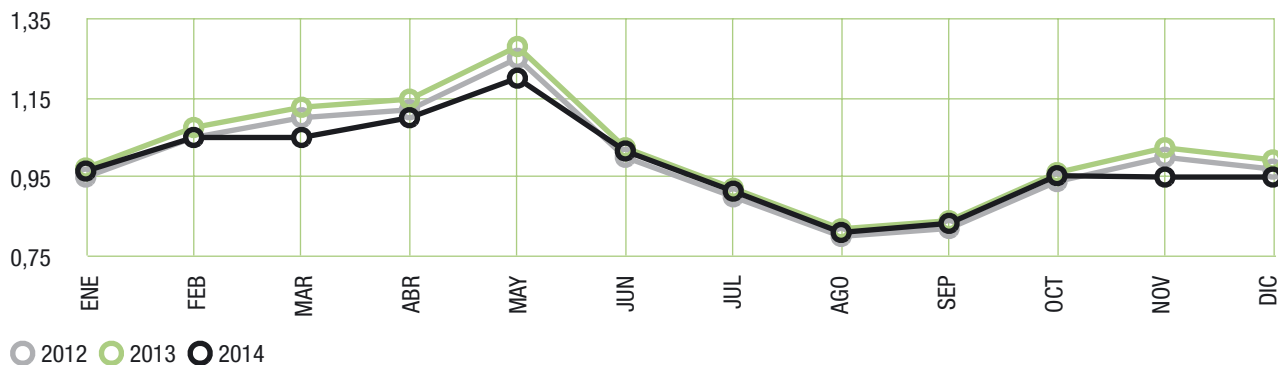
PROCEDENCIAS 2014

€ 22



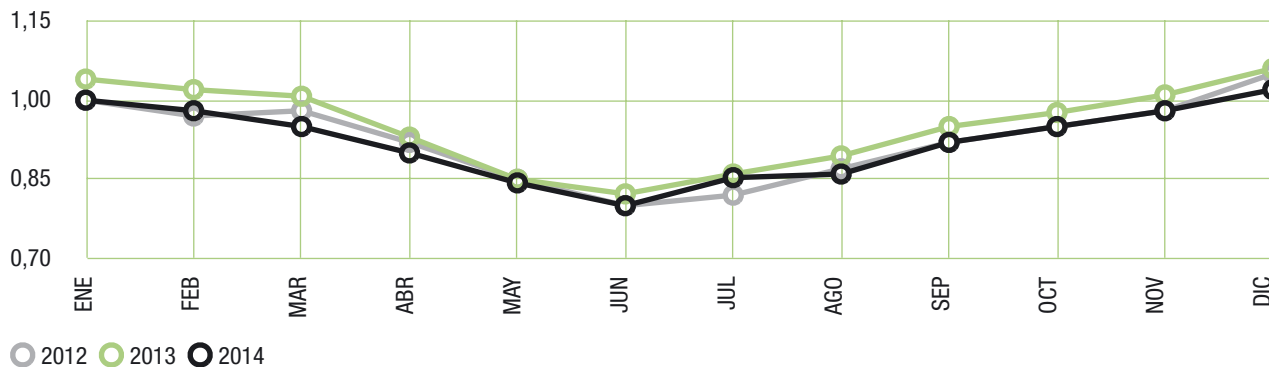
PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE FRUTAS 2012-2014

€/Kg



PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE HORTALIZAS Y VERDURAS 2012-2014

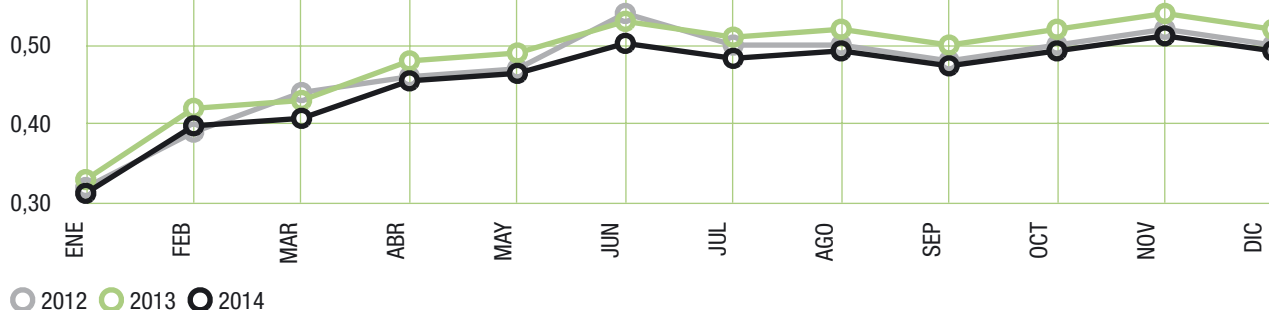
€/Kg



€ 23

PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PATATAS 2012-2014

€/Kg





MEJORA
DE PRODUCTOS
PESQUEROS

€ 25

€ 26

MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS

INTRODUCCIÓN

Sin lugar a dudas es el sector de productos pesqueros el que peores datos sigue proporcionando en los últimos años de entre todos los sectores presentes en MERCAOLID.

A esta situación han influido diversos factores de indudable importancia que se han ido intensificando desde el año 2007, y entre los que debemos destacar los siguientes:

- Una alteración de los hábitos de compra doméstico por efecto de la crisis económica y la pérdida de disponibilidades de renta con una clara penalización del consumo de productos pesqueros, en favor de otros productos alternativos o sustitutivos.
- De esta forma, en los últimos siete años se ha reducido en casi 4,5 kg el consumo per cápita anual, pasando de los 30,1 kg/persona del año 2008 a los 26,4 kg/persona en el año 2014, o lo que es lo mismo un descenso porcentual del 12,29%.
- Una pérdida por parte del comercio especializado de una cuota de mercado de 8 puntos aproximadamente en favor de los supermercados en los últimos años.
- Un exceso de oferta de determinados productos o pesquerías que da lugar a sistemáticas situaciones de saturación de mercado con la consecuente pérdida de rentabilidad.
- Un incremento de la morosidad y de la asunción de riesgos por parte de las empresas mayoristas.

Todos estos factores entre otros han influido notablemente en una reestructuración del sector mayorista con un proceso de selección y exclusión de operadores. En el caso de MERCAOLID intensificado en los últimos tres años.

Los últimos años de crisis demuestran que han logrado solventar mejor la situación aquellas empresas que años anteriores comenzaron procesos de diversificación (nuevos nichos de venta, apertura de los canales de comercialización distintos de los tradicionales, incorporación de nuevos productos..etc) y especialmente aquellas que incluyeron dentro de su objeto actividades que incorporan valor añadido, que les ha permitido ensanchar los márgenes comerciales.

Según los datos facilitados por el MAGRAMA el consumo doméstico de productos de la pesca cayó un 4% y el gasto un 2,8% respecto al año 2013. Por el contrario el precio medio de la categoría se incrementó en 1,3%.

El consumo per cápita quedó fijado en 26,40 kg/persona/año con una reducción del 2,9% respecto al año 2013.

Al igual que sucede en años anteriores, la única subcategoría que crece es el sector de las conservas. Descendiendo el resto de subcategorías: pescados frescos (-3,5%), mariscos y moluscos frescos (-4,4%) y productos congelados (-4,8%).



LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE MERCAOLID

El sector empresarial de productos pesqueros en MERCAOLID, en su conjunto comercializó un total de 17.542 Tm, alcanzando un volumen de comercialización similar al año anterior, con un leve descenso del -0,12%. Datos muy diferentes a los de años anteriores que registraron descensos muy superiores.

A ello sin lugar a dudas ha contribuido un mejor comportamiento e incremento de actividad de las salas de elaborados, de las empresas con plataformas de productos congelados y de las plataformas de compra de cadenas de supermercados.

Desglosado por áreas de actividad, las empresas asentadas en el Mercado Central de Pescados registraron un descenso conjunto del 5,12% en su actividad comercial respecto al año anterior. Por el contrario y a diferencia de lo ocurrido en el 2013 las empresas asentadas en la Z.A.C., pertenecientes al sector de productos pesqueros incrementaron su actividad un 13,81%.

€ 28

Por lo que a cotizaciones medias se refiere se han invertido las tendencias de los últimos años, incrementándose el precio medio ponderado de los productos pesqueros frescos un 3,06% y el de productos congelados un 1,47%. La recuperación de cotizaciones se produce en casi todos los productos de mayor comercialización.

Del volumen total de géneros comercializados el 58,81% fueron pescados frescos, con un descenso del 0,27% respecto al 2013. Los mariscos y moluscos frescos representaron el 15,61% con un descenso del 6,10% respecto al 2013. Finalmente los productos congelados representaron el 25,80%, siendo los únicos que registran incrementos positivos respecto al año anterior equivalente a un 4,31%.

Por lo que a pescados frescos más comercializados se refiere, la práctica totalidad registra moderados descensos de comercialización con la excepción del bacalao, chicharro y salmón por el moderado crecimiento de sus precios. Los mariscos y moluscos frescos registran también moderados descensos por razón de precio fundamentalmente.

Por lo que a temporalidad se refiere debemos detectar la estabilidad a lo largo de todo el año, con un repunte

especial en las épocas próximas a las Navidades. En el año 2014 el repunte navideño se produjo bien entrado el mes de diciembre, a diferencia de otros años que empieza a atisbarse en el mes de noviembre, lo que pone de manifiesto el comportamiento cauteloso del comprador en política de aprovisionamiento.

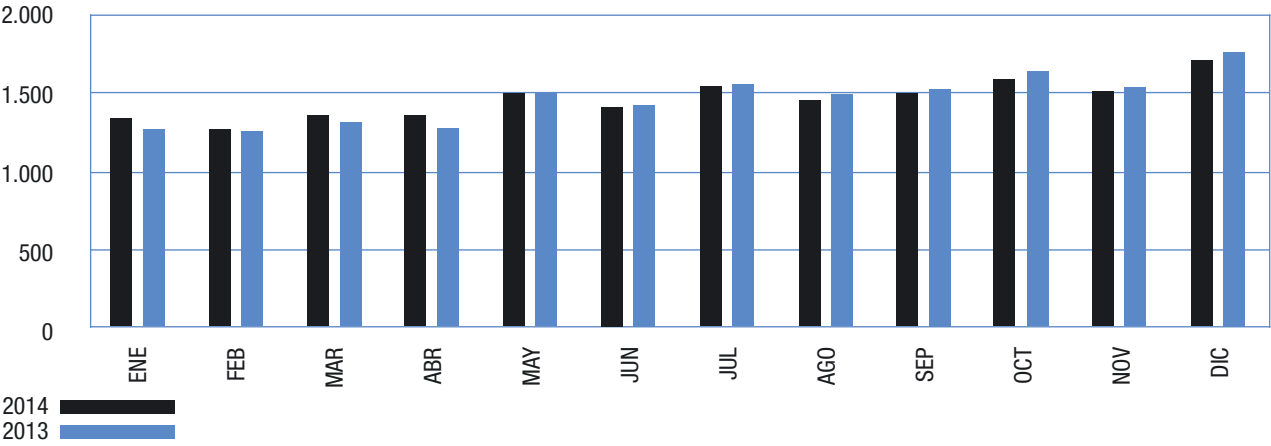
A lo largo del año 2014 por los factores anteriormente expuestos han cesado en la actividad un conjunto de empresas por dificultades económico-financieras. Ante esta situación el Consejo de Administración ha adoptado una serie de medidas y ayudas, con un doble objetivo: favorecer el acceso a mayor espacio comercial a los operadores ya presentes y la reconversión de espacio comercial en espacios destinados a usos o actividades complementarias relacionadas con el sector de productos pesqueros (salas de elaboración, frío complementario..etc).

Medidas que han permitido en unos casos, incrementar la superficie media por empresa o la mejora de las estructuras comerciales en otros.

No obstante lo anterior parece recomendable profundizar en un auténtico estudio de redimensionamiento del Mercado Central de Pescados.



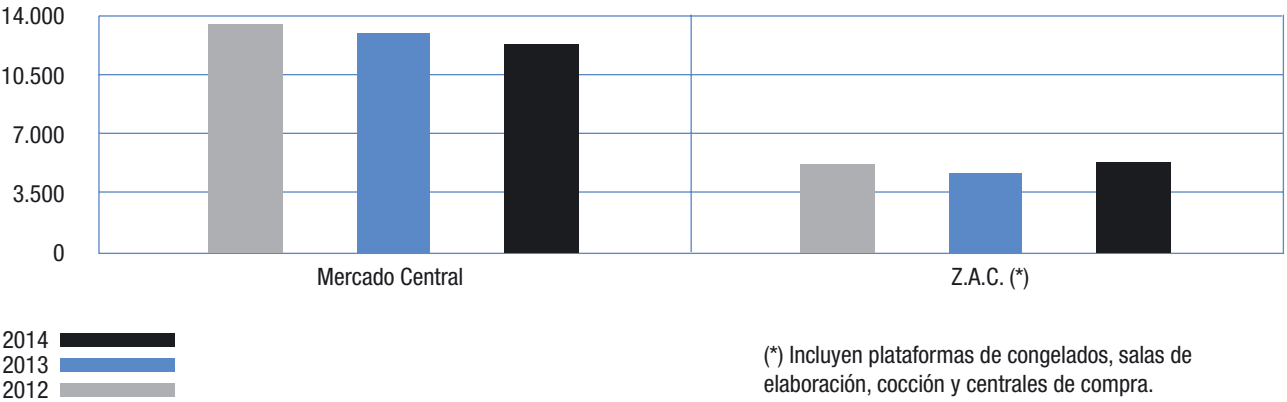
COMPARATIVA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS 2013-2014 (TM)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (KG) 2014

	2014	2013	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC. ANUAL
ENERO	1.339.719	1.269.879	69.840	5,50%	7,64%
FEBRERO	1.270.288	1.254.697	15.591	1,24%	7,24%
MARZO	1.356.987	1.312.997	43.990	3,35%	7,74%
ABRIL	1.359.215	1.273.908	85.307	6,70%	7,75%
MAYO	1.496.880	1.506.128	-9.248	-0,61%	8,53%
JUNIO	1.412.881	1.425.317	-12.436	-0,87%	8,05%
JULIO	1.542.891	1.554.812	-11.921	-0,77%	8,80%
AGOSTO	1.455.881	1.492.405	-36.524	-2,45%	8,30%
SEPTIEMBRE	1.499.533	1.528.320	-28.787	-1,88%	8,55%
OCTUBRE	1.588.368	1.640.890	-52.522	-3,20%	9,05%
NOVIEMBRE	1.510.258	1.538.809	-28.551	-1,86%	8,61%
DICIEMBRE	1.709.876	1.765.206	-55.330	-3,13%	9,75%
TOTAL	17.542.777	17.563.368	-20.591	-0,12%	100,00%

EVOLUCIÓN COMERCIAL SECTOR PESCADOS 2012-2014 (KG)



PRODUCTOS PESQUEROS MÁS COMERCIALIZADOS 2014

PESCADOS FRESCOS (KG)

PRODUCTOS	2014	2013	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
MERLUZA	1.425.094	1.436.876	-0,82%	13,81%
PESCADILLA	1.191.799	1.226.131	-2,80%	11,55%
GALLO	836.735	891.471	-6,14%	8,11%
BOQUERÓN	858.584	849.915	1,02%	8,32%
DORADA	687.268	714.045	-3,75%	6,66%
LUBINA	700.901	713.748	-1,80%	6,79%
SALMÓN	660.282	618.357	6,78%	6,40%
CHICHARRO	623.474	601.867	3,59%	6,04%
SARDINA	575.182	582.463	-1,25%	5,58%
BACALAO	551.557	507.459	8,69%	5,35%
ATÚN - BONITO	464.990	492.835	-5,65%	4,51%
CONGRIO	394.394	407.053	-3,11%	3,82%
BACALADILLA - LIRIO	295.891	317.037	-6,67%	2,87%
TRUCHA	224.604	239.348	-6,16%	2,18%
PALOMETA	205.599	175.651	17,05%	1,99%

MARISCOS FRESCOS (KG)

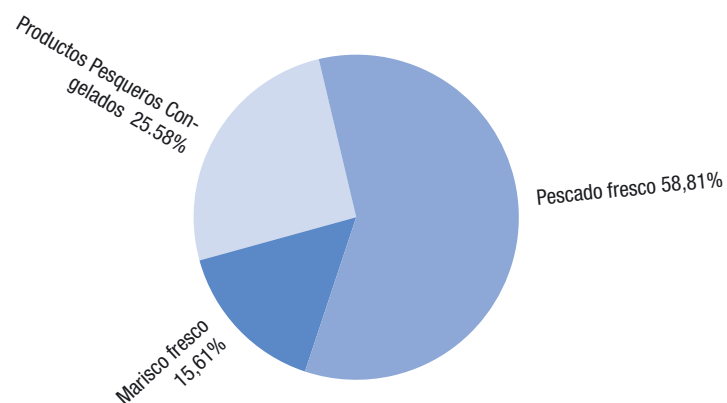
PRODUCTOS	2014	2013	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
MEJILLÓN	809.694	833.705	-2,88%	29,56%
CALAMAR	409.584	437.169	-6,31%	14,95%
PULPO	274.268	302.791	-9,42%	10,01%
ALMEJA	292.961	292.347	0,21%	10,69%
NÉCORA	147.492	149.283	-1,20%	5,38%
GAMBA	116.481	138.916	-16,15%	4,25%
BUEY	116.122	112.827	2,92%	4,24%
CENTOLLO	67.147	64.602	3,94%	2,45%
BOGAVANTE	64.476	53.636	20,21%	2,35%
CHIRLA	41.628	43.986	-5,36%	1,52%
LANGOSTINO	42.635	35.804	19,08%	1,56%
BÍGARO	29.336	32.191	-8,87%	1,07%

€ 31

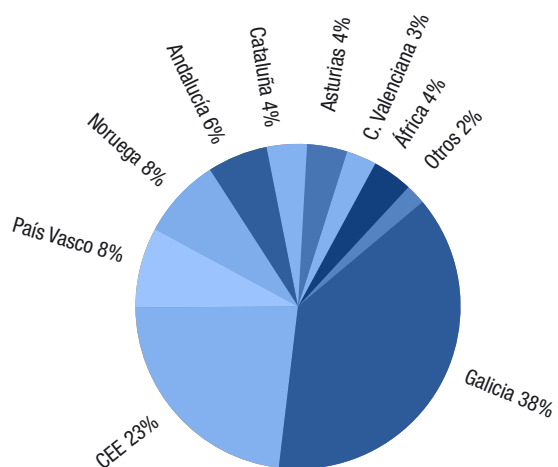
CONGELADOS

PRODUCTOS	2014	2013	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
CALAMAR	872.498	825.213	5,73%	19,45%
LANGOSTINO	624.481	619.156	0,86%	13,92%
MERLÚCIDOS	443.397	476.310	-6,91%	9,88%
GAMBA	445.101	462.011	-3,66%	9,92%
PULPO	306.918	304.271	0,87%	6,84%
POTA	194.372	190.300	2,14%	4,33%
SEPIA	124.254	129.661	-4,17%	2,77%
CRUSTÁCEOS	128.744	124.571	3,35%	2,87%
CHIPIRÓN	99.632	101.904	-2,23%	2,22%

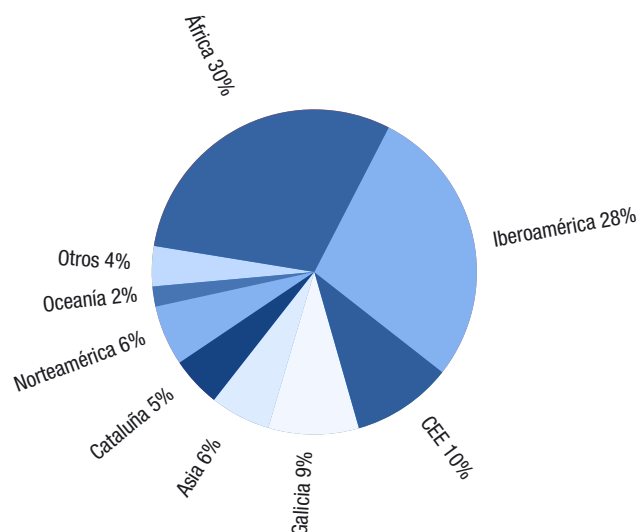
COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2014 (%)



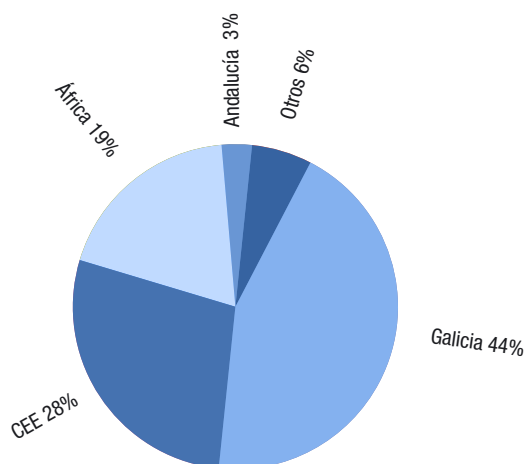
PROCEDENCIA DE PRODUCTOS PESQUEROS 2014



PROCEDENCIAS PESCADOS FRESCOS (%)



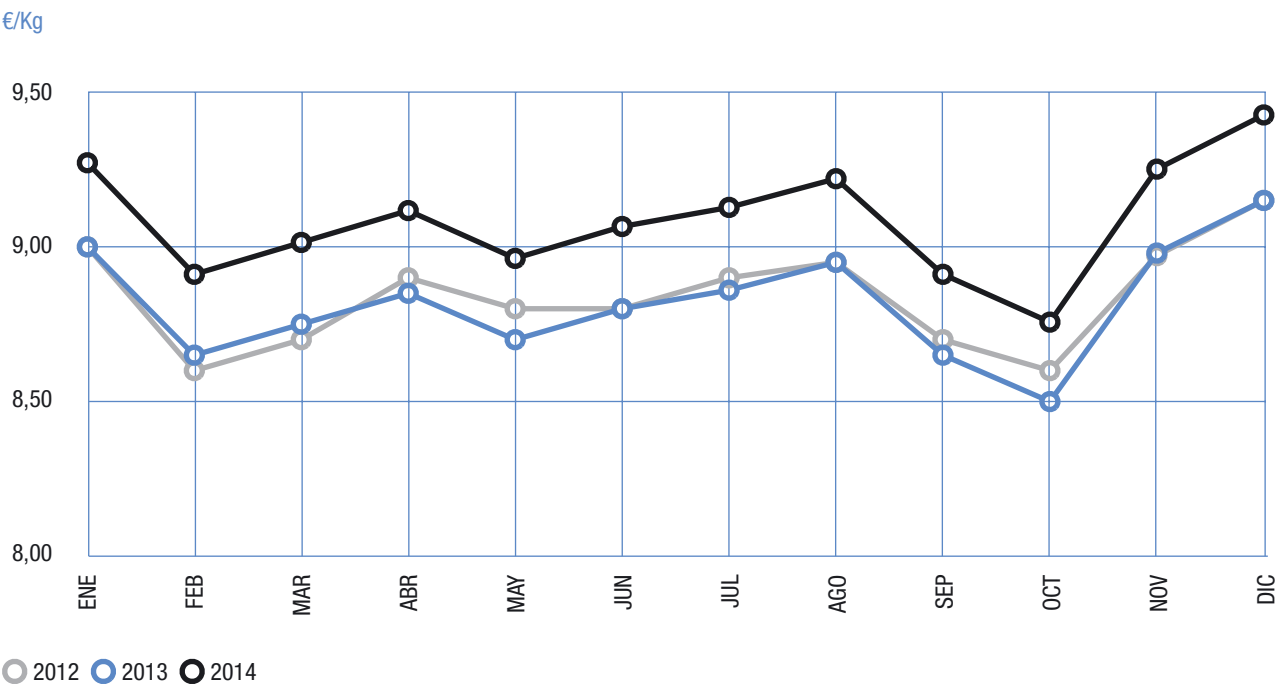
PROCEDENCIAS MARISCOS FRESCOS (%)



PROCEDENCIAS CONGELADOS (%)

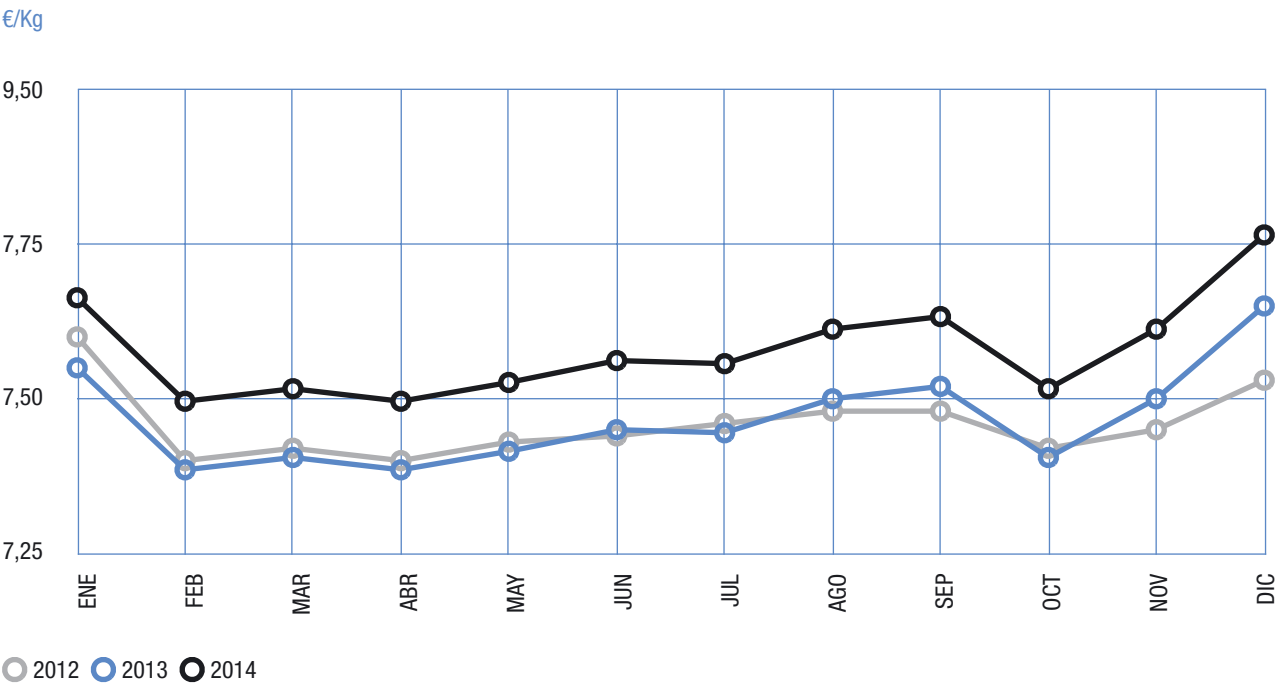
€ 32

PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS 2012-2014



€ 33

PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS 2012-2014







€ 35

ZAC

€ 36

La Zona de Actividades Complementarias constituye una parte esencial de MERCAOLID, ocupando el 43% del espacio total de la Unidad Alimentaria de Valladolid.

A día de hoy se encuentra construida el 100% de la superficie edificable y explotado más del 97% de dicha superficie por más de 36 empresas.

En el caso de MERCAOLID la Zona de Actividades Complementarias ha integrado tres tipos fundamentales de actividades:

- a. Actividades Complementarias o que aportan valor añadido de las propias empresas mayoristas asentadas en los Mercados Centrales.
- b. Actividades que se aprovechan de las sinergias generadas por los Mercados Centrales anexas.
- c. La incorporación de nuevos sectores relacionados con la alimentación, en especial la incorporación del sector cárnico.

En conjunto las empresas de la ZAC comercializaron casi 50.000 Tm de productos diversos, con un incremento del 3,80% respecto al 2013. Representando casi el 30% de la totalidad de productos comercializados en MERCAOLID.

Por sectores, de nuevo el sector cárnico fue el de mayor importancia, representando el 41,60% del total de productos comercializados, seguido por el sector hortofrutícola, en el que se incluyen los almacenes de maduración de plátanos y almacenes de patatas que representó el 34,83% del total de productos comercializados en la ZAC. A estos sectores le siguen los de alimentación seca o envasada (16,99%), congelados (5,72%) y otros productos (0,86%).

A lo largo del año 2014 son destacables tres aspectos:

- Un incremento de la actividad de despiece de algunas empresas cárnicas.
- La incorporación de un grupo cárnico importante a nivel nacional.
- Y el aumento de actividad de alguna empresa maduradora de plátano-banana para atender a plataformas de una importante cadena de supermercados.

El sector cárnico comercializó un total de 20.449 Tm, registrado un incremento del 0,99%.

Como en años anteriores dentro de este sector destacó la carne de vacuno (64,04%), porcino (24,67%), aves (4,74%), ovino (0,80%) y otros productos o elaborados cárnicos (5,75%).

Según los datos facilitados por MAGRAMA, en el Informe de Consumo para 2014, el consumo doméstico de productos cárnicos en España se redujo un 4,3% en volumen y un 4% en valor, con un consumo per cápita de 51 kg.

Estos descensos fueron inferiores en la carne fresca, con una variación negativa del 3,3% en volumen y del 2,8% en valor. Quedando fijado el consumo doméstico per cápita en 37,68 kg

con una variación negativa del 2,2%.

Dentro de la cesta de perecederos, la carne fresca sigue siendo la categoría más importante, con un 26% del gasto total. Con un consumo casi cuatro veces a la semana en casi un 90% de los españoles.

Dentro de los tipos de carne, la de ave es la más consumida con casi un 38% del volumen y un 31% del valor. Seguida del cerdo (29% del volumen y valor) y el vacuno (15,5% del volumen y 24,4% del valor).

Las carnes frescas acumulan dos años negativos en lo que a consumo se refiere, debido al alza de precios por encima del 1%.

La hipersensibilidad al precio por parte del consumidor derivada de la crisis económica, según la Consultora Nielsen, provocó que la cesta de la compra de los españoles incluyera más carne de cerdo y menos de pollo. La bajada del 2,5% del importe de la carne de cerdo fue premiada con un aumento en sus compras del 0,8%. Por el contrario, el pollo que se encareció el 2% provocó una caída del 5,4% en sus compras.

Podríamos definir a la charcutería como uno de los únicos nichos de mercado alimentario de este sector de mayor crecimiento. En este sentido los españoles aumentaron la compra de estos productos en un 0,7% a lo largo del 2014 a pesar de encarecerse un 0,9%.

El descenso de consumo más significativo en España fue el de carne de vacuno que cayó un 6% de volumen y un 4,9% de valor respecto al 2013, con un incremento en el precio medio del 1,1%.

Las tendencias observadas a nivel nacional no se cumplieron en MERCAOLID. El volumen de carne de pollo vendido creció un 33% como consecuencia de la instalación en MERCAOLID de una empresa especializada en dicho sector de carne y el incremento del despiece de otras salas de elaboración de este tipo de producto.

También creció la actividad de comercialización de otros productos en especial de charcutería o embutidos (+17,71%). Por el contrario decreció el volumen comercializado de carne de vacuno (-0,21%) y en especial de producto porcino (-3,57%). El ovino se mantuvo en niveles parecidos a los de años anteriores.

Y al igual que años anteriores, debemos destacar el importante volumen de plátanos-bananas madurados por las empresas especializadas asentadas en la ZAC como consecuencia de una importante cuota de estas a nivel regional y los convenios de aprovisionamiento con algunas importantes cadenas de supermercados para las plataformas ubicadas en el Noroeste y Centro de España.

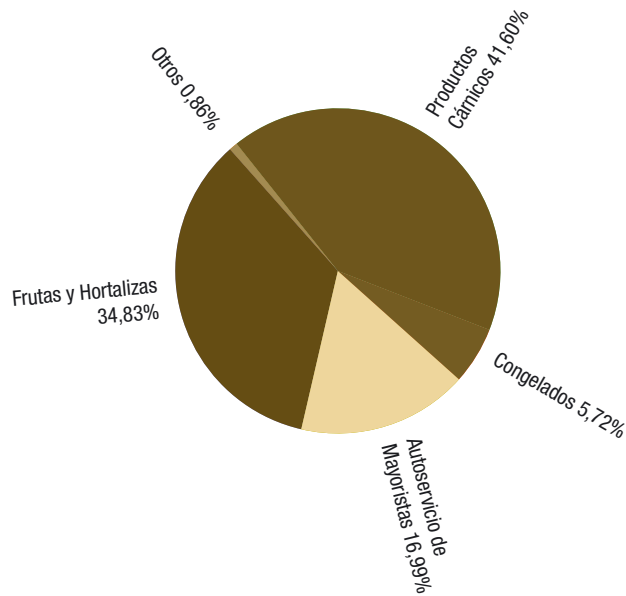
Finalmente debemos reseñar el incremento de la actividad de las Plataformas de productos congelados.



COMERCIALIZACIÓN Z.A.C. 2014 (KG)

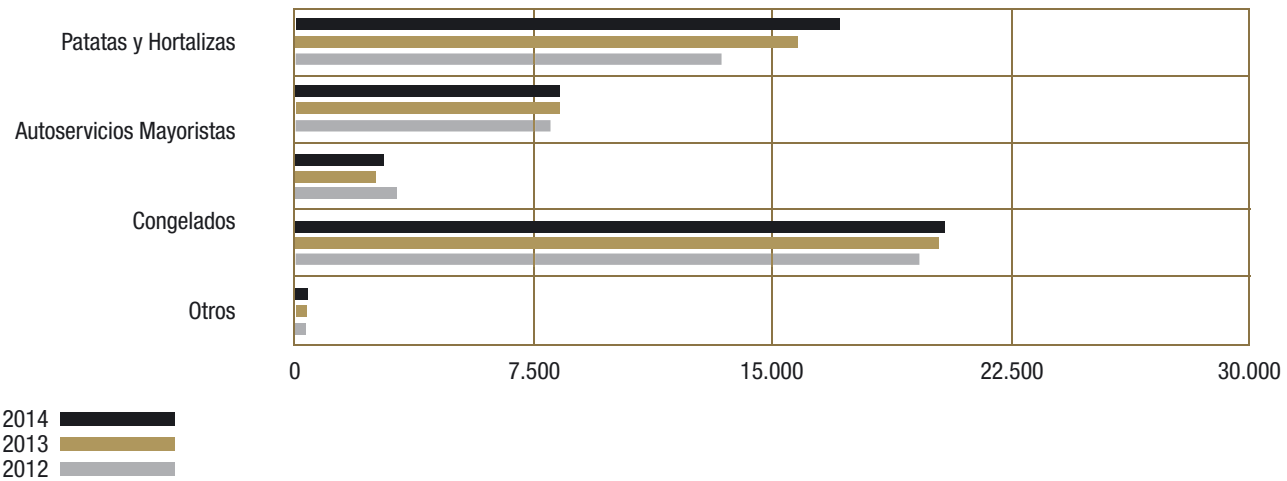
PRODUCTOS	2014(KG)	2013(KG)	DIFERENCIA ABSOLUTA	DIFERENCIA RELATIVA (%)	% SOBRE TOTAL
PRODUCTOS CÁRNICOS	20.449.239	20.248.800	200.439	0,99	41,60%
CONGELADOS	2.810.691	2.566.755	243.936	9,50	5,72%
AUTOSERVICIO MAYORISTAS	8.353.101	8.334.765	18.336	0,22	16,99%
FRUTAS Y HORTALIZAS	17.121.205	15.826.055	1.295.150	8,18	34,83%
OTROS	421.977	381.017	40.960	10,75	0,86%
TOTALES	49.156.213	47.357.392	1.798.821	3,80	100,00%

Z.A.C. COMERCIALIZACIÓN 2014 (% SOBRE TOTAL)

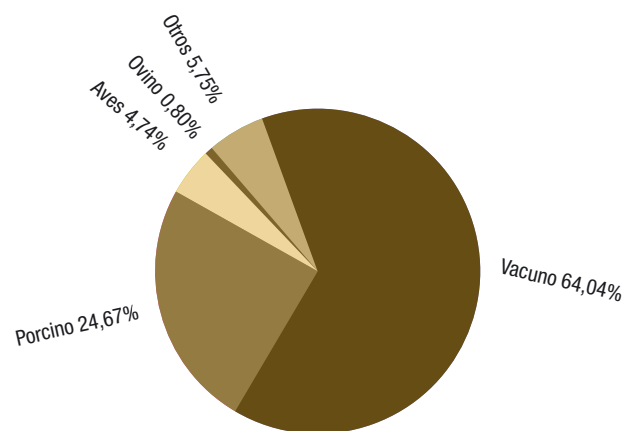


€ 38

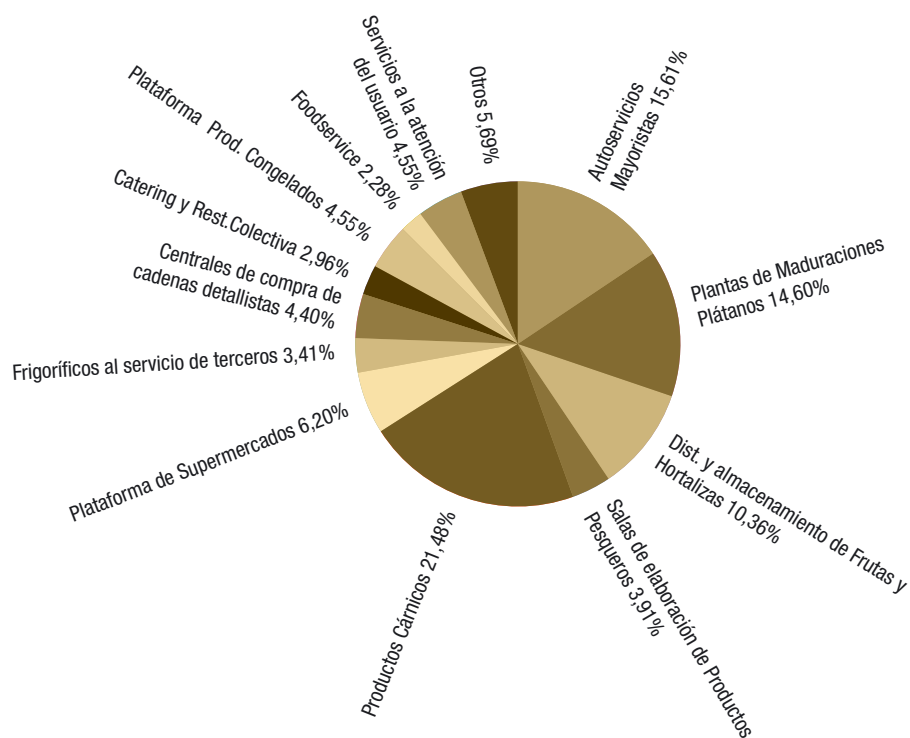
EVOLUCIÓN COMERCIAL 2013-2014 (TM)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS 2014
(% SOBRE TOTAL FAMILIA)



DISTRIBUCIÓN DE SUPERFICIE POR SECTORES Z.A.C.



€ 39



SERVICIOS Y



mercaolid

2014

ACTIVIDADES



€ 41

SERVICIOS Y ACTIVIDADES

ACCESOS Y MOVILIDAD

A lo largo del 2014 los vehículos de desabastecimiento y compradores que accedieron al recinto de MERCAOLID fueron 291.974, con un incremento porcentual del 1,29% respecto al año anterior.

Datos que ponen de manifiesto una media diaria de 1.154 vehículos en días de mercado.

Al igual que en años anteriores, sigue existiendo una tendencia a la concentración de actividad conjunta los martes, jueves y viernes. Siendo los lunes los días de mayor concentración y aprovisionamiento para el sector hortofrutícola.

A lo largo del 2014 se incrementó la solicitud de abonos que permite una minoración de los gastos de acceso al recinto. También creció la figura del abono nocturno por las ventajas que proporcionan al minorista habitual.

La media mensual de actos de desabastecimiento ha quedado fijada en 24.331 vehículos, existiendo repuntes al alza en los meses de verano y diciembre como viene siendo habitual.

Por lo que a vehículos de abastecimiento se refiere, a lo largo del año 2014 accedieron al recinto un total de 39.127 vehículos, registrando un descenso de entrada de vehículos del 1,05% respecto al año 2013.

El fuerte grado de saturación de explotación de las instalaciones y la creciente dotación de vehículos por parte de las empresas, ocasiona ciertos problemas diarios en determinados horarios. Situación que provoca la necesidad de un control minucioso de vigilancia, tanto de las rotaciones como de los tiempos autorizados para estacionamiento.

A raíz de la incorporación de nuevas empresas con importante distribución capilar el problema se ha agudizado, provocando problemas de interna saturación en algunos puntos concretos de la Unidad Alimentaria.

Los días más importantes para el aprovisionamiento de géneros son los domingos y miércoles en el caso del Mercado Central de Frutas; las madrugadas de los martes y viernes en el caso del Mercado Central de Pescados; y los lunes y miércoles en la ZAC.

El abono nocturno y la modificación de los horarios para depósito de envases ha permitido mayor fluidez en las

entradas al reducirse los momentos de concentración de compradores. No obstante lo anterior dicha figura está generando el problema de acceso de ciertos compradores a las naves antes de hora, lo que obligará a la adopción de ciertas medidas, inclusive la posible retirada de dichos abonos.

SEGURIDAD Y RIESGOS LABORALES

A lo largo del año el servicio integral de seguridad y vigilancia de MERCAOLID fue prestado por la empresa "Grupo Norte Soluciones de Seguridad S.A.", empleando una media de 10 recursos humanos con cobertura integral de 24 horas los 365 días del año. Con presencia reforzada en determinados horarios y campañas especiales (navidades, punto limpio, zona recogida de envases... etc)

Así mismo un año más la empresa encargada del mantenimiento de los sistemas pasivos de seguridad ha sido la empresa "Eulen Seguridad S.A."

A diferencia de años anteriores en que no se detectaron incidentes graves desde el punto de vista de seguridad, en los últimos meses algunas empresas de MERCAOLID han sufrido distintos robos o tentativas de robo con el consiguiente daño de instalaciones en este último caso.

Analizada la operativa y modus operandi, la dirección de MERCAOLID, adoptó las siguientes medidas:

- Sustitución de algunos vigilantes y operativa de vigilancia.
- Acordar una mejora importante en los sistemas de seguridad pasiva del recinto, con una inversión cercana a los 40.000€.

Esta última inversión, va a consistir fundamentalmente en:

- Incremento de la altura de las vallas perimetrales del recinto en la parte colindante con jardines.
- Instalación en parte del vallado del recinto de cable sensor detector de saltos y corte de valla.
- Instalación en parte del vallado de un sistema de videovigilancia con la instalación de cámaras analógicas con análisis de imagen.
- Sustitución de las cámaras interiores y exteriores actuales



- por otras de tecnología HD-CUI de alta definición.
- Sustitución de los sistemas de videograbación.
- Ampliación del número de cámaras de exteriores.

Asimismo se ha realizado una tarea de consultoría para la mejor coordinación de los sistemas privados de seguridad de las diversas empresas con los propios de MERCAOLID.

La saturación de tareas en determinados momentos del día en puntos concretos, como son el de los almacenes de recogida de envases y punto limpio, también ha generado algún accidente y sistemáticas situaciones de riesgo. Para reducir las mismas a lo largo del 2014 entraron en vigor una serie de reglas de funcionamiento interior que establecieron un “recorrido verde” de única dirección así como espacios y horarios delimitados para diferenciar actividades.

Las reglas han mejorado el funcionamiento interno de estas tareas en el recinto y disminuido las potenciales situaciones de riesgo aunque es un capítulo manifiestamente mejorable.

Finalmente al igual que años anteriores se han vuelto a realizar actividades de comunicación con usuarios relativas al cumplimiento de la normativa vigente en materia de riesgos laborales en lo que a coordinación de actividades se refiere.

Un año más se han intensificado las tareas de policía y control en la realización de obras o mantenimiento en general por terceras empresas en el recinto de MERCAOLID.

MEDIO AMBIENTE

La empresa encargada de la gestión y explotación del “punto limpio” de MERCAOLID, “EUROPAC RECICLA S.A.U.” ha logrado recuperar para su posterior reutilización un total de 465 Tm de cartón, 51 Tm de poriexpan (EPS), 128 Tm de envases de madera y 3 Tm de film de plástico, según datos facilitados por esta.

En los últimos años se ha detectado un incremento exponencial en la utilización de envase no retornable de madera, cartón y plástico por parte de las empresas mayoristas frente al tradicional envase de plástico retornable.

Esta situación está generando un problema de saturación a la empresa gestora del punto limpio. Esto unido a la escasa valoración de alguno de los residuos, la está generando varios problemas para mantener una Cuenta de Explotación saneada.

Por otro lado, y tras una auditoría por parte de responsables del Servicio Municipal de Limpieza y de la Planta de Tratamiento (CTR), se llegó a la conclusión de la necesidad de mejorar sustancialmente los ratios de recuperación de residuo reutilizable generados en MERCAOLID.

Con la finalidad de alcanzar dicho objetivo se han adoptado una serie de medidas que entrarán en funcionamiento en el año 2015:

- Aprobación de reglas para mejorar la separación de residuos, unido a una campaña de sensibilización entre los usuarios.
- Adquisición de diversa tipología de contenedores según tipo de residuo para incrementar su separación.

- Racionalización de las tareas y horarios de los operarios de EUROPAC RECICLA S.A.U.
- Apoyo de los trabajadores del servicio de limpieza de MERCAOLID a los operarios de EUROPAC en determinadas tareas o momentos de saturación.

El objetivo no es otro que mejorar las ratios de separación de residuo reutilizable y que a la Planta de Tratamiento (CTR) vaya dirigido solo el mayor porcentaje de residuos orgánicos posible.

El Consejo de Administración de MERCAOLID ha acordado la compra de una planta fotovoltaica de 0,225Mw ya instalada sobre las techumbres de MERCAOLID por un operador que compensaba a MERCAOLID mediante el arrendamiento de la techumbre utilizada. La inversión asciende a 977.500€ y se ejecutará a lo largo del 2015.

Después de la compra, MERCAOLID dispondrá en techumbre de unas plantas fotovoltaicas de 0,450Mw a las que hay que sumar dos pequeñas plantas de autoconsumo instaladas en su momento para el Área Administrativa y el Centro de Control. Ello representa una importante apuesta por las energías renovables a pesar de la inseguridad existente en el marco regulatorio.

Finalmente a lo largo del 2014 se continuó el proceso de sustitución de luminaria en favor del LED.

CONTROL SANITARIO

El control higiénico-sanitario de productos comercializados en MERCAOLID es realizado por Inspectores Veterinarios pertenecientes a los Servicios Oficiales de Salud Pública de la Junta de Castilla y León.

Dichos inspectores desarrollaron a lo largo del 2014 los siguientes programas y actuaciones:

- Tramitación de la inscripción de empresas y establecimientos alimentarios ubicados en MERCAOLID, en los Registros Nacional, Autonómico y Local, teniendo en cuenta las diferentes formas de inscripción en el Registro de las empresas y establecimientos alimentarios en función de las actividades desarrolladas. Actualizaciones y bajas en el Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias (modificación de categorías, actividades y ampliación de actividad) de todas las industrias y establecimientos.
- Inspecciones realizadas.
 - Restauración y comidas preparadas: 32
 - Inspecciones diarias con controles normalizados:
 - 4.160 al año en establecimientos de pescados
 - 5.980 al año en establecimientos de fruta
 - Frutas y verduras: 150 controles normalizados.
 - Pescados, crustáceos y moluscos: 87 controles normalizados.
 - Carnes y derivados: 308 controles normalizados.
 - Almacenes: 52 controles normalizados.
- Retirada del consumo, por presentar alteradas sus características organolépticas, un total de 43.528 kg. de



productos diversos. Correspondiendo 42.633 kg. a frutas y verduras y 896 kg. a productos de la pesca y marisco.

- Toma de muestras para su determinación microbiológica y/o fisicoquímica, con un total de 41 muestras reglamentarias y/o prospectivas de las cuales:
 - 8 muestras (nitritos) correspondieron a productos y preparados cárnicos.
 - 14 muestras (cadmio, plomo, nematodos) de pescados, moluscos y crustáceos.
 - 3 muestras (cadmio, plomo) de hortalizas.

Como resultado de estos análisis no se procedió al “cierre cautelar” de ninguna empresa.

- En el programa de Control Oficial en Industrias y Establecimientos Alimentarios, se procedió a cumplimentar los cuestionarios de inspección, supervisión y verificación en industrias cárnicas y de la pesca. Ampliando actualmente la supervisión, y verificación del plan APPCC en Industrias.

OBRAS E INVERSIONES

A lo largo del año 2014 se realizaron inversiones por importe de 120.266€ correspondientes a reformas y mejoras de locales comerciales diversos y equipos para el proceso de información.

Asimismo se realizaron gastos por importe de 242.340€ con destino al mantenimiento de instalaciones en general (reparación de suelos, luminarias, pinturas, instalaciones eléctricas, techumbres, fachadas..etc).

Trascurridos dieciocho años desde la inauguración de MERCAOLID el grado de degradación de las instalaciones es importante, lo que obliga año tras año a subir las partidas de mantenimiento y conservación para mantener las instalaciones en un adecuado nivel de uso.

Asimismo en los próximos años se realizarán importantes inversiones para la reforma y transformación de espacios comerciales en nuevos usos como ya ha sucedido con la Nave de Productores Agrarios y en un futuro se prevé para el Mercado Central de Pescados.

CALIDAD

Por duodécimo año consecutivo MERCAOLID tiene implantado un sistema de calidad que afecta a los principales procesos y actividades que afectan al servicio público prestado por la Sociedad conforme a la Norma ISO 9001.

En la Auditoría de Calidad celebrada en octubre de 2014 realizada por nuestra empresa auditora S.G.S. el equipo auditor ha recomendado el mantenimiento del certificado del

Sistema de Gestión ya que se han cumplido correctamente los requisitos de la Norma y se demuestra la capacidad para cumplir con los requisitos del servicio.

Un año más en la Auditoría no nos han detectado No Conformidades en nuestro sistema.

ÁREA DE FORMACIÓN

A finales de verano de 2014 se concluyeron las obras de acondicionamiento del Centro de formación de MERCAOLID. Área explotada por la empresa especializada “Marsdigital S.L.”, con diversos centros de formación en distintas capitales de la geografía española.

El Área de Formación está integrado por cuatro aulas polivalentes de formación y una sala de profesores, con una superficie de 370 m2, sita en una zona anexa al Área Administrativa de MERCAOLID.

La empresa ha tenido más problemas de los deseados para la homologación y acreditación del Centro. Además han buscado una acreditación nacional para ampliar el espectro posible de cursos.

Los objetivos del Área de Formación son varios:

- Diseñar una formación a la carta de las empresas y trabajadores en función de las necesidades específicas.
- Diseñar una formación específica para un perfil profesional que se ha dado en llamar “trabajador de merca” que abarcaría distintas materias.
- Una oferta externa tanto para empresas de la Unidad Alimentaria como para empresas de fuera, encajadas en las programaciones de las Consejerías de Empleo y Educación de la Administración Autonómica.

No obstante todo lo anterior, se contempla como indispensable para sus gestores la ampliación del radio de acción del Área de Formación para su futura viabilidad.

IMPLICACIÓN SOCIAL

A lo largo del 2014 y como viene siendo habitual, se articularon visitas al recinto de MERCAOLID para distintos tipos de colectivos, entre los que cabe destacar:

- Centros escolares de nuestra capital a través del programa municipal “conoce tu ciudad”.
- Centros escolares de la provincia de Valladolid o limítrofes a través de la Junta de Castilla y León.
- Colectivos de Escuelas de Formación de cadenas de supermercados.
- Colectivos de Escuelas de Formación de restauración a través de la Escuela Internacional de Cocina de Valladolid o de otros centros de formación.



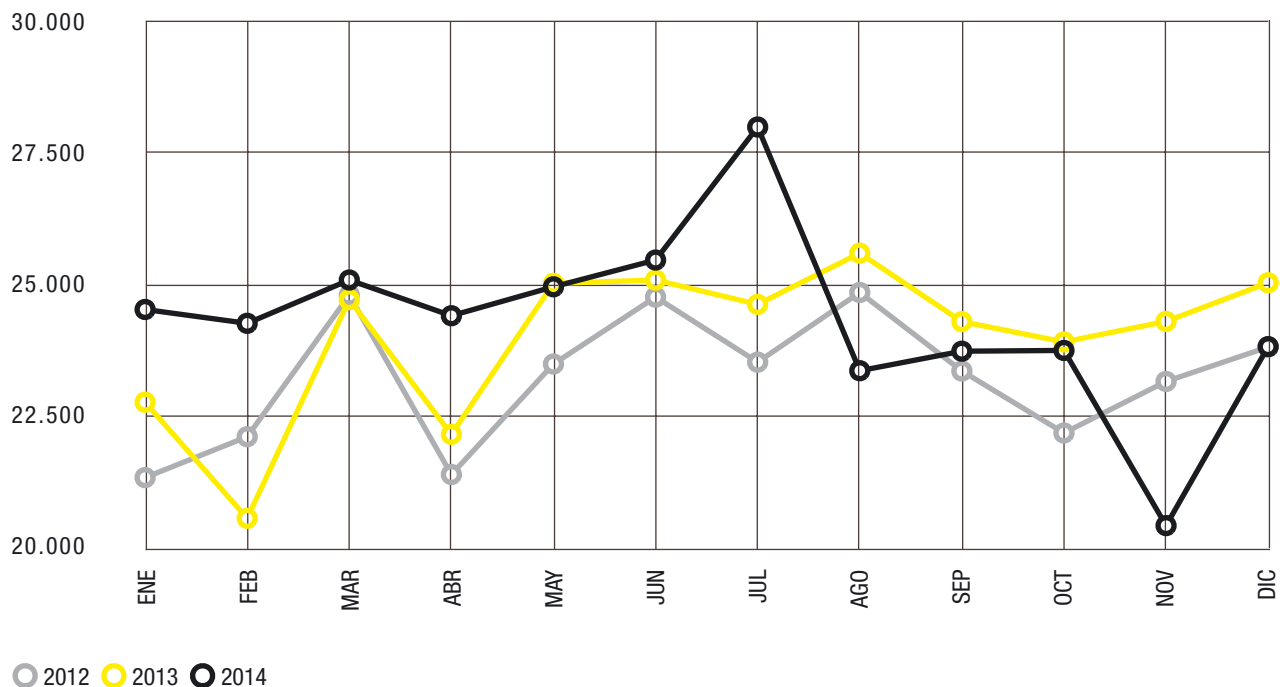
- Visitas institucionales de diversa naturaleza, tanto nacionales como internacionales.

Asimismo y dentro de la necesaria implicación de MERCAOLID en el tejido social vallisoletano, la Sociedad ha patrocinado y colaborado con distintas actuaciones: patrocinio de actos promocionales de la ciudad, patrocinio de eventos deportivos diversos, actividades culturales o sociales de barrios, ayudas a colectivos con especiales dificultades de integración... etc.

Finalmente indicar la presencia de MERCAOLID en el certamen Alimentaria de Castilla y León en el mes de marzo de 2015 con la finalidad de favorecer la promoción comercial de las empresas de MERCAOLID

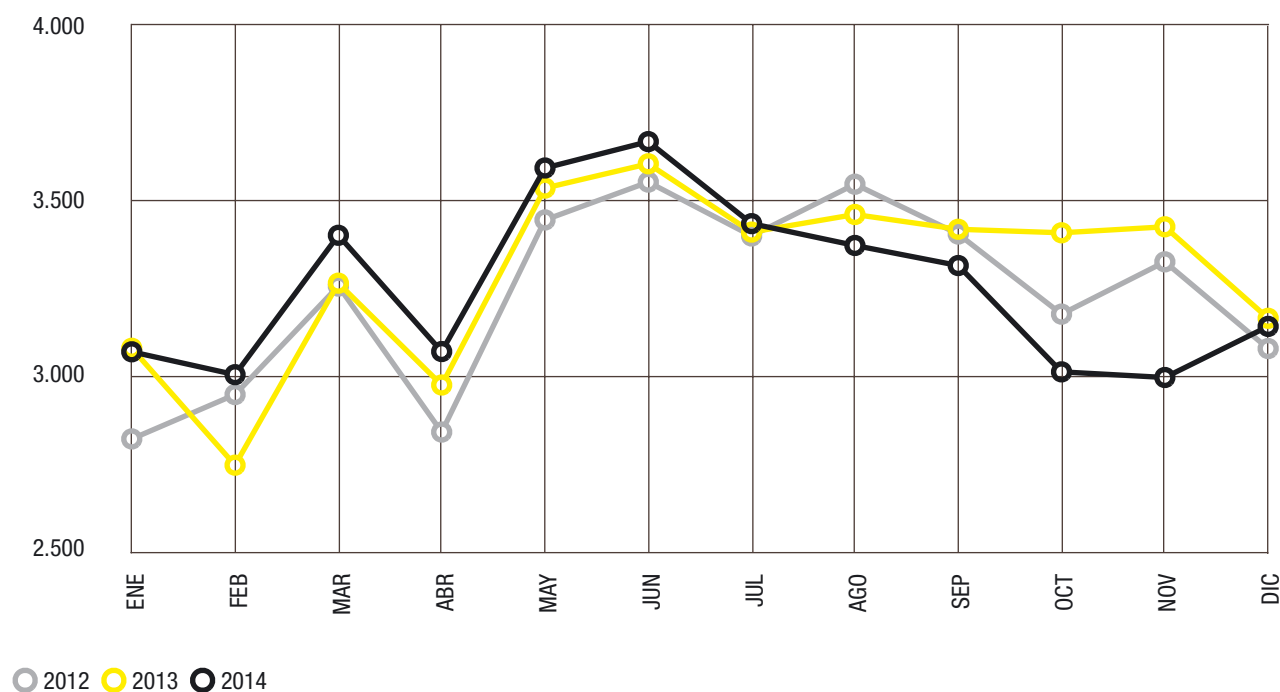
€ 45

VEHÍCULOS DE DESABASTECIMIENTO 2012-2014



€ 46

VEHÍCULOS DE APROVISIONAMIENTO 2012-2014



€ 47



© BCE ECB EZB EKT EK

M. Diagh



50 EURO
EYPO

P 2002

50

€ 49



COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

En un contexto complicado desde el punto de vista socio-económico y para gran parte de las empresas que forman parte del tejido económico resulta especialmente satisfactorio poder presentar un año más a nuestros accionistas unos resultados que podemos calificar de positivos.

El resultado económico del ejercicio 2014 de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. (MERCAOLID), presenta un beneficio antes de impuestos (BAI) de 624.294,38 euros, que supone un descenso porcentual del -38,55% respecto a los resultados del ejercicio anterior.

Es decir, después de un año que podríamos considerar de anómalo por la entrada de unos importantes ingresos extraordinarios, la Sociedad ha vuelto a parámetros similares a los de otros años anteriores en lo que a resultados de su Cuenta de Explotación se refiere.

Los resultados tienen especial significación si se tiene en consideración que atendiendo al contexto existente la Sociedad acordó la congelación de rentas y de todo tipo de precios o cánones desde hace dos años. Habiendo acordado su prórroga hasta al menos julio de 2016.

CUENTA DE RESULTADOS

Los datos al cierre del ejercicio 2014 recogidos en la Cuenta de Resultados de Unidad Alimentaria de Valladolid S.A. reflejan una cifra de negocios de 2.043.062 euros, registrando un descenso de -1,73% respecto al ejercicio anterior.

Desglosada los ingresos de la sociedad, 1.889.442 euros (76,41%) correspondieron a ingresos corrientes o propios de la actividad, descendiendo moderadamente en un -2,32% respecto al ejercicio anterior; los ingresos por entradas han supuesto 154.135 euros (6,23%), incrementándose en un 5,31% respecto al año anterior; otros ingresos de explotación se elevaron a la cifra de 388.694 euros (15,72%),

disminuyendo un -44,30% respecto al ejercicio anterior; los ingresos financieros ascendieron a 40.518 euros (1,64%), lo que representó una disminución del -34,95% respecto al 2013.

Por lo que respecta a los ingresos corrientes de la sociedad, los ingresos procedentes de las rentas de ocupación de espacios en los Mercados Centrales ascendieron a 1.364.585 euros, reduciéndose en un -4,24% respecto al 2013; los procedentes de rentas de ocupación de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias) ascendieron a 524.857 euros, incrementándose en un 3,06%. El descenso de ingresos por rentas se produce de forma significativa por la minoración de ingresos procedentes del arrendamiento de locales en el Mercado Central de Pescados.

En cuanto al capítulo de gastos, estos ascendieron en su conjunto a 1.848.496 euros, registrando un incremento del 1,24% respecto al ejercicio 2013.

Dentro de la estructura de gastos, los gastos de administración representaron el 1,03%, los gastos correspondientes a servicios exteriores el 37,61%, los de aprovisionamiento el 7,02%, los gastos de personal el 18,72%, los gastos tributarios el 2,72%, las amortizaciones y otras dotaciones el 31,44% y los gastos financieros el 0,65%.

El Resultado Económico Bruto de Explotación (R.E.B.E.) fue de 1.191.943 euros, lo que representa una disminución del -23,87% respecto al año 2013.

BALANCE

Por lo que se refiere al Estado Patrimonial de la Sociedad reflejado en el Balance de Situación a 31/12/2014, la cifra total de Activo y Pasivo se ha situado en 10.775.697 euros, disminuyendo en 458.779 euros respecto al ejercicio anterior.

El pasivo de la Sociedad refleja una estructura financiera solvente y saneada con una cifra de Recursos Propios de 7.632.721 euros, de los que el 83,35% corresponden a Fondos Propios de la Sociedad.

Cabe destacar que durante el ejercicio 2014, la Sociedad tiene un endeudamiento por importe de 650.242 euros para sufragar el 75% de la inversión en plantas fotovoltaicas



realizadas en años anteriores.

Finalmente y como indicadores de la estructura financiera saneada de la Sociedad, la ratio de exigible o endeudamiento a 31/12/2014 se sitúa en el 0,41. Siendo el endeudamiento a largo plazo 0,36 y a corto plazo 0,05.

NUEVAS INVERSIONES

En el ejercicio 2014 se realizaron como inversiones más significativas las de acondicionamiento de locales comerciales e inversiones en cámaras y equipos frigoríficos así como en equipos para el proceso de la información por importe total de 120.266 €.

PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2015

La disponibilidad financiera de la Sociedad ha permitido contemplar nuevas inversiones que le garanticen incrementar los ingresos típicos y atípicos en una política de diversificación.

En dicho contexto, la Sociedad ha decidido la compra de una planta fotovoltaica instalada en la techumbre de MERCAOLID que venía explotando un operador por importe aproximado de 977.500€.

Asimismo se prevé la realización de inversiones para la transformación y reconversión de espacios comerciales en espacios destinados a manipulación y transformación.

€ 51

PAGADO

Los estados financieros de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. correspondientes al ejercicio 2014 han sido auditados por Cauder, S.L.

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

ACTIVO	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
ACTIVO NO CORRIENTE	8.544.239,45	8.854.342,82
Inmovilizado intangible	37.621,90	38.833,33
Coste	55.813,71	54.987,26
Amortización	-18.191,81	-16.153,93
Inmoviliz. materiales	8.349.856,17	8.808.748,11
Coste	18.275.668,16	18.155.402,25
Amortización	-9.925.811,99	-9.346.654,14
Inversiones fº a l/p	156.761,38	6.761,38
Instrum. patrimonio	156.761,38	6.761,38
ACTIVO CORRIENTE	2.231.457,96	2.380.133,66
Deudores ciales y otras ctas. a cobrar	74.544,19	71.848,90
Clientes por vtas y prest.de servicios	74.123,48	36.613,19
Deudores	0,00	4.677,89
Personal	420,71	0,00
Otros créditos con Admon Publicas	0,00	30.557,82
Inversiones fº a c/p	1.837.174,66	1.912.174,66
Efectivo y otros activos líquidos equiv.	319.739,11	396.110,10
TOTAL ACTIVO	10.775.697,41	11.234.476,48

€ 52

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
PATRIMONIO NETO	7.632.721,44	7.715.302,55
Fondos Propios	6.362.113,28	6.331.878,66
Capital	4.207.070,00	4.207.070,00
Reservas	1.671.822,50	1.344.819,36
Resultado del ejercicio	483.220,78	779.989,30
Subvenciones, donac y legados	1.270.608,16	1.383.423,89
PASIVO NO CORRIENTE	2.776.170,50	3.019.806,65
Deudas a largo plazo	2.199.986,92	2.372.920,34
Deudas con entidades de crédito	531.157,44	650.241,52
Otras deudas a largo plazo	1.668.829,48	1.722.678,82
Pasivo por impuesto diferido	544.516,67	592.866,28
Periodificaciones a largo plazo	31.666,91	54.020,03
PASIVO CORRIENTE	366.805,47	499.367,28
Deudas a corto plazo	89.202,56	89.573,27
Deudas con entid.crédito	88.526,26	88.526,26
Otras deudas a corto plazo	676,30	1.047,01
Acreedores ciales y o.ctas. a pagar	266.382,94	406.510,03
Proveedores	21.754,81	7.907,47
Otros acreedores	244.628,13	398.602,56
Periodificaciones a c/ plazo	11.219,97	3.283,98
TOTAL PASIVO	10.775.697,41	11.234.476,48

€ 53

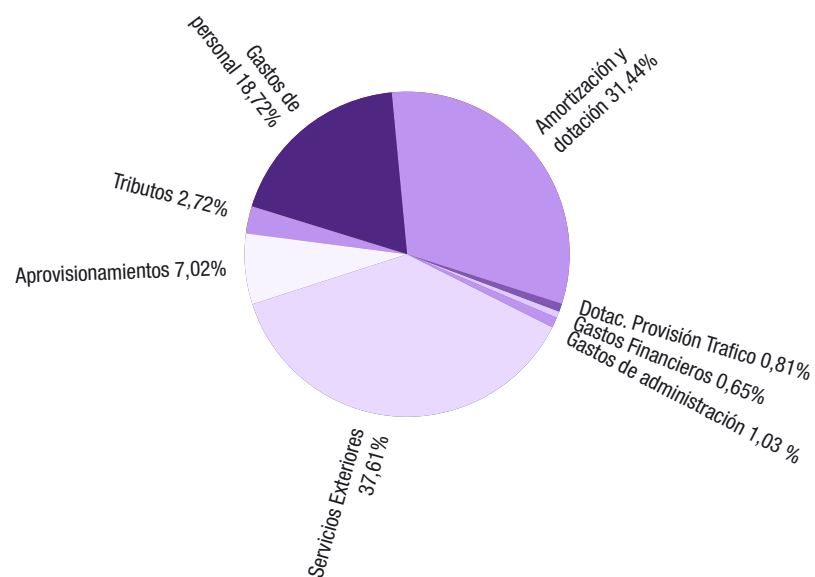
UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS EJERCICIO 2014

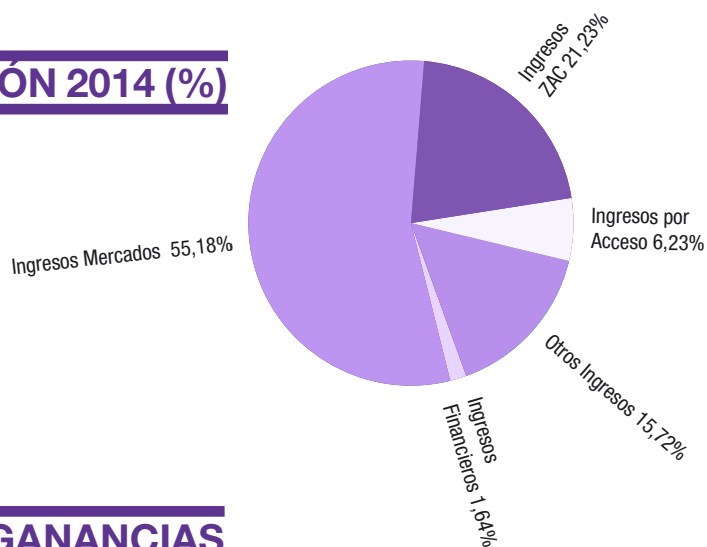
	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013
OPERACIONES CONTINUADAS		
Importe neto de la cifra de negocios	2.043.062,25	2.078.953,65
Otros ingresos de explotación.	228.044,37	228.960,38
Gastos de personal	-346.069,85	-324.862,81
Otros gastos de explotación	-909.243,89	-558.951,55
Amortización del Inmovilizado	-581.195,73	-576.949,75
Imputación de subv.de inmov.no fº y otras	161.165,34	130.607,52
RESULTADOS DE EXPLOTACION	595.762,49	977.757,44
Ingresos financieros	40.518,14	62.289,62
Gastos financieros	-11.986,25	-24.147,38
RESULTADO FINANCIERO	28.531,89	38.142,24
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	624.294,38	1.015.899,68
Impuesto sobre beneficios	-141.073,60	-235.910,38
RDO DEL EJERC.PROCEDENTE DE OPERAC.CONTINUADAS	483.220,78	779.989,30
OPERACIONES INTERRUMPIDAS	483.220,78	779.989,30
Rdo.del ejerc.procedent.operac.interrumpidas		
RESULTADO DEL EJERCICIO	483.220,78	779.989,30



GASTOS DE EXPLOTACIÓN 2014 (%)

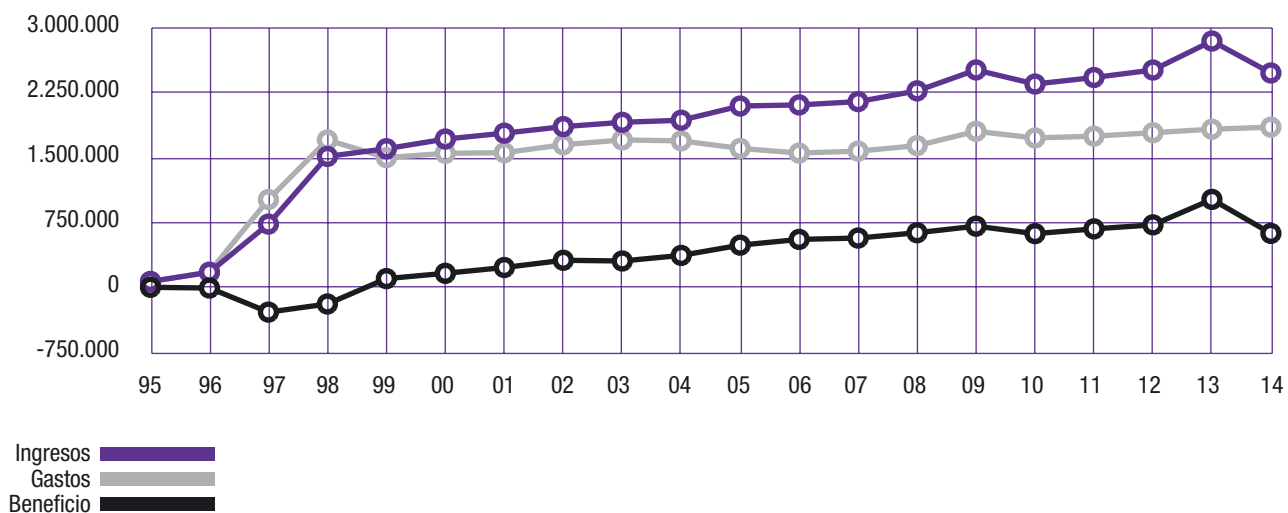


INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2014 (%)

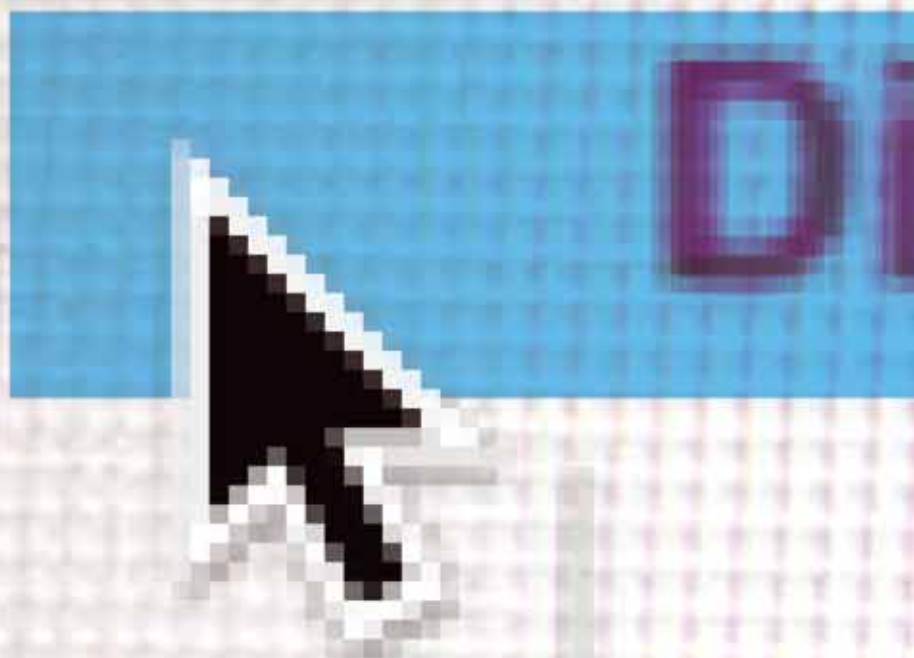


€ 55

EVOLUCIÓN PÉRDIDAS Y GANANCIAS



€ 56



AA

FR

mercado
2014
listado de
empresas

NAVE DE FRUTAS

EMPRESA	PTO	ALMACÉN
FRUTAS TERRADOS S.L.	F-1, F-2	AF-3
FRUTAS MI CAPRICHIO S.L.	F-3, F-4	AF-7
FRUTAS ES-MO S.L.	F-5, F-7, F-8	AF-26, 27, 28
HORTELANOS DE MERCAOLID, S.L.	F-6	AF-29
HORTÍCOLAS HERMANOS VIEJO, S.L.	F-9	AF-31,32
JESÚS MANJÓN MIGUEL	F-10	-
SANPESAN, S.A.L.	F-11, F-12	AF-13, 14, 22
FRUTAS MAGO S.L.	F-13	AF-10
F. FERNÁNDEZ PASALODOS E HIJOS S.L.	F-14	AF-8
COMPAÑÍA MAYORISTA FRESA S.L. (GRUPO BARGOSA)	F-15, F-17, F-18	-
FRUTAS EL ZAGAL S.L.	F-16	AF-6
VALLCEDIS, S.L.	F-19	AF-17
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.	F-20	AF-33
VALLAFRUIT S.A.	F-21, F-23	AF-15,16,18
BERNESGA FRUITS, S.L.	F-22A	-
DISHORVA S.L.	F-22B, F-24	AF-11,12
FRUTAS CAMARÓN, S.L.	F-25, F-27, F-29	AF-34,35, 36
FRUTAS Y VERDURAS MONTENEGRO, S.L.	F-26, F-28, F-30	AF-19,20,21
NUVERO 2003 S.L. (VERDEOLIVO)	F-31	-
FRUTAS DE EUROPA TABUENCA S.A.	F-33	AF-30
HORTYVAL C.B.	F-34	-
FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.	F-32, F-35, F-36	-

€ 58



NAVE DE HORTALIZAS

PRODUCTORES AGRARIOS	PTO
VICENTE FERNANDEZ MARTÍN	H-16A
CESÁREO FARRN ABÓN	H-16B
JUAN HERRERA GÓMEZ	H-18AB
HORTALIZAS BAZAN,S.A.T.	H-19AB
MANUEL FRAILE MARTÍNy TIRSO FRAILE MARTIN	H-20AB
LUIS MIGUEL DIÉGUEZ GONZÁLEZ	H-21AB
HORTALIZAS HERMANOS CASADO	H-23A
CENTRAL HORTÍCOLA HNOS. MUÑOZ ARNANZ, S.L.	H-23B
CARLOS GARCIA IGLESIAS	H-25A
LUIS JAVIER ALONSO MUÑOZ	H-25B
ANDRÉS MARCOS MARTÍN	H-31A
Mª ISABEL DEL HOYO GARCIA	H-31B
GONZÁLEZ Y VERGARA, C.B.	H-33AB
JESÚS ANTOLÍN GARCÍA	H-35A
CIPRIANO PÉREZ CANO, MANUEL ÁLAMO DE LA FUENTE Y VICTOR CORRAL LARA	H-35B
JOSE MUÑOZ MUÑOZ	H-41B
JUAN ANTONIO CABERO ARIAS	C-1
CENTRAL DE COMPRAS	
FÉLIX GÓMEZ VARA	H-12AB
AHOVA (Asociación Hortelanos)	H-27AB, H-29AB
JOSÉ LÓPEZ MATELLANES	H-37AB
LUÍS GONZÁLEZ VICENTE	H-39AB
CAPEFRUIT 2010 S.L.	L-1
DA SILVA GASTRONOMÍA	L-2
MARTÍN Y GEIJO	L-3

€ 59

NAVE DE PESCADOS

EMPRESA	PTO	ALMACÉN
PESCADOS M. GARCÍA, S.L.	P-2	AP-4
HIPÓLITO VALDUNQUILLO CARLÓN	P-3	-
ARIAS CAL, S.L.	P-4	-
ARGO-FISH, S.L.	P-6	-
ALBAOLID 2009, S.L.	P-7	AP-5,6
MERCAFISH 2012 S.L.	P-8	-
ALBAOLID 2009, S.L.	P-9	AP-13
LUNA DEL CARIBE	P-10	-
CONGEMASA, S.L.	P-11	-
PESCADOS CARLOS BLANCO S.L.	P-12	-
PESCAGALINDO	P-13, P-15	-
PESCAPASAJES, S.A.	P-14	-
AZUL MAR, S.L.	P-16	AP-14
PESCADOS PUERTO AZUL, S.L.	P-17	-
FELIX CASADO, S.L.	P-18	AP-15
CARDIOFISH	P-19, P-21	-
PESCADOS ENRIQUE S.L.	P-20	AP-3,16
PESCADOS ALBA S.L.		AP-7,8,9,10,11,12YAF-23

€ 60



LOCALES COMERCIALES

EMPRESA	PTO
BIOCOM, S.L.U.	ESTACIÓN DE SERVICIO
RESTAURANTE “IBALOR-2”	-
HIELOLID-1	AP-1,2
MERCAGESTIÓN	E-1
LABORATORIOS CALIDAD SISCAL	E- 1 BIS
CAFETERIA “LA LONJA”	E-5
CAJA DUERO	E-6
COYAOLID, S.L.	E-8
FRAIKIN ALQUILER DE VEHÍCULOS S.A.	C-2
TRANSPORTES HNOS. MUÑOZ DEL RÍO	C-3
J.J. LUNA DEL CARIBE S.L.	C-4, 5
EMBALAJES CASTELLANOS S.L.	C-6,7,8
ÁREA DE FORMACIÓN	ÁREA ADMINISTRATIVA MERCAOLID

€ 61



ZAC

EMPRESA

PTO

CASH & CARRY

MAX DESCUENTO (EL ÁRBOL)

COMERCO (DIGASA)

MZ-1, MZ-3

PZ-15 a PZ-26

MADURACIÓN DE PLÁTANOS

COMPAÑÍA MAYORISTA FRESA, S.L.

PLAVASA

FRUTAS MI CAPRICHIO S.L.

AGUSTÍN CUADRADO

MZ-2, MZ-4

MZ-6, MZ-8

MZ-8', MZ-10

MZ-12

DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTAS MI CAPRICHIO, S.L.

FRUTAS EL ZAGAL

FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.

VALLAFRUIT, S.A.

FRUTAS ROMERO

FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.

FRUTAS TERRADOS S.L.

DON TOMATE GRANDES FRUTERÍAS, S.A.

MARKO MARKET

MZ-17

MZ-19

MZ-21

MZ-23

MZ-24

SC-1

SC-2-3

SC-4-5

E-2



€ 62

EMPRESA	PTO
MULTIUSOS PESCADOS	
ARIAS CAL, S.L.	MZ-16
ENVASADOS VIMAR, S.L.	SC-6-1
SABOR A MAR (PESCADOS ALBA S.L.)	AP-8, AP-9, AP-10 Y AP-11
FISH SELECCIÓN	E-7
CÁRNICAS	
CASTELLANA DE CARNES, S.A.	MZ-13, MZ-14, MZ-15
MARTÍN & GEJO, S.L.	PZ-1
CÁRNICAS VILLACELES, S.L.	PZ-2, PZ-4
EMBUTIDOS RODRÍGUEZ S.L.U.	PZ-6
LA DESPENSA CASTELLANA, S.L.	PZ-3, PZ-5, PZ-7, PZ-9, PZ-11, PZ-13
SANTA VACA	PZ-8, PZ-10
COMERCIAL LA BUENA MESA	PZ-12
DELICATESSEN	PZ-14
T. MARCOS E HIJOS, S.L.	SC-6-2
AVÍCOLA DE GALICIA, S.A. (GRUPO VALL COMPANYYS)	SC-7
CARNICERÍAS GEÑÍN, S.L.	E-4
PLATAFORMA DE CONGELADOS	
CONDESA	MZ-20, 22
LUÍS FERNANDO, S.L. (ALQUILER DE FRÍO)	MZ-5
OTRAS ACTIVIDADES	
MKM DECOR, S.L.	MZ-7
ACEITUNAS DOMÍNGUEZ	MZ-18
CLECE (RESTAURACIÓN COLECTIVA)	MZ-19
RECUPERACIONES OLID MERCA, S.L.	SC-0
GADIS S.A. (PLATAFORMA)	D-1,3,5 (Subp. 8)
EUROPAC RECICLA S.A.U. (PUNTO LÍMPIO)	E-3





