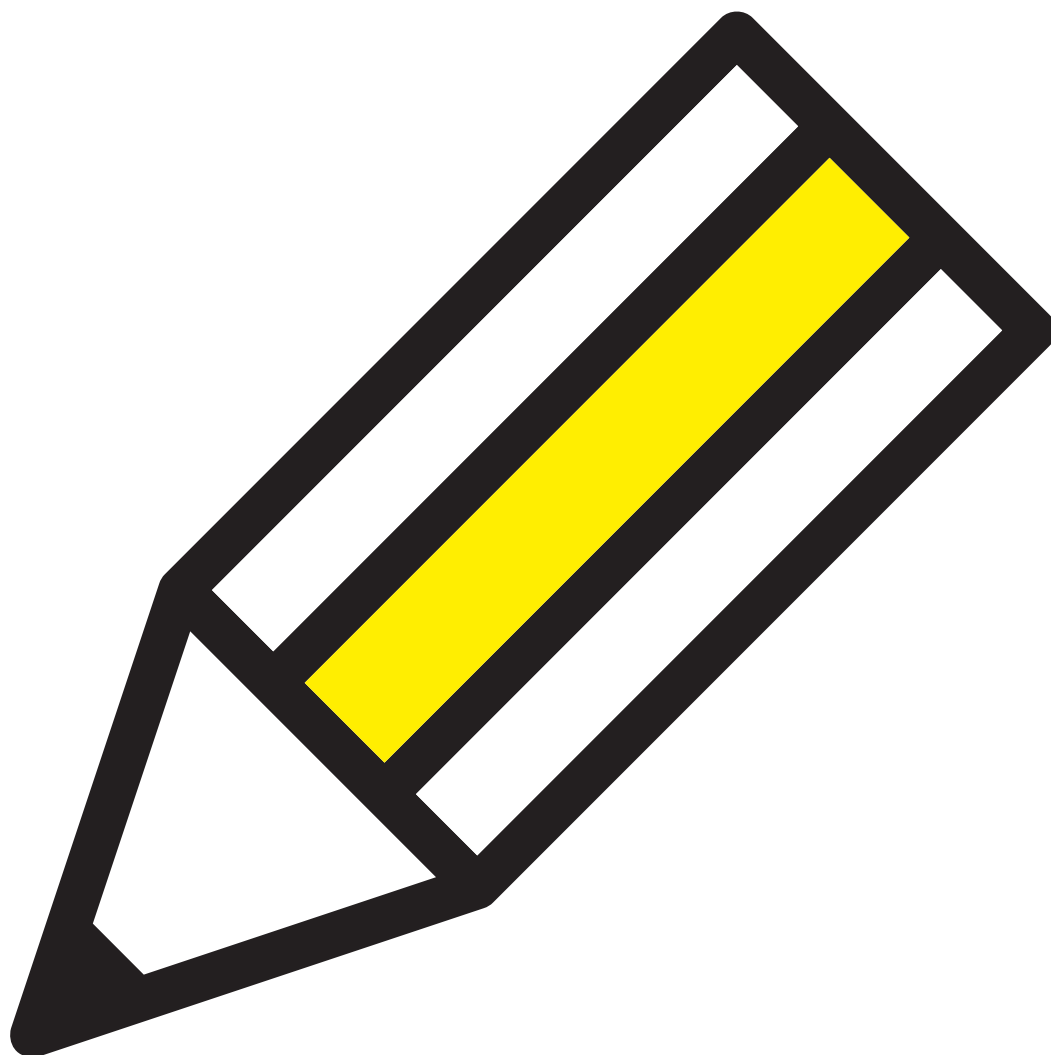
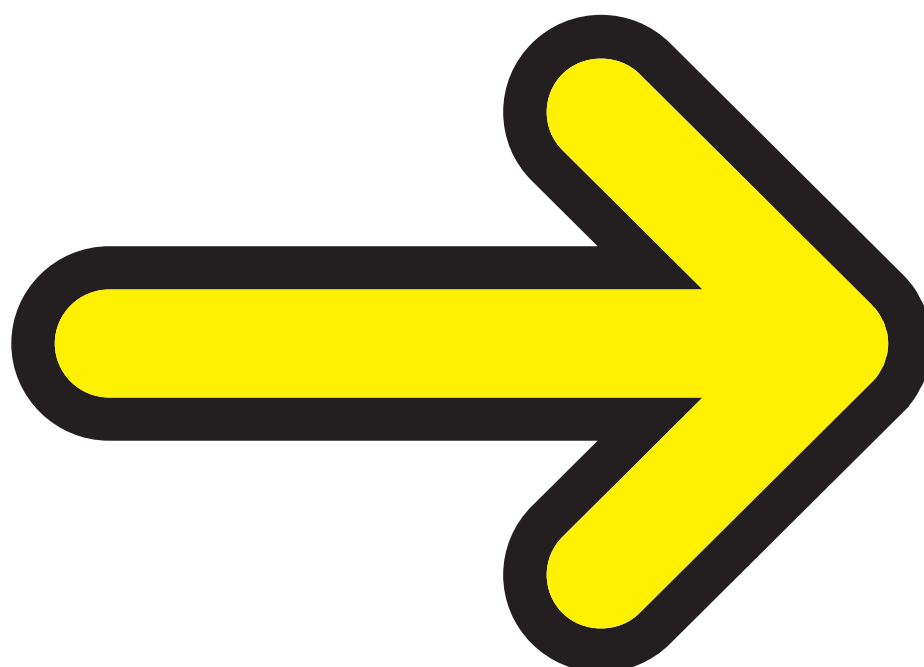
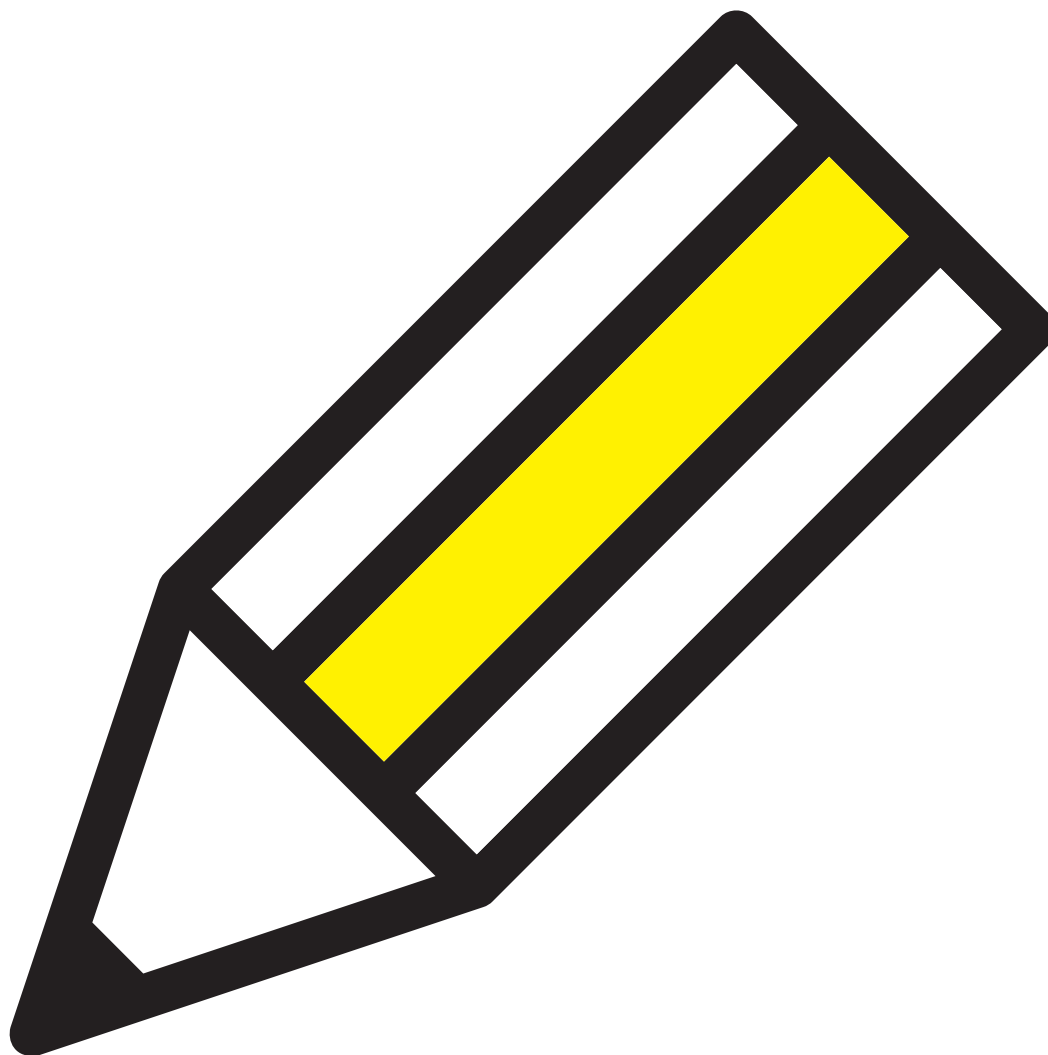




MEMORIA
MERCAOLID
2015







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

mercaolid

COMPROMETIDOS CON LA

CALIDAD



COMPRO EN
MERCAOLID
DE TODA
CONFIANZA



ÍNDICE

07	<u>HECHOS MÁS DESTACADOS DEL 2015</u>
11	<u>ACCIONISTAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO</u>
13	<u>COMERCIALIZACIÓN 2015</u>
15	<u>SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS</u>
25	<u>SECTOR DE PRODUCTOS PESQUEROS</u>
35	<u>(Z.A.C.) ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS</u>
41	<u>SERVICIOS Y ACTIVIDADES</u>
49	<u>COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS</u>
57	<u>LISTADO DE EMPRESAS</u>



HECHOS MÁS DESTACADOS DEL 2015

LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL 2015

Tras años de crisis de consumo, se puede considerar que el 2015 ha marcado un punto de inflexión hacia la recuperación, aún no exento de sombras. Parece que el consumidor está empezando a adaptar sus hábitos de consumo a un tímido proceso de mejora.

Según los informes de las Consultoras especializadas en gran consumo, este obtuvo el mejor resultado en siete años tras crecer un 1,7 %. Este crecimiento se produjo incluso en un escenario sin deflación, al contrario de lo que ocurrió en el 2014, ya que los precios en su conjunto crecieron un 0,7 %. Por volumen, la despensa de los hogares españoles subió un 1 % respecto al año anterior.

A ello ha contribuido una mejora de los índices de confianza de los españoles, una cierta recuperación de empleo y una mayor disponibilidad de rentas, favorecido por un Euríbor negativo y el abaratamiento de ciertas fuentes de energía. Estos datos se confirman si tenemos en consideración que la tasa de ahorro de los hogares españoles bajó dos décimas por el incremento del consumo, situándose en el 9,4 % de la renta disponible.

Quizás el aspecto más interesante ha sido el consumo de productos frescos en la cesta de la compra de los españoles ya que creció un 3,3 %, a un mejor ritmo que las categorías de alimentación envasada, que lo hicieron en un 2,4 %. No obstante, el comportamiento ha sido desigual ya que el consumo de frutas y hortalizas creció un 9,8 % y un 8,1 % respectivamente. Pero, por el contrario, descendió el volumen de ventas de productos cárnicos, un 0,3 %, siendo el principal producto de la cesta de perecederos.

Asimismo, la sala de ventas de la “Gran Distribución” creció un 1,7 %; es decir, el mayor crecimiento del último lustro, con un incremento de la cuota de los grandes grupos de distribución que continúa con su proceso de concentración.

En los próximos años las claves del sector de la “Gran Distribución” seguirán siendo el desarrollo del ecommerce, la decisión de apoyar o no la marca de distribuidor (marca blanca) y la batalla de fidelizar al consumidor a través de la sección de frescos, en detrimento del establecimiento especializado o distribución detallista tradicional, que encuentra un fuerte competidor en el “supermercado de proximidad”. Formato con cuotas de especial crecimiento en España en los últimos años.

No obstante, aunque determinados indicadores han mejorado (reducción de los actos de compra, menor cuota de la marca blanca, incremento de la innovación, incremento en la valoración de otros factores diversos del precio, ... etc.), lo cierto es que los hábitos de consumo adquiridos durante la larga crisis económica que hemos vivido, se van a mantener durante un largo periodo de tiempo, con un comportamiento, eso sí, más bipolar por parte del consumidor.

El consumo en España se enfrenta a un contexto en el que todavía solo una de cada cuatro personas piensa que el país se alejará del fantasma de la recesión en los próximos doce meses. Existe aún un 70 % de los consumidores que modifican sus hábitos de compra para ahorrar en lo que a gastos domésticos concierne. Todo ello conforme a las encuestas realizadas por las consultoras de consumo.

A esta situación contribuyen sin lugar a dudas las sombras a las que hacíamos alusión al principio: una tasa de desempleo elevada, muy por encima de la media de la UE, un fuerte grado de envejecimiento poblacional, una pérdida de población en términos absolutos y una pérdida de disponibilidad de rentas en importantes sectores de la población española.

TENDENCIAS DEL MUNDO DE LA DISTRIBUCIÓN

En la distribución comercial en España se ha producido, en los últimos cincuenta años, la sustitución del despacho como tecnología de venta por el libre-servicio. La aparición de los primeros supermercados a

finales de los cincuenta y de los hipermercados en los sesenta, supuso el progresivo abandono del despacho personal atendido por un empleado, a favor del libre-servicio.

En este periodo, éste ha ido ganando cuota de mercado, aunque el despacho atendido continúa teniendo importancia, en especial en el sector de productos frescos.

Con el cambio del milenio se inicia el desarrollo del comercio electrónico como nueva tecnología comercial. Al igual que sucedió con anterioridad, la irrupción del comercio electrónico deberá convivir con los sistemas de libre-servicio y despacho atendido. La complejidad de los productos alimenticios, la dificultad de estandarizar la oferta en productos frescos, la carga emocional en la compra de estos productos por parte del consumidor y los problemas y elevados costos de una distribución capilar hasta el domicilio de estos productos, seguramente provoquen un crecimiento del comercio electrónico en el sector de la alimentación, más pequeño que en otros sectores de la distribución.

La crisis económica ha hecho que el precio sea el principal determinante de compra para el consumidor, dando lugar a un mercado caracterizado por la fuerte rivalidad competitiva en el que la reducción de márgenes y precios han sido la principal herramienta de marketing.

Está previsto que esa tendencia continúe, teniéndose que enfrentar las empresas a un mercado cada vez más segmentado como consecuencia del incremento de la desigualdad de las rentas de los consumidores.

La estrategia de las empresas se centrará por tanto en la diferenciación frente a la competencia, para ajustarse mejor a los deseos del segmento objetivo que quiere captar y reforzar la fidelización del consumidor. Para lograrlo será difícil utilizar un único formato comercial y por tanto, las empresas tenderán al multiformato (políticas multienseñas).

La progresiva repercusión del comercio electrónico unido a una previsión de crecimiento económico y poblacional débil, provocará una reordenación de las inversiones de las empresas de distribución, reduciendo la inversión en puntos de venta e incrementándola en su red logística. Es decir, menor número de tiendas y mayor número de almacenes. Buscando formatos más pequeños y más próximos al consumidor, en especial en el sector de productos alimenticios frescos.

Finalmente, también las administraciones públicas tendrán que ajustarse, a través de la regulación, a la nueva situación. La irrupción del comercio electrónico opera por encima de los territorios y no precisa de tantas instalaciones físicas. La regulación deberá tender a ocuparse de menos aspectos físicos (licencias de apertura, horarios, rebajas, etc.) y deberá centrarse más en otros, en especial los de defensa del consumidor y del medio ambiente.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN MERCAOLID

La actividad comercial a lo largo del 2015 ha sido desigual en función de los diversos sectores presentes en MERCAOLID.

El Sector de Frutas y Hortalizas registró un incremento del 3,18 % en volúmenes comercializados, con crecimientos positivos de todos los subsectores, a excepción del de maduración de plátanos y bananas.

A estos resultados, sin lugar a dudas, han influido factores de diversa naturaleza: una bondadosa climatología que ha permitido alargar campañas de algunos productos, la creciente cuota de penetración comercial en la región y las importantes campañas de comercialización realizadas por algunos de los operadores con la moderna distribución.

Asimismo continúa el grado de concentración empresarial con la reabsorción de espacios comerciales libres por parte de los propios operadores presentes en el Mercado.

Por contra, el Sector de Productos Pesqueros siguió la senda de datos negativos de años anteriores con un descenso porcentual conjunto del -0,83 % respecto del año anterior. No obstante, las actividades pesqueras asentadas en la Zona de Actividades Complementarias (salas de elaboración, congelados, centrales de compra), crecieron un 2,29 % en los volúmenes comercializados.

Sin embargo, los peores datos los registraron los operadores mayoristas asentados en el Mercado Central de Pescados, que de forma conjunta, registraron un descenso del -2,31 % en el volumen anual comercializado.

Estos datos negativos fueron compensados con una subida de los precios medios ponderados que fue del 8,47 % en producto fresco.

La actividad comercial de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias), se situó en parámetros similares a los del año anterior, aunque con un incremento conjunto del 3,59 % gracias al aumento de actividad en las salas de despiece del sector cárnico, que creció un 4,68 %.

ESTRATEGIA

El proyecto de MERCAOLID sigue consolidándose año tras año como el Polígono Alimentario Mayorista más importante de la Meseta Norte en lo que a sus productos frescos se refiere. En este sentido sigue creciendo la cuota de penetración comercial y siguen aumentando las relaciones comerciales de los operadores asentados en MERCAOLID con los de otras provincias o regiones limítrofes.

Al igual que sucede en la mayoría de sectores, la fuerte competencia y los procesos de concentración empresarial han provocado la eliminación de ciertos operadores.

Asimismo, el crecimiento de la cuota de la gran distribución y el empuje de esta en la cuota de frescos, en detrimento de la distribución detallista especializada, implican una cierta redefinición del papel de los Mercas.

Todo ello obliga a combinar dos estrategias complementarias:

A corto plazo, la reorganización y redistribución de espacios y la mejora de las instalaciones para favorecer una mayor funcionalidad de estas.

A medio-largo plazo, la redefinición del proyecto para incrementar las relaciones con las nuevas formas comerciales y anticiparse a las nuevas exigencias logísticas.

En este contexto, los órganos de dirección de MERCAOLID han decidido involucrarse junto con otros Entes Públicos y Privados, a través de la creación de un Consorcio, en un ambicioso proyecto de desarrollo de un Polígono Logístico-Alimentario. Proyecto que aspira a la integración del Sector Logístico, Industrial Agroalimentario y de la Distribución Alimentaria, siendo en este último sector, donde tendría cabida un “Merca de Tercera Generación” en el que la intermodalidad en el transporte será clave.

En la actualidad, el proyecto se encuentra en fase muy embrionaria, siendo los próximos años decisivos para su desarrollo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA E INVERSIONES

En el campo económico y financiero, la Sociedad ha cerrado este año con unos beneficios antes de impuestos de 654.250 €, es decir, un 4,8 % superiores a los registrados en el 2014.

Las claves para estos resultados positivos han sido un importante esfuerzo en la contención de los gastos de explotación (-4,40 %) y el incremento de la partida de “otros ingresos” por la percepción de mayores rendimientos derivados de la producción eléctrica de nuestras plantas fotovoltaicas.

Deducidos Impuesto de Sociedades, Reserva Legal y Voluntaria, la Sociedad ha tenido un remanente de 396.368 € destinado al pago de dividendos. Quedando fijada la rentabilidad neta por acción en el 9,42 %; es decir, un 1,61 % superior al año anterior.

La saneada estructura financiera de la Sociedad ha permitido acometer importantes inversiones en el año 2015, convirtiéndose en uno de los años más importantes de su historia en lo que a volumen de inversión se refiere. En concreto, se asumieron inversiones por un montante global de 1.079.397 €.

La inversión más importante fue la recompra al anterior arrendatario, de una planta fotovoltaica sobre techumbre, de 0,225 Mw, por importe de 974.669 €, con la finalidad de incrementar y diversificar las fuentes de ingresos de la Sociedad.

Asimismo se incrementaron las inversiones en mejora de dotaciones frigoríficas y climatizaciones, por importe de 67.834 € y en equipos de seguridad del recinto, por importe de 31.312 €.

La solvencia financiera permitirá a la Sociedad seguir aprovechando oportunidades de inversión y estar presente en futuros proyectos de trascendencia.

MEDIO AMBIENTE

A lo largo del 2015 se han realizado importantes esfuerzos para la mejora del sistema de gestión interna de residuos implantado en MERCAOLID, incrementándose de forma notable el porcentaje de recuperación de residuo orgánico (cartón, madera, film plástico, poriexpan, envase de plástico, ... etc.), con destino a su posterior recuperación en plantas especializadas. Todo esto se ha logrado a través del desarrollo de campañas de sensibilización, implantación de nuevas reglas de funcionamiento interno, importantes inversiones en contenedores y compactadores diferenciados según el tipo de residuo

e incremento de medios físicos y humanos por parte del gestor del Punto Limpio de MERCAOLID.

Los problemas ocasionados por algunas empresas en lo que a contaminación de aguas residuales se refiere, ha obligado a la Sociedad a desarrollar una Plan Específico de Vertidos que se presentará al Ayuntamiento de Valladolid y que supondrá la asunción de importantes inversiones para una perfecta individualización de vertidos de agua que tengan por destino el EDAR. Inversiones que se acometerán a lo largo del 2016.

Por último, destacar el buen comportamiento de las plantas fotovoltaicas de autoconsumo instaladas en su momento, que ha permitido una importante reducción del consumo eléctrico en algunas áreas de MERCAOLID.

COMUNICACIÓN

En este apartado debemos destacar que a lo largo del 2015 se han realizado dos importantes actuaciones:

Por un lado, la puesta en funcionamiento de un Portal de Transparencia con el objetivo de incrementar los niveles de transparencia y accesibilidad por parte de los usuarios, en relación a los principales aspectos normativos, económicos y de organización de la Sociedad.

Por otro lado, debemos resaltar el comienzo de la renovación de la web institucional de MERCAOLID que pretende dar un acceso más rápido y directo a toda la información institucional y de servicios de la Unidad Alimentaria.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

A lo largo del año 2015 y como consecuencia del resultado de las elecciones municipales de mayo, se han producido cambios en la composición de los Órganos de Gobierno de la Sociedad afectando a cuatro vocales en representación del Excelentísimo Ayuntamiento de Valladolid y a la Presidencia de la Sociedad.

Por lo que a la representación de Promotora Vallisoletana de Mercados S.A. se refiere, también se han producido cambios o sustituciones en lo que al representante de Banco CEISS se refiere.

Cambios y sustituciones que han afectado a más del cincuenta por ciento de la composición del Consejo de Administración.

Una firma manuscrita en tinta negra, que parece ser 'J. Pastor', se extiende desde la punta de un lápiz negro con rayas blancas diagonales. El lápiz está inclinado hacia abajo a la izquierda.

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



ACCIONISTAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO

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 de Valladolid)¹

María Sánchez Esteban (Ayuntamiento de Valladolid)²

CONSEJERO DELEGADO

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

VOCALÉS AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID

Mercedes Cantalapiedra Álvarez¹

Manuel Sánchez Fernández¹

Manuel Saravia Madrigal¹

Luis Ángel Vélez Santiago¹

Jesús Enríquez Tauler²

Héctor Gallego Blanco²

Juan Antonio Gato Casado²

Jesús Javier Presencio Peña²⁻⁴

Pilar Vicente Tomás⁵

PROMOTORA VALLISOLETANA DE MERCADOS, S.A.

Luis Alfonso Arias de Alba

Raquel Cordero Gómez³

Patricio Llorente Muñoz

SECRETARIO

Valentín Merino Estrada (Secretario General Ayuntamiento de Valladolid)

ASESORÍA JURÍDICA

Ángel Mingo Hidalgo

ASESORÍA TÉCNICA

Miguel Sancho Cuesta (Jefe del Servicio de Salud y Consumo Ayuntamiento de Valladolid)

Rafael Salgado Gimeno (Interventor Ayuntamiento de Valladolid)

Javier Pastor Antolín (Director-Gerente Unidad Alimentaria de Valladolid S.A.)

Pelayo Tribiño Fernández (Director Financiero Unidad Alimentaria de Valladolid S.A.)

⁽¹⁾ Hasta 01/07/2015

⁽⁴⁾ Hasta 12/01/2016

⁽²⁾ Desde 01/07/2015

⁽⁵⁾ Desde 12/01/2016

⁽³⁾ Desde 07/10/2015

EQUIPO DIRECTIVO

DIRECTOR-GERENTE

Javier Pastor Antolín

DIRECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO

Pelayo Tribiño Fernández

DIRECTOR DE SEGURIDAD

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

DOCUMENTACIÓN

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: **AGECYL S.L. y ÁBACO, C.E. INFORMÁTICOS 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

ASOFRUMER (ASOCIACIÓN DE MAYORISTAS DE FRUTAS DE MERCAOLID)
Responsable: D. Luis Mato González

A.H.O.V.A. (ASOCIACIÓN DE HORTELANOS DE VALLADOLID)
Responsable: D. Carlos García Revenga



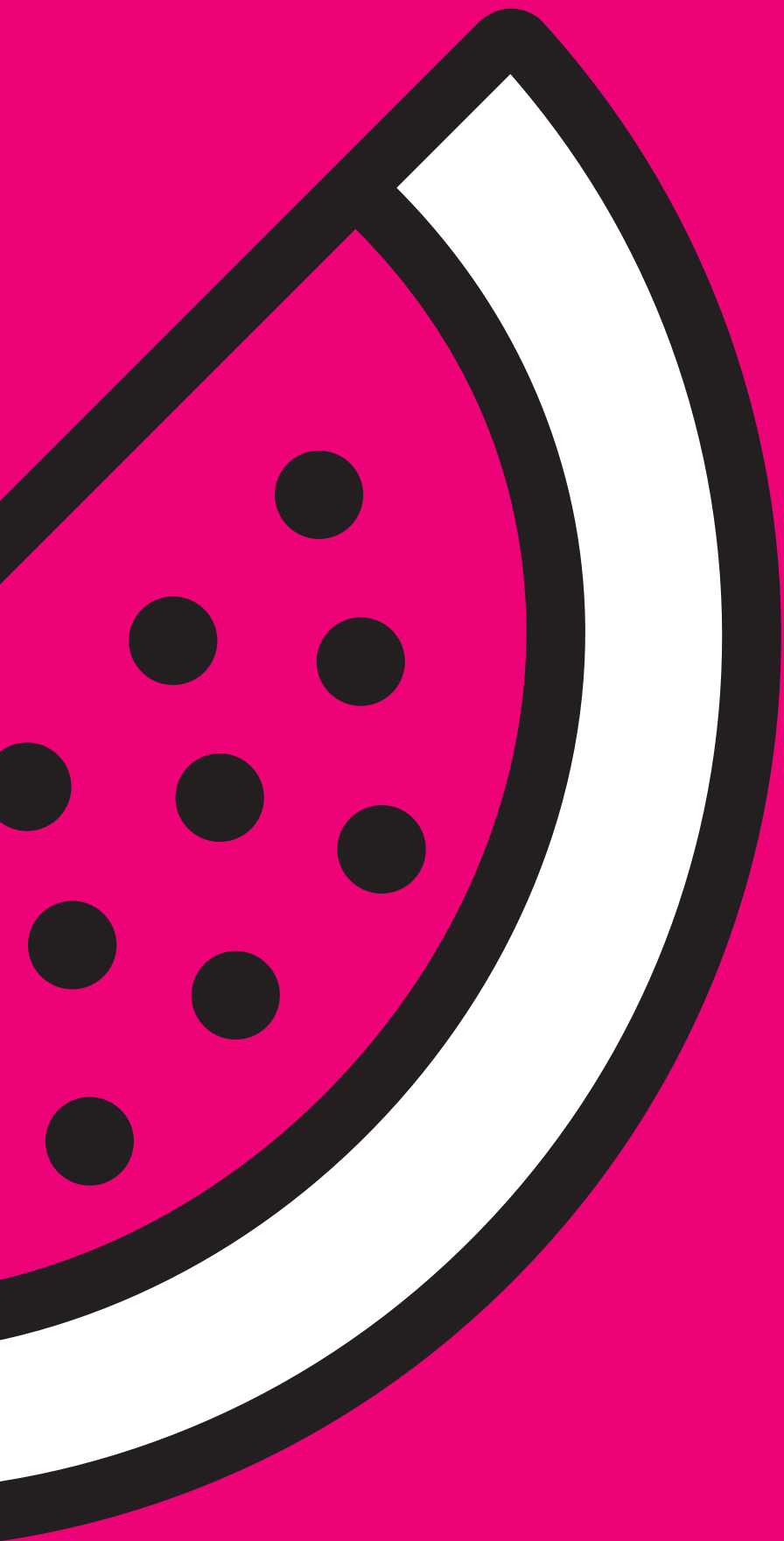
MEMORIA
MERCA
2015



COMER- CIALIZA- CIÓN 2015









SECTOR DE FRUTAS Y HORTALI- ZAS

El sector de frutas y hortalizas constituye uno de los ejes del sector agrario español. Abarca una superficie de cultivo de 1,5 millones de hectáreas, con una producción de más de 24 millones de toneladas y una facturación de unos 17.000 millones de euros, representando así el 40 % de toda la producción agraria.

El negocio genera, además, el 50 % de todo el empleo agrícola, con unos 400.000 puestos fijos y otros 100.000 indirectos. En lo que se refiere a las exportaciones, el sector vende fuera de España (fundamentalmente a países de la UE y el resto de Europa) unos 13 millones de toneladas por valor de 13.000 millones de euros. Creciendo así un 12 % respecto al año anterior.

Son datos lo suficientemente significativos de la importancia del sector. No obstante, también existen amenazas o desafíos en el sector que tienen origen en diversas causas:

- El incremento de la productividad de las producciones bajo

invernadero de los países del norte de Europa ayudado por el cambio climático.

- La fuerte competencia de producciones de terceros países, especialmente del Magreb, con bajos costes de producción, disfrutando, en algunos casos, de aranceles reducidos para el acceso de sus productos en la UE.
- La necesaria modernización de los invernaderos españoles para incrementar los ratios de producción.
- Una excesiva atomización de la producción que provoca una desigual relación con una demanda muy concentrada.
- Un riesgo de sobreoferta, especialmente si no funcionan las exportaciones, que lastra en muchos momentos a las cotizaciones y precios.
- Y finalmente, el estancamiento de las rentas agrarias, pese al incremento de las ayudas comunitarias directas, por el escaso avance del valor de la producción agraria, debido al mal comportamiento de los mercados y el incremento constante de los costes de producción.

La actividad del sector hortofrutícola de MERCAOLID en el año 2015 ha venido marcada por dos factores: incremento del volumen de géneros comercializados y un moderado crecimiento del valor o facturación por el incremento de las cotizaciones de la gran mayoría de productos.

El sector comercializó en su conjunto un volumen total de 121.211 Tm, registrando un incremento del 3,18 % respecto al año anterior.

También las cotizaciones medias fueron algo más elevadas que el año anterior. El precio medio ponderado del conjunto de productos pertenecientes a la subfamilia de frutas quedó fijado en 0,99 €/kg, con un incremento del 1,02 %; los de hortalizas y verduras quedó fijado en 1,02 €/kg, con un incremento del 1,98 %; y el de patatas tuvo un aumento del 2,17 %.

Del conjunto de productos comercializados, el 58,47 % correspondieron a frutas, que tuvieron un incremento del 3,45 %, excluidos los plátanos que descendieron el volumen comercializado un 5,60 %; el 32,35 % fueron verduras y hortalizas, con un incremento del 3,48 %; y el 9,18 % fueron patatas que registraron un incremento del 11,09 % respecto al 2014.

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 230 m² en el año 2015, 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 2015 una superficie comercial climatizada equivalente al 75 % 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 la fuerte importancia logística de las instalaciones de algunos operadores con cadenas de la moderna distribución.

Por lo que a operadores se refiere, el 78,74 % del volumen comercializado fue a través de empresas mayoristas del Mercado Central de Frutas, el 15,08 % por parte de empresas maduradoras de plátanos y almacenes de patatas de la Z.A.C., y el 6,18 % por productores agrarios.

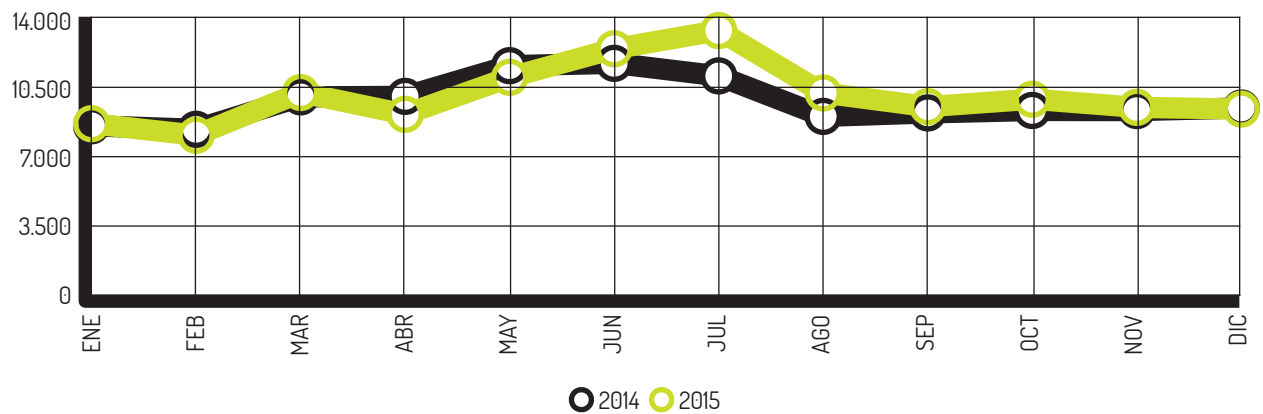
Por lo que a la temporalidad se refiere, es reseñable el mejor comportamiento comercial de los meses de primavera y verano.

Dentro de los productos más comercializados a lo largo del 2015 podemos destacar los siguientes aspectos:

- Un descenso del volumen de plátano comercializado al reducirse la actividad de maduración por parte de algún operador con destino a una gran cadena de supermercados.
- El destacable volumen comercializado de fresa-fresón por el buen comportamiento de la campaña y por la existencia de operadores muy competitivos en el sector.
- Descenso continuado tras sucesivos años de un producto estrella como la naranja (-2,03 %) y por el contrario, un continuado crecimiento año tras año del volumen comercializado de mandarina (+7,64 %).
- Moderados crecimientos de algunos productos de gran consumo como la manzana (+1,20 %), melocotón (+0,75 %), nectarina (+0,80 %), uva (+2,36 %), melón (+1,11 %) o sandía (+9,22 %).
- Descenso del volumen comercializado de cereza (-6,74 %) debido a una campaña algo irregular.
- Reducción de la entrada de producto exótico por razón de precio, cortándose el constante crecimiento de producto importado de los últimos años en favor de producto de temporada.
- El excelente comportamiento de la mayoría de productos pertenecientes a las verduras y hortalizas con moderados crecimientos de casi todos los productos más significativos excepto la coliflor, col y calabacín.
- Finalmente destacar el fuerte incremento de la comercialización de patata debido a los bajos precios compensados solo a final de ejercicio.



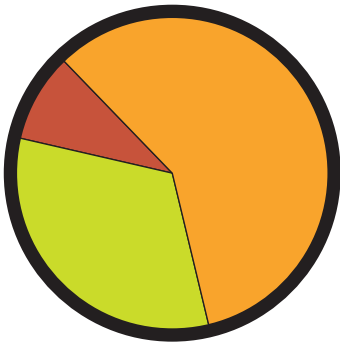
MOVIMIENTO MENSUAL DE TONELADAS COMERCIALIZADAS 2015



MEDIA MENSUAL Y DIARIA 2015 (KG)

PRODUCTOS	ACUMULADO 2015	MEDIA MENSUAL	MEDIA DIARIA
FRUTAS	56.881.743	4.740.145	225.721
HORTALIZAS	39.216.477	3.268.040	155.621
PATATAS	11.129.010	927.417	44.163
PLÁTANOS	13.984.127	1.165.344	55.493
TOTALES	121.211.357	10.100.946	480.998

COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2015

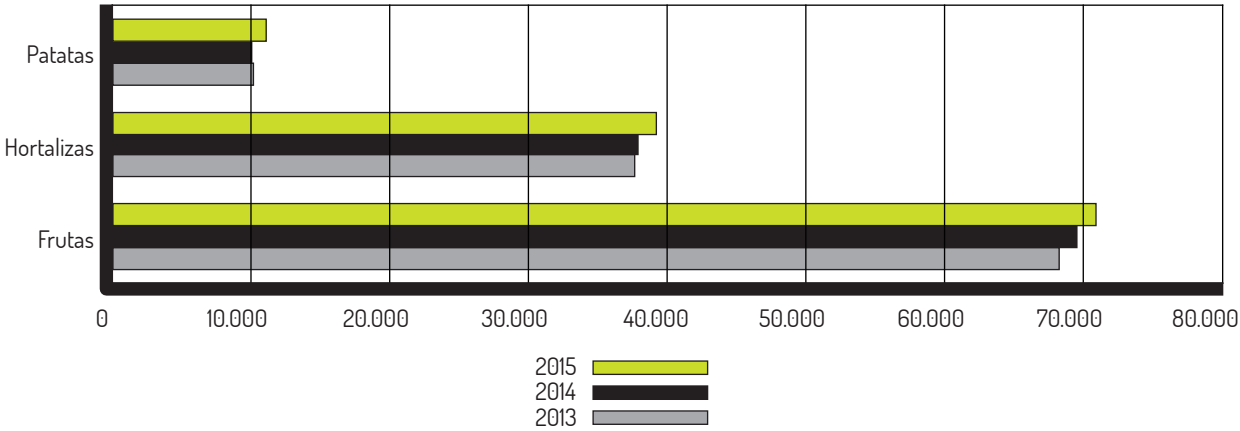


Frutas 58,47%
Hortalizas 32,35%
Patatas 9,18%

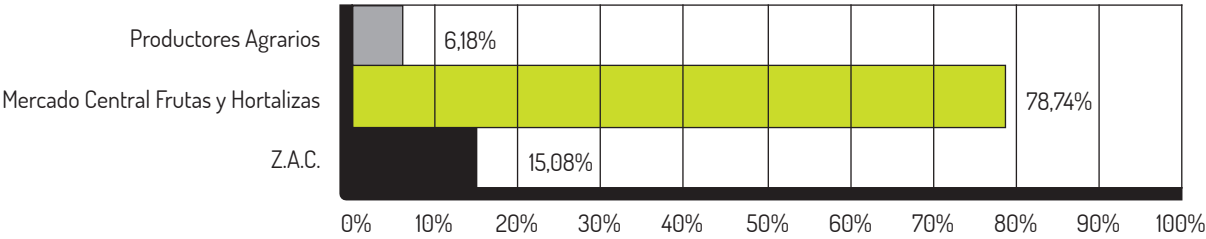
COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS (KG) 2015

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC ANUAL
ENERO	8.642.370	8.538.245	104.125	1,22%	7,13%
FEBRERO	8.060.555	8.358.770	-298.215	-3,57%	6,65%
MARZO	10.218.117	9.997.176	220.941	2,21%	8,43%
ABRIL	9.115.094	10.020.671	-905.577	-9,04%	7,52%
MAYO	10.981.749	11.571.350	-589.601	-5,10%	9,06%
JUNIO	12.424.164	11.688.825	735.339	6,29%	10,25%
JULIO	13.345.371	11.054.457	2.290.914	20,72%	11,01%
AGOSTO	10.193.875	9.010.380	1.183.495	13,13%	8,41%
SEPTIEMBRE	9.502.970	9.186.594	316.376	3,44%	7,84%
OCTUBRE	9.878.726	9.310.100	568.626	6,11%	8,15%
NOVIEMBRE	9.466.607	9.305.771	160.836	1,73%	7,81%
DICIEMBRE	9.381.759	9.433.293	-51.534	-0,55%	7,74%
TOTAL	121.211.357	117.475.632	3.735.725	3,18%	100,00%

EVOLUCIÓN COMERCIAL (TM) POR FAMILIAS 2013-2015



COMERCIALIZACIÓN POR TIPOLOGÍA DE OPERADOR 2015



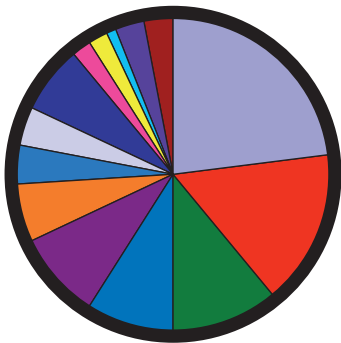
FRUTAS MÁS COMERCIALIZADAS 2015 (KG)

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. RELATIVA %	% SOBRE FAMILIA
NARANJAS	14.886.520	15.194.978	-2,03%	21,01%
PLÁTANOS	13.694.000	14.506.356	-5,60%	19,32%
MANZANAS	5.563.180	5.497.213	1,20%	7,85%
MANDARINAS	5.415.856	4.908.779	10,33%	7,64%
MELOCOTONES	4.627.713	4.593.264	0,75%	6,53%
MELONES	4.355.665	4.307.848	1,11%	6,15%
PERAS	4.124.355	4.239.238	-2,71%	5,82%
SANDÍAS	4.222.054	3.865.641	9,22%	5,96%
FRESA / FRESÓN	4.395.395	3.894.900	12,85%	6,20%
KIWIS	1.641.695	1.867.685	-12,10%	2,32%
NECTARINAS	1.517.279	1.505.237	0,80%	2,14%
PIÑAS	1.312.571	1.272.734	3,13%	1,85%
LIMONES	1.476.435	1.431.209	3,16%	2,08%
CEREZAS	1.242.103	1.331.872	-6,74%	1,75%
UVAS	967.151	944.853	2,36%	1,36%
CIRUELAS	1.057.275	1.014.854	4,18%	1,49%

HORTALIZAS MÁS COMERCIALIZADAS 2015 (KG)

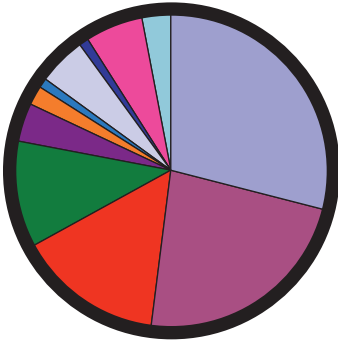
PRODUCTOS	2015	2014	DIF. RELATIVA %	% SOBRE FAMILIA
TOMATES	10.237.280	9.924.653	3,15%	20,33%
PATATAS	11.128.537	10.017.586	11,09%	22,10%
LECHUGAS	6.000.800	5.877.375	2,10%	11,92%
CEBOLLAS	4.739.349	4.479.536	5,80%	9,41%
PIMIENTOS	3.382.204	3.339.129	1,29%	6,72%
ZANAHORIAS	2.610.324	2.537.991	2,85%	5,18%
COLIFLORES	1.678.868	1.887.642	-11,06%	3,33%
J. VERDES	1.835.010	1.702.710	7,77%	3,64%
CALABACINES	1.556.687	1.619.187	-3,86%	3,09%
CHAMPIÑONES/SETAS	1.273.930	1.268.349	0,44%	2,53%
PUERROS	1.252.872	1.209.103	3,62%	2,49%
PEPINOS	1.234.582	1.199.788	2,90%	2,45%
COLES-REPOLLOS	867.734	905.304	-4,15%	1,72%
ACELGAS	806.483	820.764	-1,74%	1,60%
ALCACHOFAS	767.482	747.669	2,65%	1,52%

PROCEDENCIAS 2015



PROCEDENCIA FRUTAS

- C. Valenciana 23%
- Canarias 16%
- Andalucía 11%
- Cataluña 9%
- Murcia 9%
- Aragón 6%
- Extremadura 4%
- UE 4%
- Iberoamérica 7%
- Castilla y León 2%
- Castilla La Mancha 2%
- La Rioja 1%
- Africa 3%
- Otros 3%



PROCEDENCIA HORTALIZAS

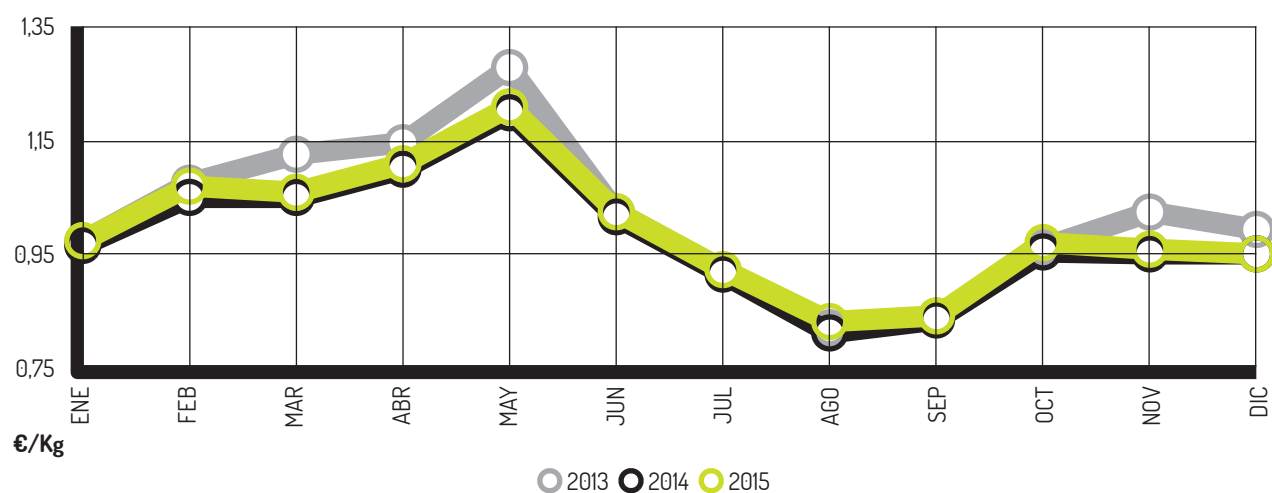
- Andalucía 29%
- Castilla y León 23%
- Murcia 15%
- C. Valenciana 11%
- La Rioja 4%
- Castilla La Mancha 2%
- Navarra 1%
- UE 5%
- Extremadura 1%
- Africa 6%
- Otros 3%



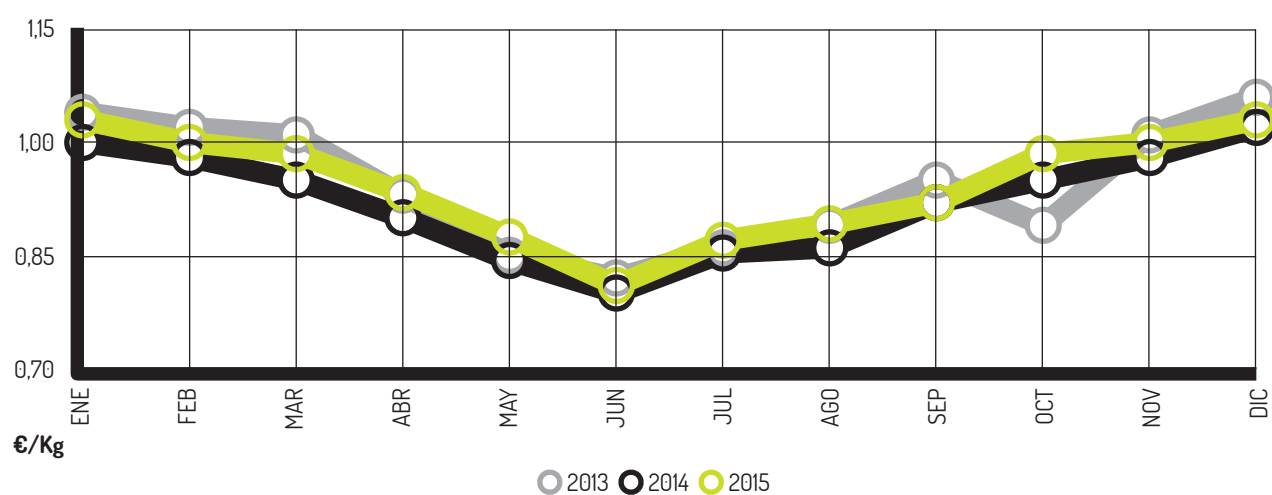
PROCEDENCIA PATATAS

- Castilla y León 55%
- UE 22%
- Andalucía 17%
- Africa 4%
- Otros 2%

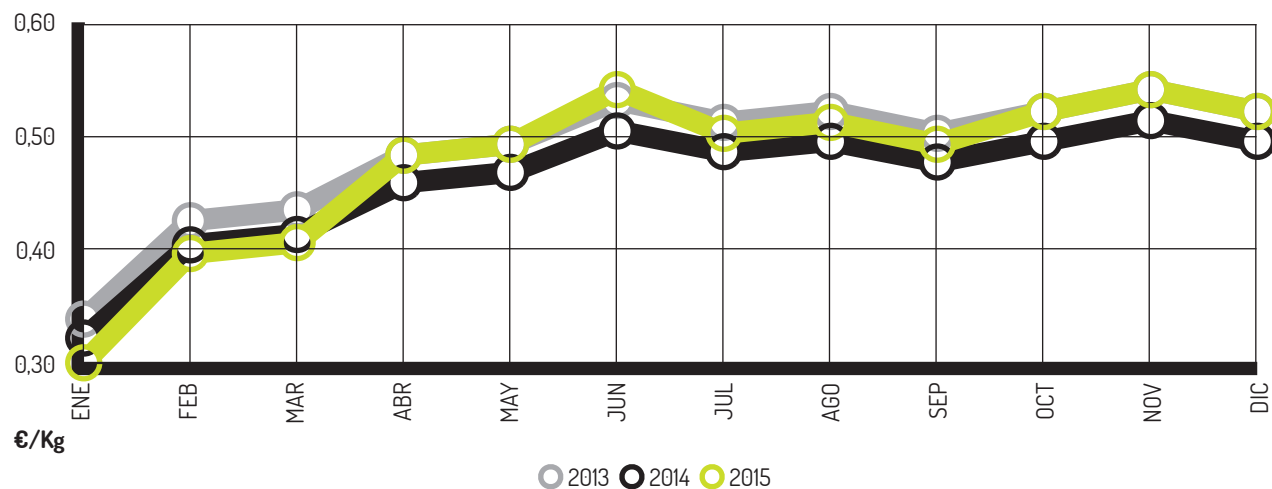
PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE FRUTAS 2013-2015

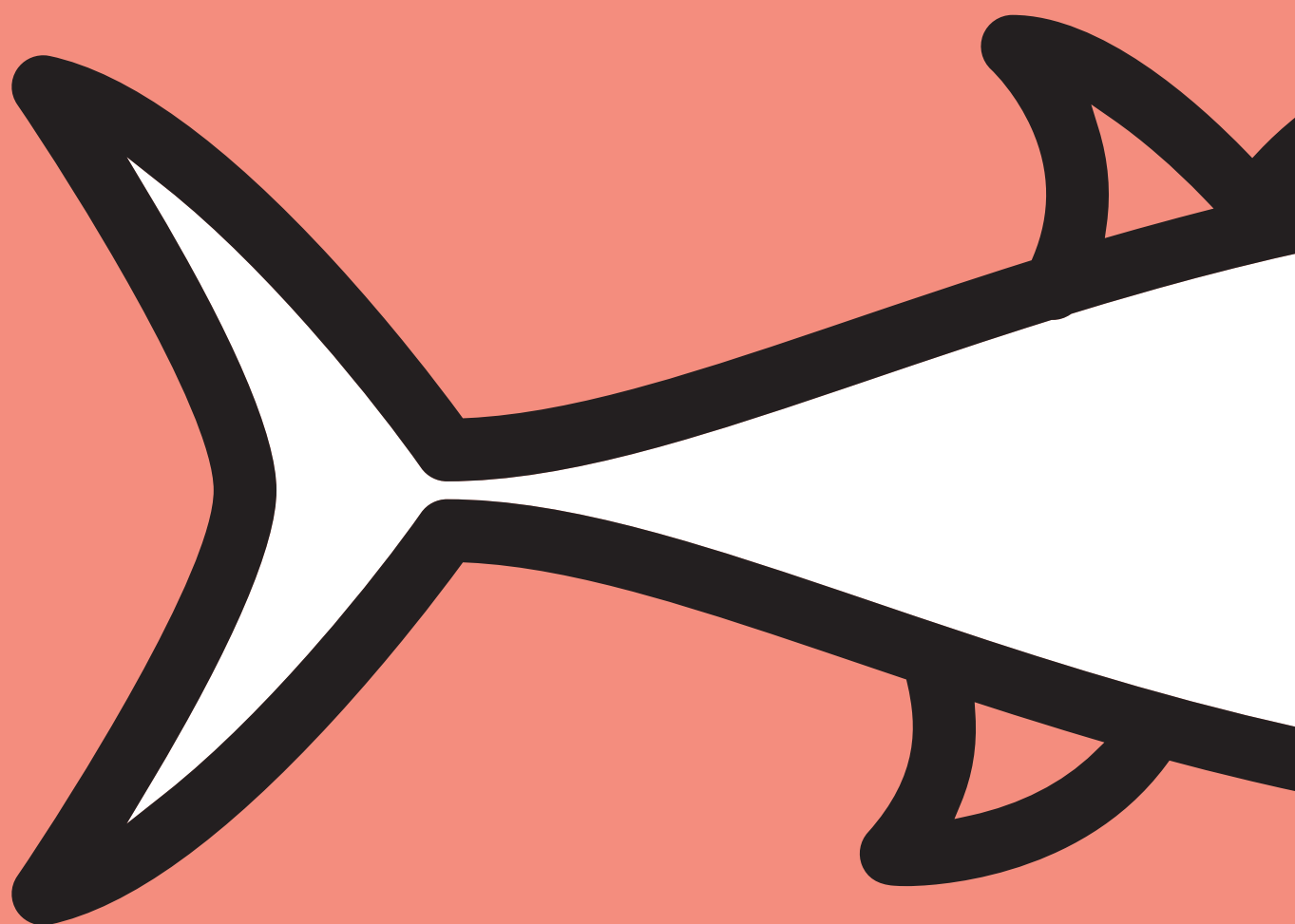


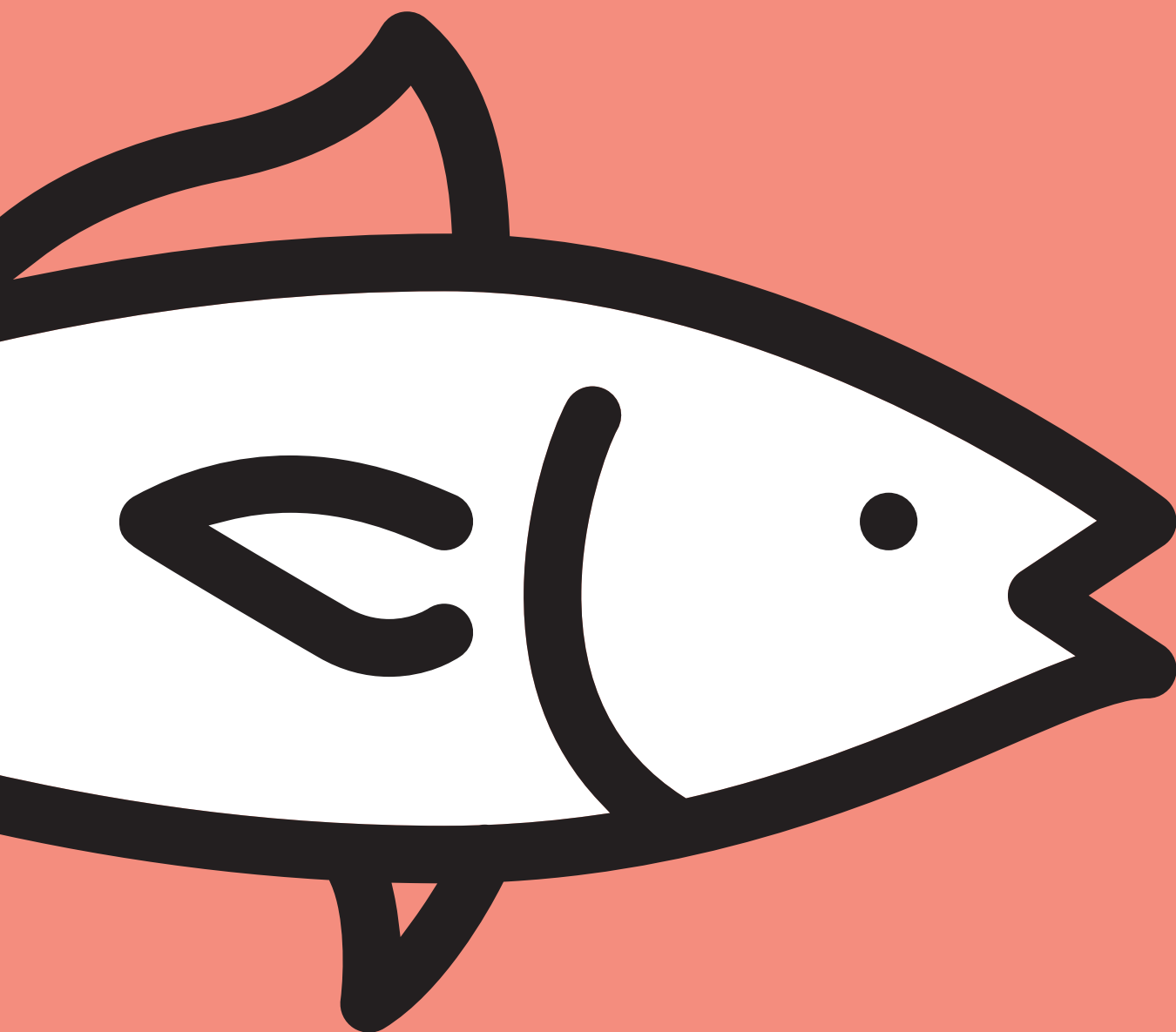
PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE HORTALIZAS Y VERDURAS 2013-2015

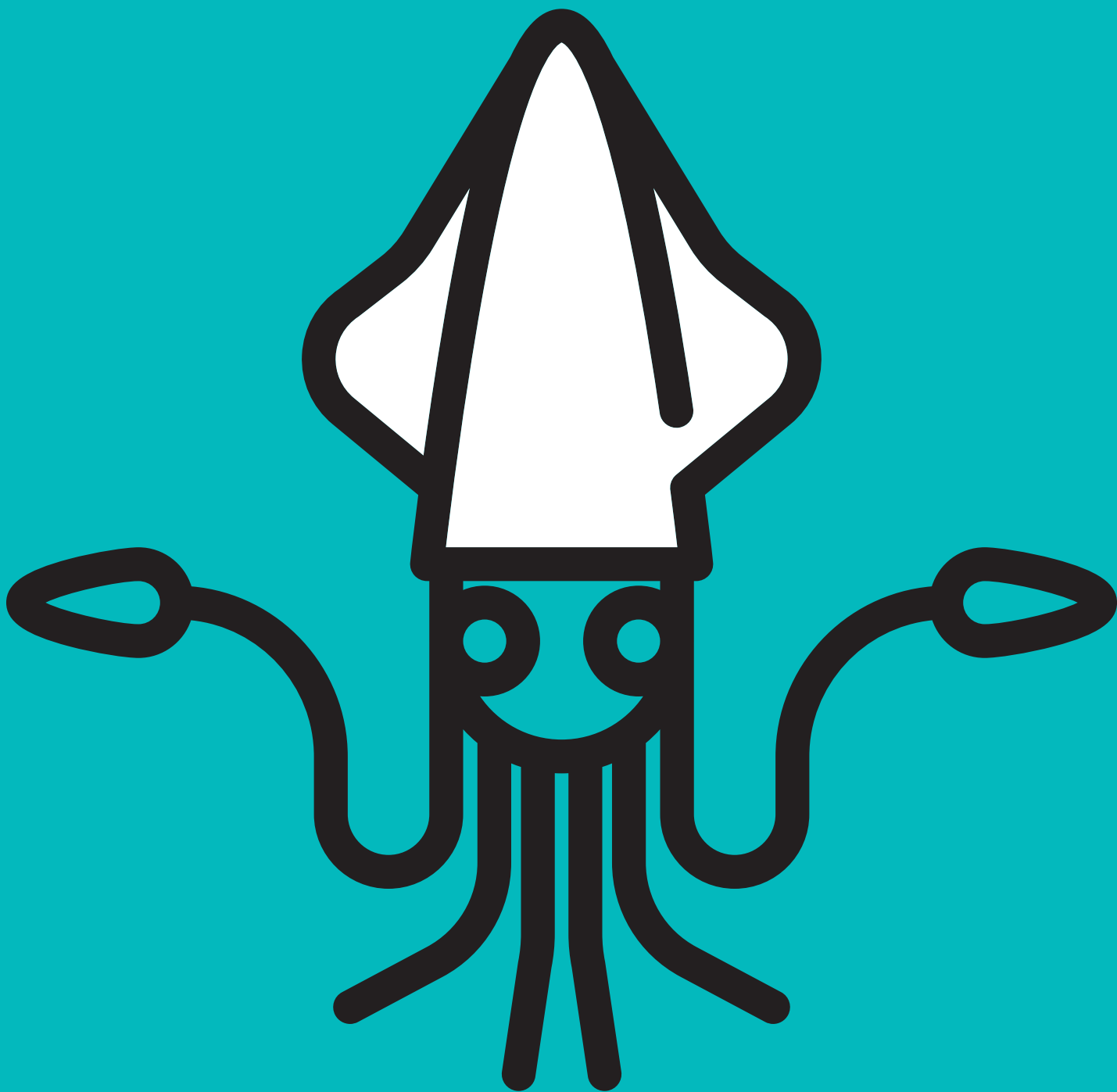


PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PATATAS 2013-2015









SECTOR DE PRODUCTOS PESQUE- ROS

El comportamiento del Sector de Productos Pesqueros en MERCAOLID ha sido desigual según la tipología de actividad a la que nos referimos. En este sentido podemos confirmar un buen comportamiento de los volúmenes comercializados por las salas de elaboración y cocción presentes en MERCAOLID, con un incremento del 6,89 %; el de las centrales de compra de las cadenas de supermercados, con una recepción de géneros que se incrementó en un 1,53 %; y finalmente un comportamiento similar al año anterior de las Plantas de Distribución de Congelados.

Por el contrario, el volumen comercializado por el conjunto de empresas mayoristas del Mercado Central de Pescados, un año más registró un descenso del 2,31 %.

Esta situación fue compensada no obstante con unas cotizaciones medias mayores en un 8,47 % respecto al año anterior en productos frescos, aunque en congelados fue inferior en un 5,81 % respecto al 2015.

En este descenso del volumen comercializado debemos seguir reiterando los factores aludidos en años anteriores:

- Una alteración en los hábitos de consumo o compra doméstica por efecto de la crisis económica y la pérdida de disponibilidad de renta, con penalización del consumo de productos pesqueros a favor de otros alternativos.
- Una creciente pérdida de cuota del comercio detallista especializado a favor de la figura del supermercado de proximidad, cercana a 9 puntos en los últimos años.
- Una creciente pérdida de márgenes comerciales o de explotación por exceso de competencia, con una reducción de demanda.
- Un creciente aprovisionamiento desde origen por parte de la moderna distribución.

Todos estos factores entre otros siguen influyendo en una reestructuración del sector mayorista, con un claro proceso de selección y concentración empresarial.



En el caso de MERCAOLID sigue un año más destruyéndose estructura empresarial en el sector con una escasa capacidad de reabsorción de espacio comercial por parte de los propios operadores asentados en el Mercado.

Conforme a los estudios sobre comportamiento de demanda efectuados por el MAGRAMA en los últimos años, se pueden confirmar las siguientes tendencias:

- Gana peso tanto en consumo (0,6 %) como en gasto (+0,5 %), el pescado fresco.
- Pierden peso los productos pesqueros congelados tanto en consumo (más de un punto el pescado fresco y medio punto los mariscos y moluscos), como en gasto (más de un punto los pescados y medio punto los mariscos-moluscos).
- Pierden peso el consumo de mariscos y moluscos frescos (0,7 puntos) y el gasto (1,1 puntos).
- Los mariscos y moluscos cocidos permanecen estables.
- Y finalmente las conservas aumentan tanto en consumo (1,6 %) como en gasto (+2,3 %).

El sector empresarial de productos pesqueros en MERCAOLID, en su conjunto comercializó un total de 17.396 Tm, alcanzando un volumen de comercialización similar al año anterior, con un descenso del -0,83 %.

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 -2,31 %. Es decir, un descenso algo inferior al computado el año anterior. Por el contrario las empresas asentadas en la ZAC volvieron a registrar un incremento de entradas y elaboración equivalente al 2,29 %.

Por lo que a cotizaciones medias se refiere se han invertido las tendencias de los últimos años, incrementándose las cotizaciones medias de los productos pesqueros frescos un 8,47 % y bajando sustancialmente las cotizaciones medias de productos congelados un 5,81 %. La recuperación de cotizaciones se produce en casi todos los productos de mayor comercialización de entre los frescos.

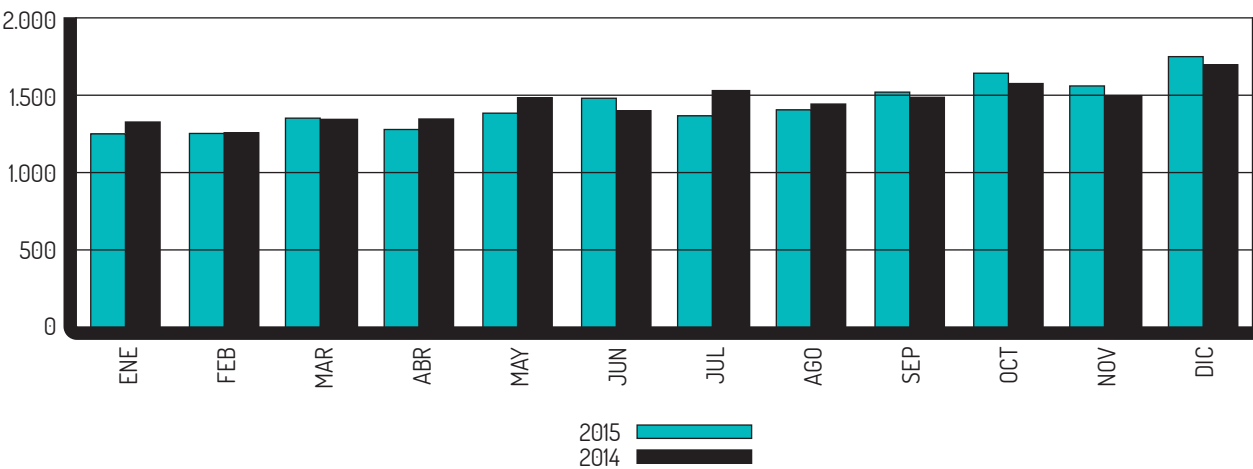
Del volumen total de géneros comercializados, el 58,50 % fueron pescados frescos, con un descenso del 1,36 % respecto al 2014. Los mariscos y moluscos frescos representaron el 15,38 % con un descenso del 2,30 % respecto al 2014. Finalmente los productos congelados representaron el 26,12 % con un descenso del 1,24 %.

Por lo que a pescados frescos más comercializados se refiere, la práctica totalidad registra moderados descensos de comercialización con la excepción del bacalao, el gallo y el salmón como productos de mayor volumen comercial. No obstante es destacable en el 2015 la bajada significativa de entradas de productos de acuicultura con constantes crecimientos en los últimos años, como ha sucedido con la lubina y la dorada. Fundamentalmente por razón de precio. 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 y los meses de verano.

A lo largo del año 2015 por los factores anteriormente expuestos han cesado en la actividad algunas empresas por dificultades económico-financieras. Ante esta situación el Consejo de Administración ha decidido proceder al estudio de fórmulas encaminadas a la conversión de espacio comercial por otros de actividades complementarias del sector.

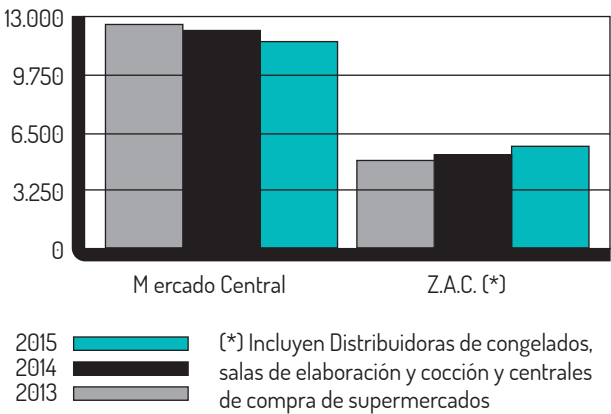
COMPARATIVA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS 2014-2015 (TM)



MEDIA MENSUAL Y DIARIA 2015 (KG)

	ACUMULADO 2015	MEDIA MENSUAL	MEDIA DIARIA (249 DÍAS)
MDO CENTRAL PDTOS PESQUEROS	11.631.161	969.263	46.711
PLATAFORMA Y DISTRIBUCIÓN CONGELADOS	2.807.373	233.948	11.275
SALAS ELABORACIÓN	1.763.360	146.947	7.082
CENTRALES COMPRA	1.194.500	99.542	4.797
TOTALES	17.396.394	1.449.700	69.865

EVOLUCIÓN COMERCIAL SECTOR PESCADOS 2013-2015 (KG)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (KG) 2015

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC ANUAL
ENERO	1.262.991	1.339.719	-76.728	-5,73%	7,26%
FEBRERO	1.265.795	1.270.288	-4.493	-0,35%	7,28%
MARZO	1.364.683	1.356.987	7.696	0,57%	7,84%
ABRIL	1.291.390	1.359.215	-67.825	-4,99%	7,42%
MAYO	1.396.898	1.496.880	-99.982	-6,68%	8,03%
JUNIO	1.493.379	1.412.881	80.498	5,70%	8,58%
JULIO	1.379.817	1.542.891	-163.074	-10,57%	7,93%
AGOSTO	1.418.135	1.455.881	-37.746	-2,59%	8,15%
SEPTIEMBRE	1.532.892	1.499.533	33.359	2,22%	8,81%
OCTUBRE	1.655.193	1.588.368	66.825	4,21%	9,51%
NOVIEMBRE	1.572.846	1.510.258	62.588	4,14%	9,04%
DICIEMBRE	1.762.375	1.709.876	52.499	3,07%	10,13%
TOTAL	17.396.394	17.542.777	-146.383	-0,83%	100,00%

PRODUCTOS PESQUEROS MÁS COMERCIALIZADOS 2015

PESCADOS FRESCOS (KG)

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. RELATIVA %	% SOBRE FAMILIA
MERLUZA	1403.734	1420.208	-1,16%	13,79%
PESCADILLA	1.175.174	1.200.382	-2,10%	11,55%
GALLO	912.093	901.723	1,15%	8,96%
BOQUERÓN	863.739	856.799	0,81%	8,49%
DORADA	626.107	668.632	-6,36%	6,15%
LUBINA	633.354	672.351	-5,80%	6,22%
SALMÓN	704.653	660.096	6,75%	6,92%
CHICHARRO	573.324	587.422	-2,40%	5,63%
SARDINA	516.857	548.680	-5,80%	5,08%
BACALAO	542.553	524.713	3,40%	5,33%
ATÚN - BONITO	472.064	482.338	-2,13%	4,64%
CONGRIO	372.410	389.346	-4,35%	3,66%
BACALADILLA - LIRIO	301.260	309.048	-2,52%	2,96%
TRUCHA	245.369	242.340	1,25%	2,41%
RAPE	214.305	198.100	8,18%	2,11%

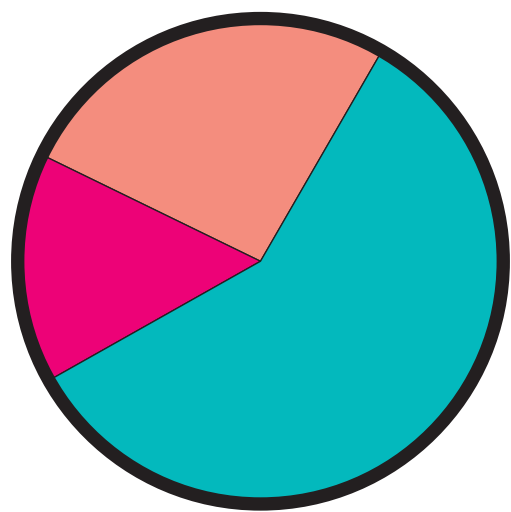
MARISCOS FRESCOS (KG)

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. RELATIVA %	% SOBRE FAMILIA
MEJILLÓN	804.944	819.199	-1,74%	30,09%
CALAMAR	447.370	442.240	1,16%	16,72%
PULPO	289.319	295.978	-2,25%	10,81%
ALMEJA	272.354	282.173	-3,48%	10,18%
NÉCOR	139.103	144.103	-3,47%	5,20%
GAMBA	141.989	140.444	1,10%	5,31%
BUEY	117.869	115.320	2,21%	4,41%
CENTOLLO	56.682	60.513	-6,33%	2,12%
BOGAVANTE	46.121	49.737	-7,27%	1,72%
CHIRLA	39.032	41.435	-5,80%	1,46%
LANGOSTINO	36.098	35.951	0,41%	1,35%
BÍGAR	33.590	32.883	2,15%	1,26%

CONGELADOS (KG)

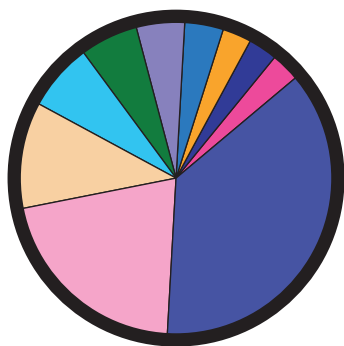
PRODUCTOS	2015	2014	DIF. RELATIVA %	% SOBRE FAMILIA
CALAMAR	906.335	864.823	4,80%	19,95%
LANGOSTINO	646.699	632.777	2,20%	14,23%
MERLÚCIDOS	433.861	454.590	-4,56%	9,55%
GAMBA	472.231	467.093	1,10%	10,39%
PULPO	303.480	303.875	-0,13%	6,68%
POTA	164.945	177.169	-6,90%	3,63%
SEPIA	104.676	116.500	-10,15%	2,30%
CRUSTÁCEOS	119.321	121.918	-2,13%	2,63%

COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2015



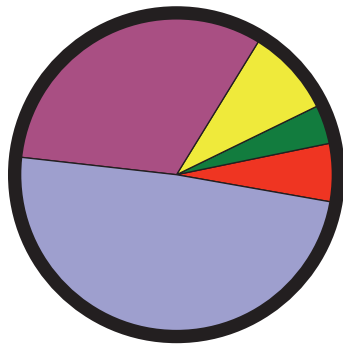
- Pescado fresco **58,50%**
- Marisco fresco **15,38%**
- Productos Pesqueros Congelados **26,12%**

PROCEDENCIA DE PRODUCTOS PESQUEROS 2015



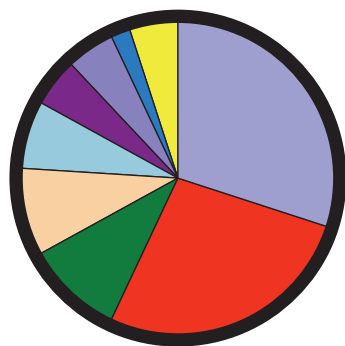
PESCADOS FRESCOS

- Galicia **37%**
- CEE **21%**
- País Vasco **11%**
- Noruega **7%**
- Asturias **6%**
- Andalucía **5%**
- Cataluña **4%**
- C. Valenciana **3%**
- África **3%**
- Otros **3%**



MARISCOS FRESCOS

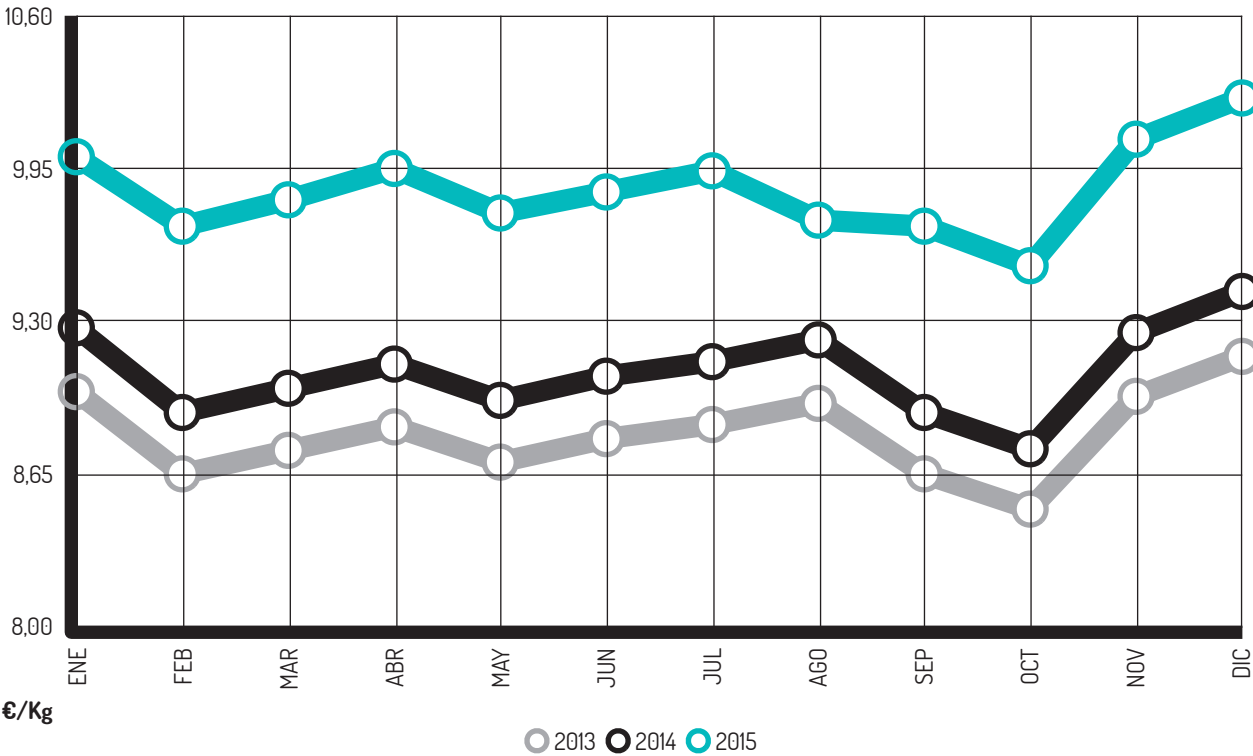
- Galicia **49%**
- CEE **32%**
- África **9%**
- Andalucía **4%**
- Otros **6%**



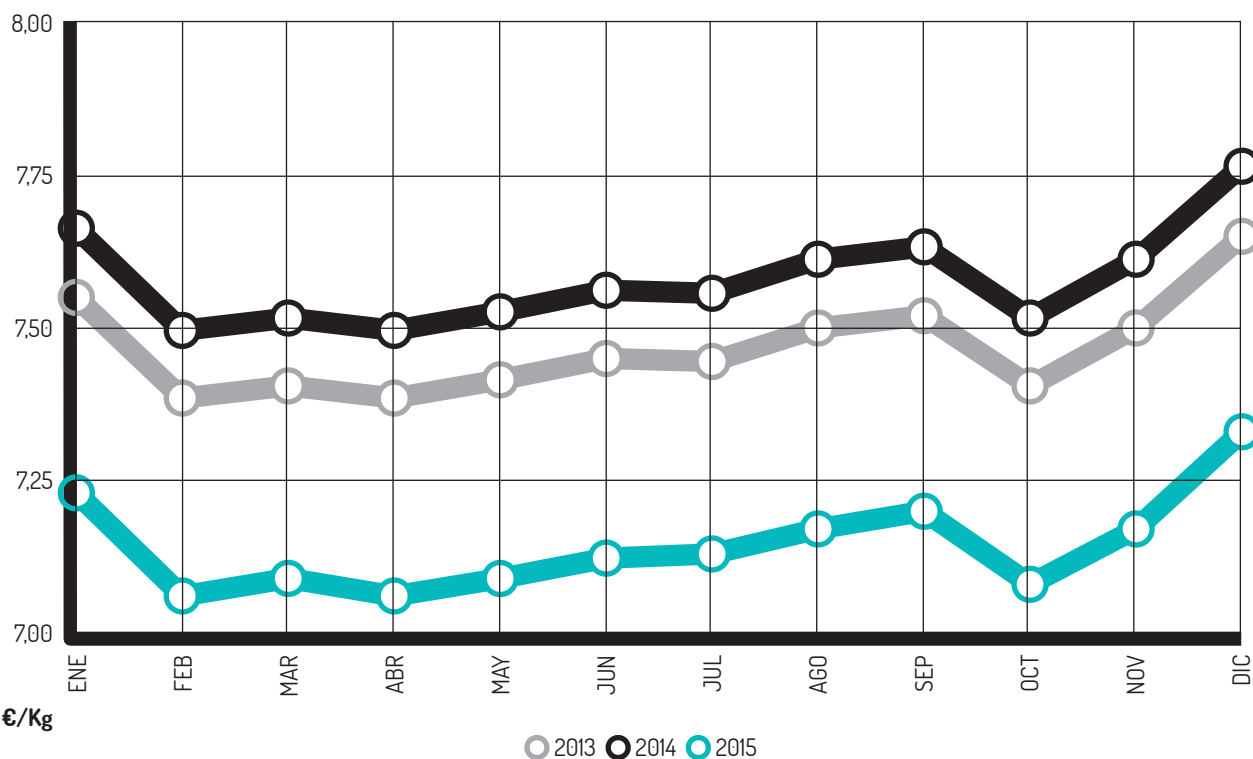
CONGELADOS

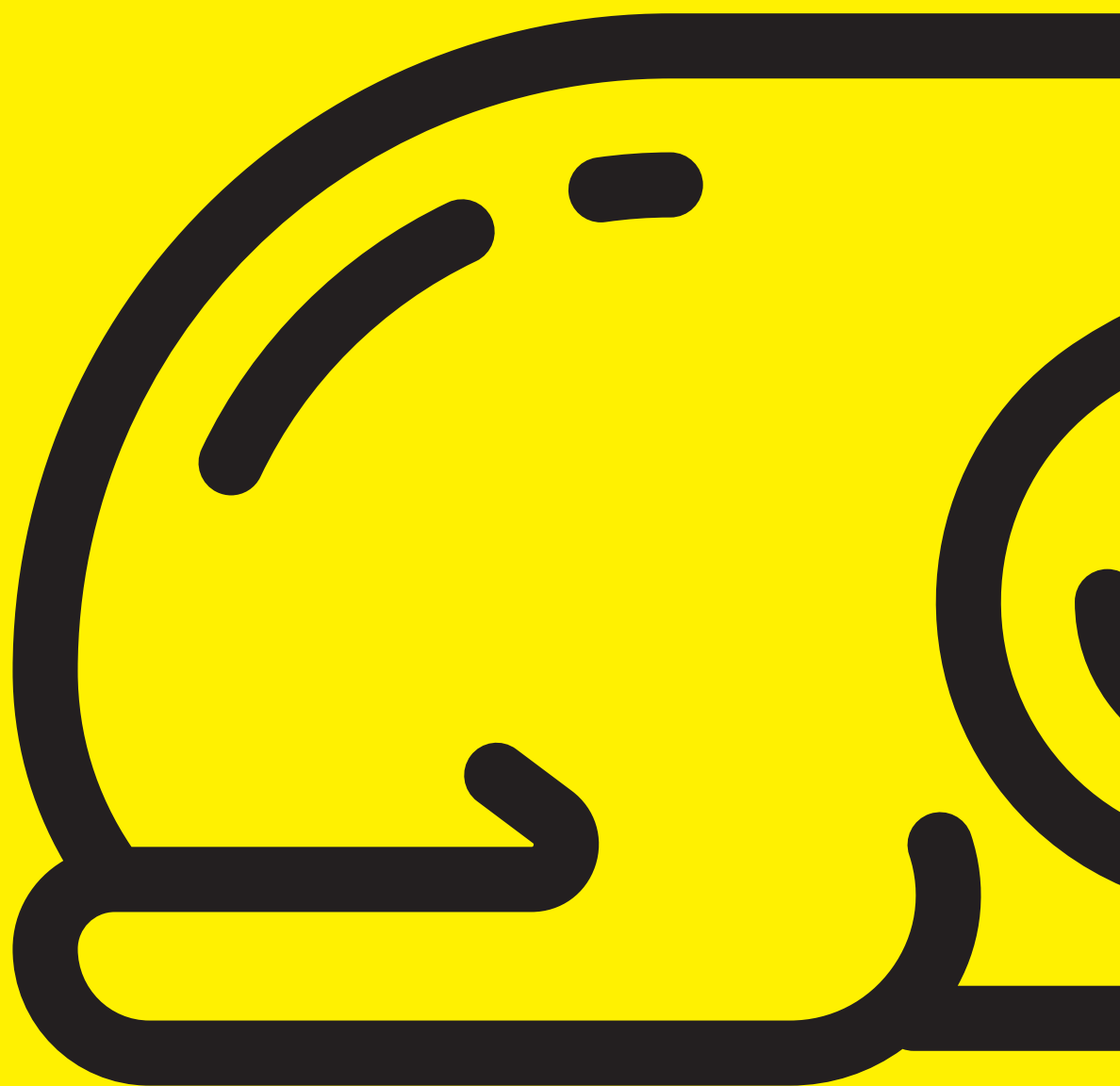
- África **30%**
- Iberoamérica **27%**
- CEE **10%**
- Galicia **9%**
- Norteamérica **7%**
- Asia **5%**
- Cataluña **5%**
- Oceania **2%**
- Otros **5%**

PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS 2013-2015



PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS 2013-2015









Z.A.C.

ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

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:

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

En conjunto las empresas de la ZAC comercializaron 50.922 Tm de productos diversos, con un incremento del 3,59 % respecto al 2014. 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 42,04 % 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 35,90 % del total

de productos comercializados en la ZAC. A estos sectores le siguen los de alimentación seca o envasada (16,55 %) y congelados (5,51 %).

A lo largo del año 2015 son destacables tres aspectos:

- Un incremento del volumen comercializado por parte de los almacenes de patatas.
- Un incremento de la actividad de las salas de despiece de productos cárnicos.
- Y un descenso de la actividad de algunas empresas maduradoras de plátanos.

El sector cárnico comercializó un total de 21.406 Tm, registrando un incremento del 4,68 % respecto al 2014.

Como en años anteriores dentro de este sector destacó la carne de vacuno (63,58 %), porcino (23,40 %), aves (6,83 %), ovino (0,93 %) y otros productos o elaborados cárnicos (5,26 %).

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 tres años negativos en lo que a consumo se refiere.

Como principal novedad a lo largo del 2015 es destacable el importante incremento de la comercialización de carne de pollo (+50,85 %), entre otras razones, debido a la incorporación de un importante grupo distribuidor de este producto.

Finalmente, indicar que la tipología de empresas asentadas en la ZAC no ha variado respecto del ejercicio anterior.

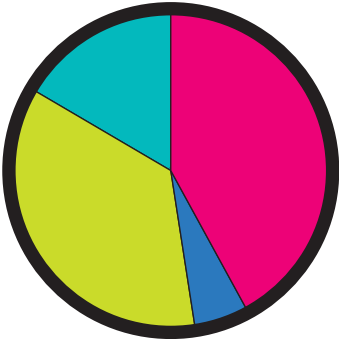
COMERCIALIZACIÓN Z.A.C. 2015 (KG)

PRODUCTOS	2015	2014	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% SOBRE TOTAL
PRODUCTOS CÁRNICOS	21.406.257	20.449.239	957.018	4,68	42,04%
CONGELADOS	2.807.373	2.810.691	-3.318	-0,12	5,51%
FRUTAS Y HORTALIZAS	18.278.673	17.121.205	1.157.468	6,76	35,90%
OTROS PRODUCTOS	8.430.185	8.775.078	-344.893	-3,93	16,55%
TOTALES	50.922.488	49.156.213	1.766.275	3,59	100,00%

COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS CÁRNICOS 2015 (KG)

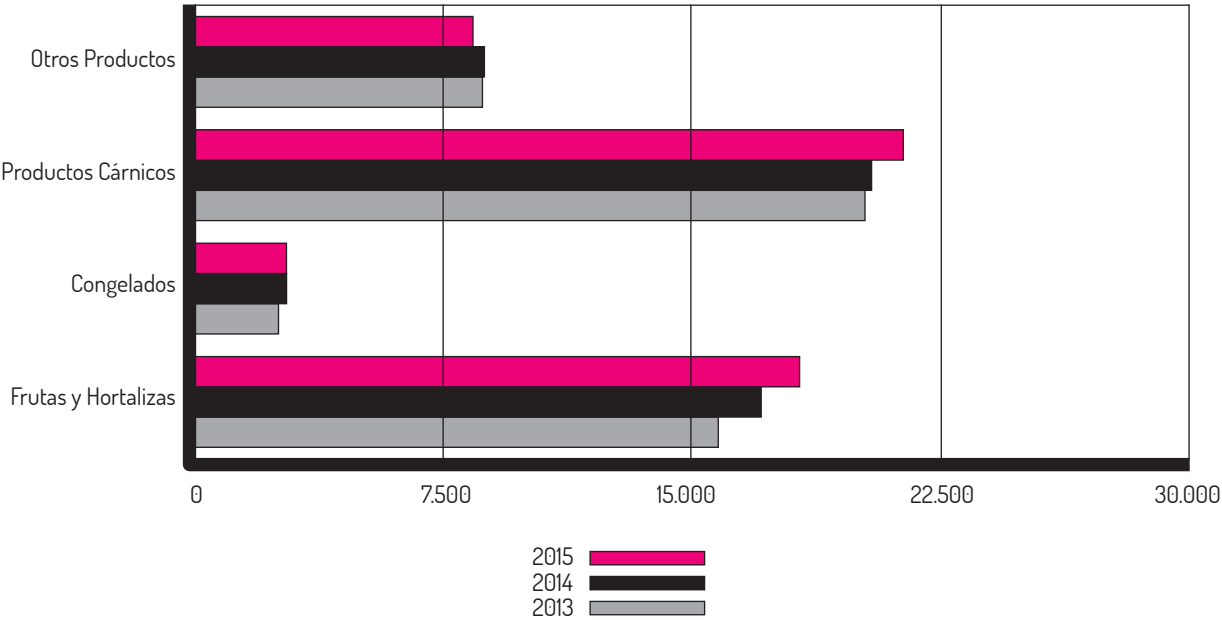
PRODUCTOS	2015	2014	VAR. ABSOLUTA	VARIACIÓN %
AVES	1.462.193	969.294	492.899	50,85%
OVINO	198.857	163.594	35.263	21,56%
PORCINO	5.009.580	5.044.827	-35.247	-0,70%
VACUNO	13.610.458	13.095.693	514.765	3,93%
OTROS	1.125.169	1.175.831	-50.662	-4,31%
TOTAL	21.406.257	20.449.239	957.018	4,68%

Z.A.C. COMERCIALIZACIÓN 2015 (% SOBRE TOTAL)

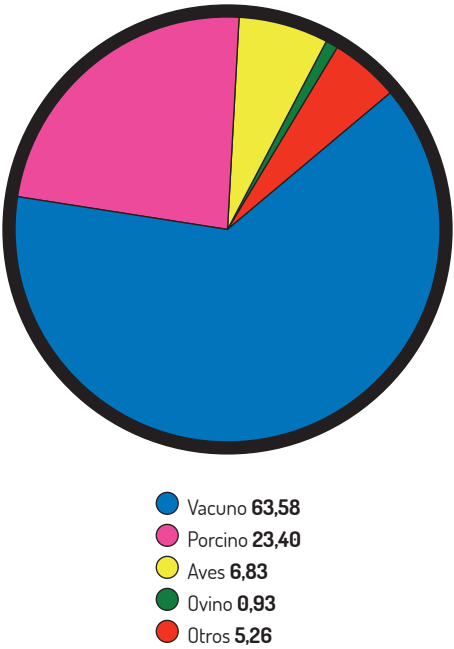


- Productos Cárnicos 42,04%
- Congelados 5,51%
- Frutas y Hortalizas 35,90%
- Otros Productos 16,55%

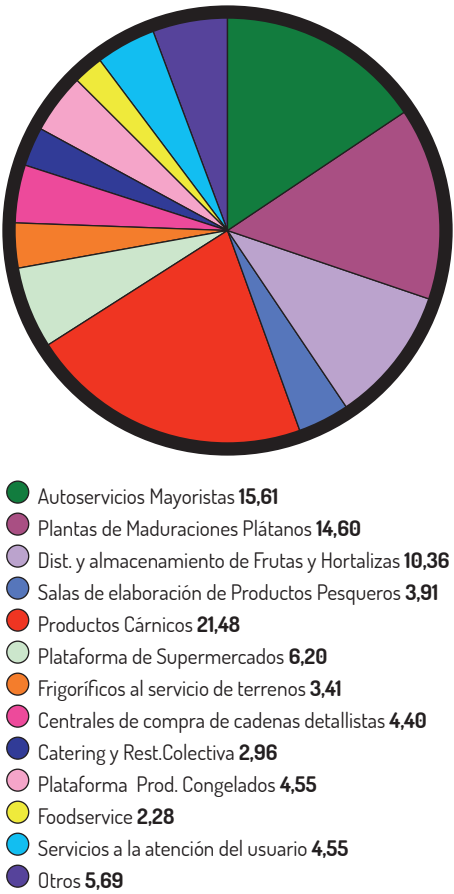
EVOLUCIÓN COMERCIAL 2013-2015 (TM)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS 2015 (% SOBRE TOTAL FAMILIA)



DISTRIBUCIÓN DE SUPERFICIE POR SECTORES Z.A.C.







SERVICIOS Y ACTIVIDADES

ACCESOS Y MOVILIDAD

A lo largo del 2015 los vehículos de desabastecimiento y compradores que accedieron al recinto de MERCAOLID fueron 282.085, con un descenso porcentual del -3,39 % respecto al año anterior.

Datos que ponen de manifiesto una media diaria de 1.137 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 y jueves los días de mayor concentración y aprovisionamiento para el sector hortofrutícola y los martes y viernes para el de productos pesqueros.

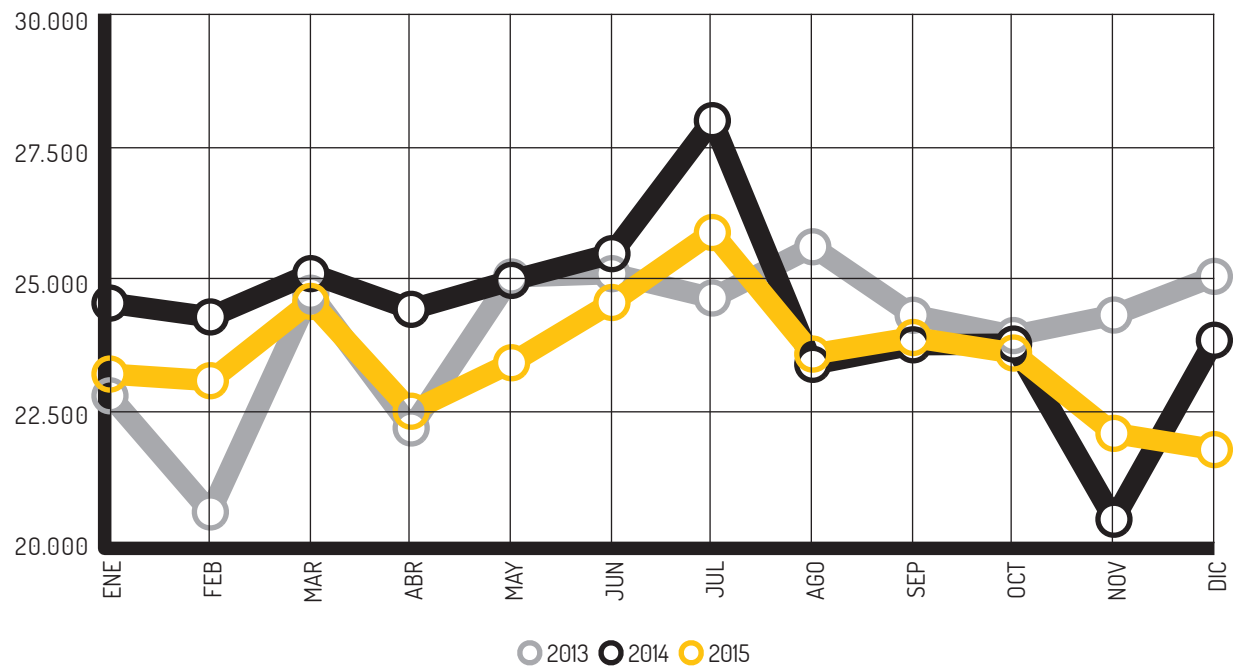
La media mensual de actos de desabastecimiento ha quedado fijada en 23.507 vehículos, existiendo repuntes al alza en los meses de verano y diciembre como viene siendo habitual.

Por lo que a vehículos de abastecimiento se refiere, a lo largo del año 2015 accedieron al recinto un total de 39.181 vehículos, registrando un incremento de entrada de vehículos del 0,14 % respecto al año 2014.

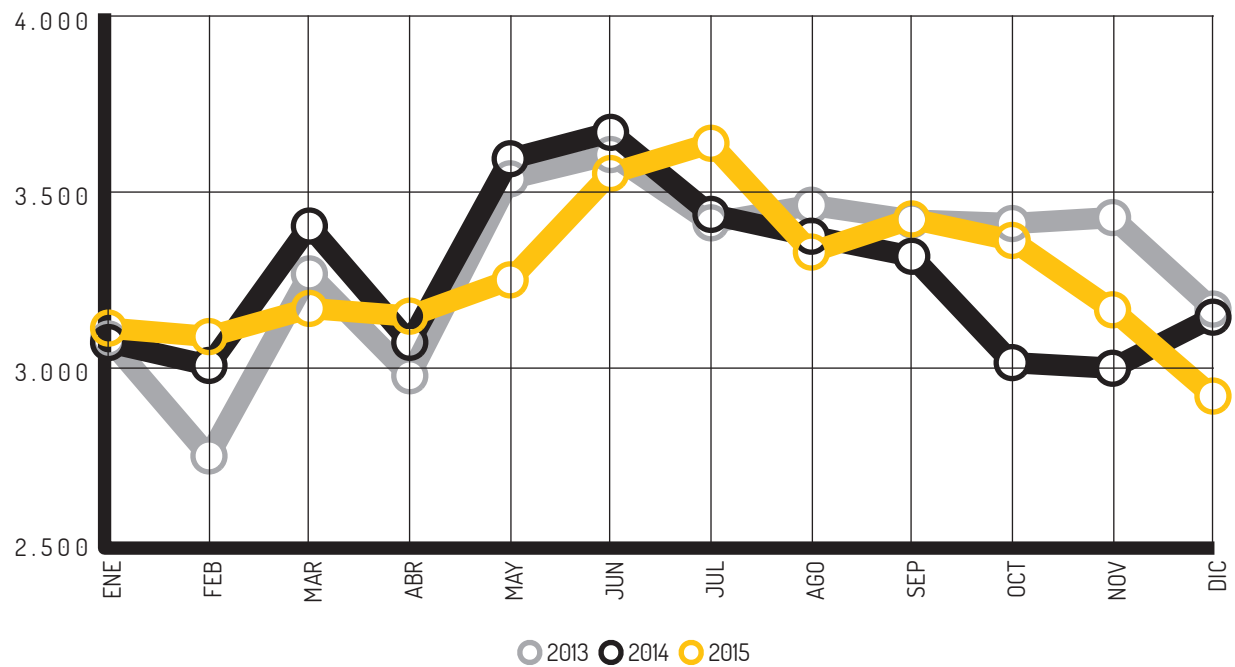
Los días más importantes para el aprovisionamiento de géneros son los domingos y miércoles en el caso del Mercado Central de Frutas, los lunes y jueves en el caso del Mercado Central de Pescados y los lunes y miércoles en la ZAC.

El abono nocturno y la modificación de los horarios para depósito de envases han permitido mayor fluidez en las entradas al reducirse los momentos de concentración de compradores.

VEHÍCULOS DE DESABASTECIMIENTO 2013-2015



VEHÍCULOS DE APROVISIONAMIENTO 2013-2015



SEGURIDAD.

El servicio integral de seguridad y vigilancia de MERCAOLID a lo largo del 2015 fue prestado por la empresa “Grupo Norte Soluciones de Seguridad, S.A.”, empleando una media de 10 recursos humanos, entre vigilantes de seguridad y auxiliares y dando una cobertura integral las 24 horas al día, los 365 días del año. Con presencia reforzada en determinados horarios y en actuaciones o campañas especiales (navidades, cumplimiento de reglas del punto limpio, zona de recogida de envases, ... etc.).

Asimismo, la empresa encargada del mantenimiento de los sistemas pasivos de seguridad ha sido “Eulen Seguridad, S.A.”

A lo largo del primer trimestre del 2015, alguna de las empresas asentadas en el recinto de MERCAOLID sufrió algunos intentos de “robo con fuerza” en las cosas, empañando una evolución positiva en materia de seguridad y vigilancia en los últimos años.

Ante dicha situación se incrementaron los servicios de seguridad con una contratación de refuerzos humanos complementarios de 822 horas de auxiliares y 1.105 horas de vigilante-jurado, hasta concluir una mejora en las instalaciones de seguridad de MERCAOLID.

Las medidas de seguridad adoptadas mejoraron la seguridad del perímetro exterior del recinto mediante la elevación del cercado exterior de algunas zonas con cables sensores y la implantación de nuevos sistemas de videovigilancia, con la instalación de cámaras analógicas con análisis de imagen.

Aprovechando la realización de estas actuaciones, se sustituyeron algunas cámaras interiores y exteriores por otras de tecnología HD-CUI de alta definición.

El conjunto de medidas ha representado una inversión de 41.249 €.

A lo largo del 2015 y siguiendo los requerimientos de la autoridad laboral, se ha mejorado la señalización relativa a la seguridad laboral en el recinto, con la finalidad de disminuir los riesgos laborales, no habiendo sido el año 2015 un año en el que se hayan producido accidentes significativos en este ámbito.

Del mismo modo se han seguido intensificando las tareas de vigilancia y control de actividades de mantenimiento, obras o reformas de empresas asentadas en MERCAOLID, mejorándose los índices de coordinación de actividades.

MEDIO AMBIENTE

Con la finalidad de mejorar los ratios de separación y recuperación de residuos, a lo largo del ejercicio 2015 se adoptaron una serie de medidas que nos han permitido mejorar sustancialmente en esta materia.

Las medidas adoptadas fueron:

- Aprobación de reglas de funcionamiento interno relativas a la separación de residuos en distintos tipos de contenedores, según el tipo de residuo.
- Adquisición de 66 contenedores especializados para la recogida separada de cartón, madera y EPS.
- Incremento de la actividad de prensado de madera y cartón a través de nuevos contenedores compactadores.
- Instalación de contenedores de tamaño medio instalados a lo largo del Mercado Central de Frutas para la recogida separada de flejes.
- Implantación de una nueva metodología de trabajo de la empresa explotadora del Punto Limpio de MERCAOLID.

Los resultados han sido muy satisfactorios ya que se ha conseguido incrementar notablemente los ratios de separación del residuo orgánico que tiene como destino la Planta de Tratamiento de Valladolid (CTR), del resto de residuos inorgánicos que tienen como destino plantas especializadas para la posterior recuperación de materia prima.

En concreto, se recuperaron 451,7 Tm de cartón, con un descenso del -2,71 % respecto al año pasado; 186,74 Tm de madera, con un incremento de recuperación del 44,38 %; 83,03 Tm de EPS (poriexpan), un 64,06 % más de recuperación que el año anterior; 1,02 Tm de flejes, con un crecimiento exponencial ya que anteriormente no era recuperado y 66 Tm de film plástico de retráctil, con un incremento del 5,26 %.

A la luz de estos datos podemos observar un crecimiento importante de la recuperación de residuos de difícil valoración.

En un claro compromiso con una política medioambiental, la Sociedad ha incorporado a su inmovilizado una nueva planta fotovoltaica sobre techumbre de 0,225 Mw. Esto hace que en la actualidad la Sociedad tenga plantas fotovoltaicas sobre techumbre que suman los 0,450 Mw, a los que hay que añadir dos pequeñas plantas fotovoltaicas en régimen de autoconsumo de 6 Kw y 25 Kw que tienen por finalidad reducir el consumo eléctrico del Área Administrativa y el Centro de Control y Seguridad de MERCAOLID.

Para los próximos años se prevé el incremento de esas plantas

de autoconsumo con destino al suministro eléctrico del alumbrado comunitario de algunas naves de los Mercados Centrales.

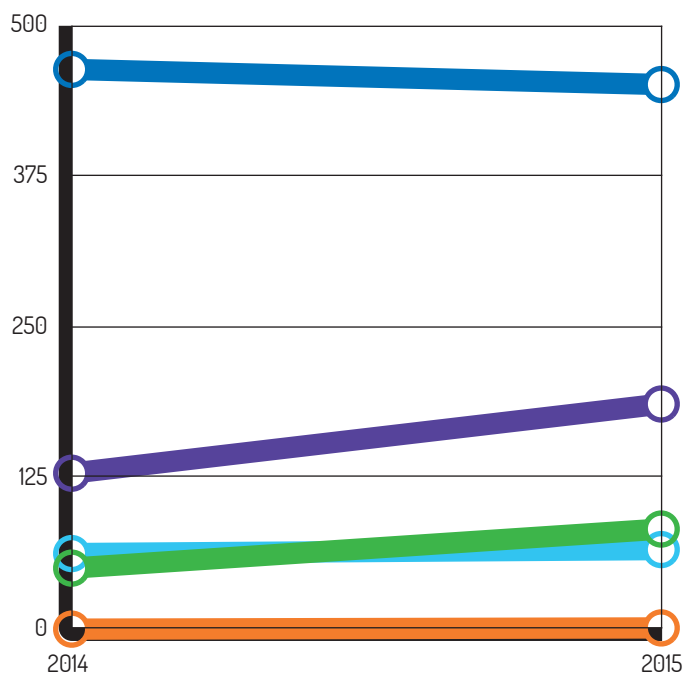
De igual manera, en un intento de racionalización de consumos, se realizarán inversiones para la centralización de contadores y contratos de suministro y se continuará con la política de sustituciones de luminaria de las naves en favor del LED.

Un año más MERCAOLID se ha adherido a la contratación pública de suministro eléctrico realizada por el Ayuntamiento de Valladolid y sus Organismos Autónomos, Fundaciones y Sociedades.

A lo largo del año 2016 se diseñará un Plan Específico de Vertidos que tendrá como finalidad garantizar la máxima individualización de los vertidos de aguas residuales de cada una de las empresas de MERCAOLID; individualizaciones que permitirán un control pormenorizado y que supondrán la asunción de inversiones por encima de los 100.000 €.

RECUPERACIÓN RESIDUOS INORGÁNICOS TM

RESIDUO	2014	2015	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA (%)
● CARTÓN	464,29	451,73	-12,56	-2,71
● MADERA	129,34	186,74	57,40	44,38
● EPS	50,61	83,03	32,42	64,06
● FLEJES	0,00	1,02	1,02	
● FILM PLÁSTICO	62,70	66,00	3,30	5,26



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.

Los Reglamentos Europeos establecen normas generales y específicas de los productos alimenticios, así como las responsabilidades de los operadores de empresas alimentarias en cuanto a la puesta en marcha de sistemas de autocontrol y la verificación del cumplimiento de la legislación alimentaria.

Los principios del APPCC es un modelo práctico para identificar y controlar permanentemente los peligros, importante para la seguridad de los productos alimenticios.

En algunos sectores existen guías de prácticas correctas de higiene basadas en la aplicación de los principios del sistema del APPCC.

A lo largo del 2015 se realizaron 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: 14
 - Inspecciones en centros de comidas preparadas: 21
 - Inspecciones diarias en controles normalizados:
 - 3.560 al año en establecimientos de pescados
 - 6.000 al año en establecimientos de fruta
 - Frutas y verduras: 160 controles normalizados.
 - Industria de la pesca: 67 controles normalizados.
 - Carnes y derivados: 300 controles normalizados.
 - Almacenes polivalentes: 45 controles normalizados.
- Retirada del consumo, por presentar alteradas sus características organolépticas, fue un total de 14.887 Kg de productos diversos. Correspondiendo 10.399 Kg a frutas y verduras y 2.978 Kg a productos de la pesca y marisco y 1.510 Kg correspondieron a carnes y derivados.
- A lo largo del 2015 se tomaron una serie de muestras para su determinación microbiológica y/o fisicoquímica, siendo

un total de 6 muestras reglamentarias de las cuales:

- 3 muestras reglamentarias en crustáceos para la determinación de sulfitos.
 - 2 muestras reglamentarias en pescados azules para la determinación de mercurio y cadmio.
 - 1 muestra reglamentaria en crustáceos y moluscos para la determinación de cadmio y plomo.
- 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, salas de despiece, centros de elaboración de comidas, industrias de la pesca, así como la supervisión y verificación del plan APPCC en estas industrias. Tras la cumplimentación de estos cuestionarios, se concedió plazos para subsanar las posibles no conformidades detectadas.
- Como resultado de estas inspecciones a lo largo del 2015 se realizaron una serie de informes sancionadores a ciertas industrias.

CONSERVACIÓN DE INSTALACIONES

Como hemos expuesto en otras partes de este Informe, la Sociedad ha realizado un fuerte esfuerzo inversor por importe de 1.079.397 €, destinados a la adquisición de una planta fotovoltaica sobre techumbre de 0,225 Mw, mejora de instalaciones frigoríficas y climatización de espacios comerciales, equipos informáticos y sistemas de seguridad pasiva.

Con independencia de las inversiones, la Sociedad acometió un gasto de 174.753 € en reparación y conservación

de instalaciones, debiendo destacar como principales actuaciones las siguientes: reparación y conservación de suelos de epoxi en muelles, pasillos y locales comerciales; reparación de goteras en techumbres; panelizaciones de exteriores de naves; elevación de cercados exteriores; obras diversas de acondicionamiento de locales comerciales; acondicionamiento de la parte exterior del Área Administrativa; reparación de instalaciones frigoríficas y otras obras de mantenimiento general.

Asimismo, a lo largo de finales del 2015 y principios del 2016 se ejecutaron obras de reposición de asfaltados en viales de la Unidad Alimentaria por importe de 43.700 € con cargo a las dotaciones para grandes reparaciones constituidas la Sociedad.

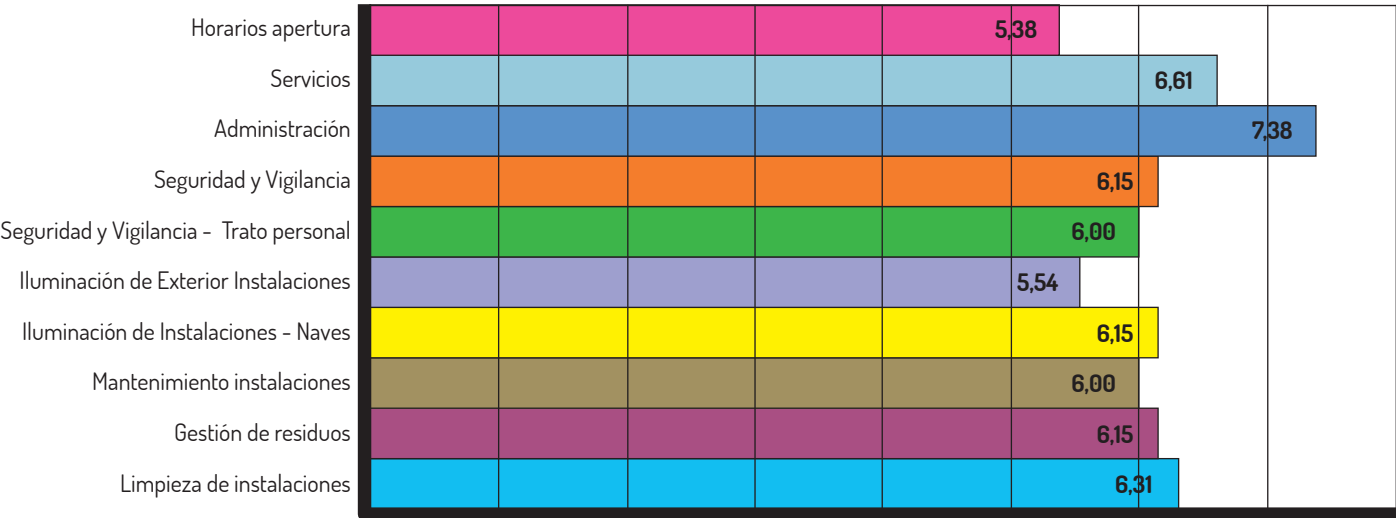
CALIDAD

Por decimotercer año consecutivo MERCAOLID tiene implantado un sistema de calidad que afecta a los principales procesos y actividades que conciernen al servicio público prestado por la Sociedad conforme a la norma ISO 9001. En el mes de junio de 2015 se superó satisfactoriamente la Auditoría de Renovación del Sistema realizado por la Auditora S.G.S.

Como cada año se llevó a cabo la realización de una “encuesta de satisfacción” entre las empresas asentadas en el Polígono Alimentario, con el objetivo de conocer su grado de satisfacción y de esta forma detectar posibles mejoras en los servicios prestados.

En general los resultados son óptimos, con excelente valoración en la atención y asesoramiento y dotación de servicios al usuario.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN JUNIO 2015



ÁREA DE FORMACIÓN

A finales del año 2015, el área de formación gestionada por la empresa Marsdigital S.L. abrió sus puertas para dar servicio y cubrir las necesidades formativas de las empresas y trabajadores de Mercaolid. Además de extender su formación al resto de empresas y personas de la ciudad.

El centro está registrado como centro y entidad de formación profesional para el empleo de Castilla y León, y se han conseguido homologar trece certificados de profesionalidad de diferentes áreas temáticas, algunas de ellas relacionadas con el ámbito en el que nos encontramos. Además se cuenta con varias acreditaciones, entre ellas: la certificación en calidad, acreditación de Seguridad Privada, entidad proveedora de formación acreditada por la Comisión de Formación Continuada y certificación del Trinity College.

El Área de Formación tiene tres aulas polivalentes y un aula taller, además de una recepción y sala de profesores. Todo ello integrado en una superficie de 370 m², ubicada en una zona anexa al Área Administrativa de Mercaolid.

Durante el año 2016 se han estado impartiendo cursos de Peluquería, Manipulación Cárnica, Manipulador de cargas con carretillas y Manipulador de alimentos, donde se ha contado con la colaboración de algunas empresas relacionadas con estos sectores sitas en Mercaolid.

Los objetivos del área de formación son:

- Informar de todos los cursos o certificaciones profesionales que requiera el sector de actividad, teniendo en cuenta la legislación vigente, así como la orientación de cualquier otra cuestión vinculada con la formación y el empleo.
- Impartir formación para trabajadores, desempleados y personas en riesgo y exclusión social.
- Diseñar un plan formativo acorde con las necesidades específicas de las empresas de Mercaolid y las que se encuentran fuera del propio mercado.

Como proyectos futuros se encuentran en marcha acciones formativas con una asociación vecinal, un sindicato y el desarrollo completo de una acción formativa con compromiso de contratación.

IMPLICACIÓN SOCIAL

La Sociedad tiene implantado un sistema para la articulación de visitas al recinto, bien a través de su página web o previa solicitud por otros medios. Como viene siendo tradicional, a lo largo del 2015 se programaron visitas a distintos colectivos públicos y privados de diversa naturaleza (escuelas de

formación, escolares, institucionales, empresariales, ... etc.).

Como no podía ser de otra forma y dentro de la necesaria implicación de la Sociedad en el tejido social vallisoletano, ésta ha patrocinado y colaborado con distintos colectivos sociales y en diversos actos de interés de la ciudad (eventos deportivos de participación multitudinaria, actividades culturales, festividades de los barrios colindantes, ayudas a colectivos con dificultades de integración, actos promocionales de la ciudad, etc.).

TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

MERCAOLID ha puesto en funcionamiento su Portal de Transparencia.

Con el objetivo de incrementar los niveles de transparencia y accesibilidad a la información por parte de cualquier usuario y de acuerdo con las Leyes 19/2013 de 9 de diciembre y 19/2014 de 29 de diciembre, desde principios del 2016 se puede consultar en la página web de Mercaolid el Portal de Transparencia.

El contenido de este Portal reúne la información normativa, jurídica, económica, de contratación, de organización interna, de personal, entre otros, relativa a la Sociedad. Además, se incluye un Buzón de Transparencia a través del cual los ciudadanos pueden solicitar, mediante un formulario, cualquier información pública.

El Portal ha sido diseñado cumpliendo todos los indicadores de transparencia solicitados por el Ayuntamiento de Valladolid, al ser una sociedad perteneciente a la órbita de la Administración Local.

MERCAOLID se encuentra en fase de renovación de su web institucional con el objetivo de proporcionar un acceso más rápido y directo a toda la información institucional y de servicios del Polígono Alimentario.

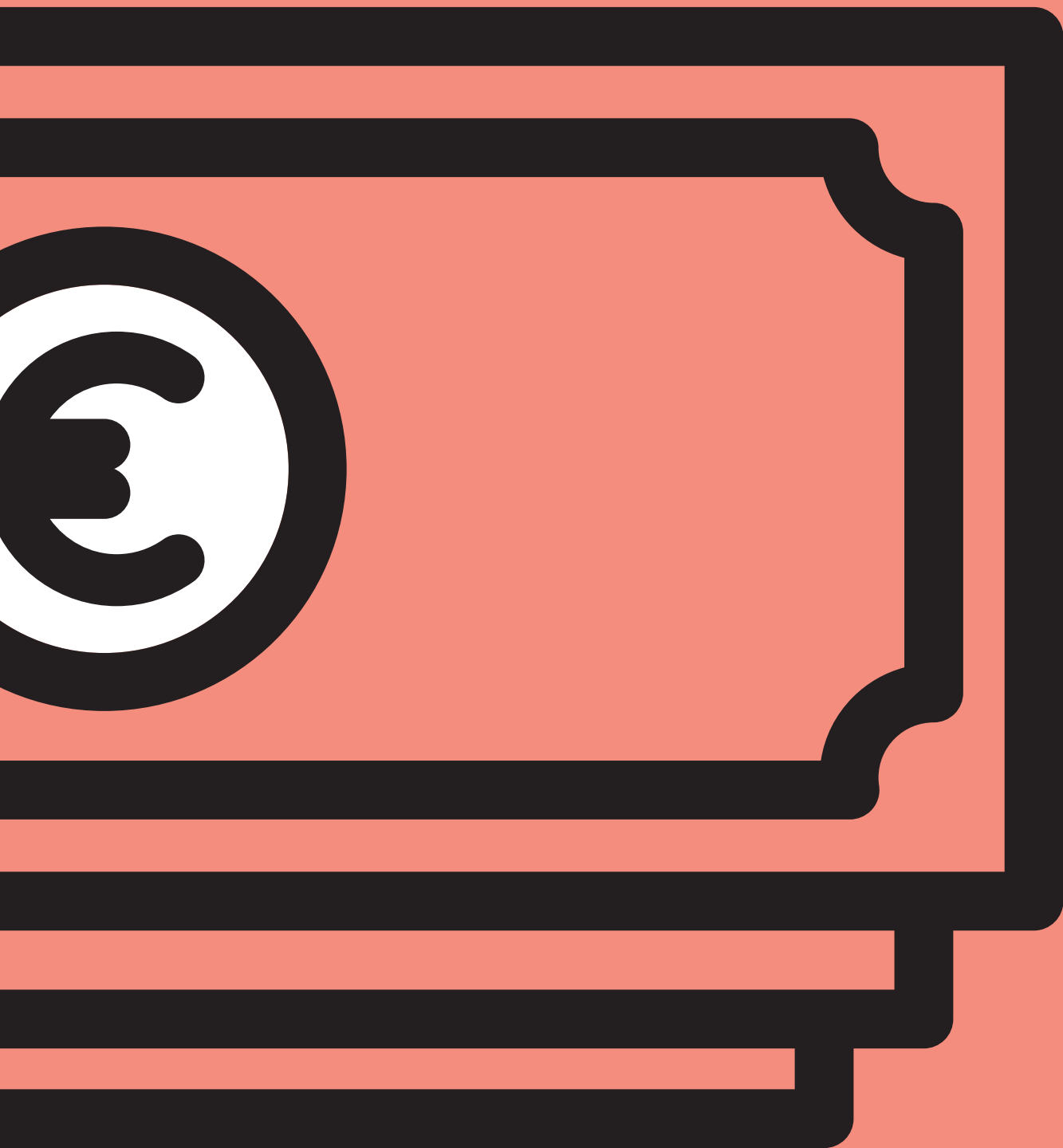
Se pretende reforzar su papel como herramienta de utilidad para todos los usuarios de este recinto, pero también que sea una ventana abierta al mundo para proyectar la imagen de MERCAOLID.

La web estará adaptada a todo tipo de dispositivos, pudiéndose consultar fácilmente desde un ordenador, tablet o móvil.

El contenido de la web ofrecerá información de interés con noticias generales de MERCAOLID, cursos de formación, datos estadísticos, portal de transparencia, oferta de inmuebles, ... etc.

Dentro de los diversos actos de comunicación, destacamos la participación de MERCAOLID en la Feria Alimentaria de Castilla y León que tuvo lugar en el mes de mayo de 2015. Nuestra presencia fue conjunta con otras Empresas y Asociaciones representativas de diversos sectores, todas ellas asentadas en MERCAOLID.





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 2015 de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. (MERCAOLID), presenta un beneficio antes de impuestos (BAI) de 654.251,24 euros, que supone un crecimiento porcentual del 4,80 % respecto a los resultados del ejercicio anterior.

Los resultados tienen especial significación si se tiene en consideración que atendiendo al contexto existente la Sociedad ha mantenido, por tercer año consecutivo, la medida de congelación de rentas y todo tipo de precios o cánones.

CUENTA DE RESULTADOS

Los datos al cierre del ejercicio 2015 recogidos en la Cuenta de Resultados de Unidad Alimentaria de Valladolid S.A. reflejan una cifra de negocios de 2.110.086 euros, registrando un crecimiento de 3,28 % respecto al ejercicio anterior.

Desglosados los ingresos de la sociedad, 1.889.480 euros (75,31 %) correspondieron a ingresos corrientes o propios de la actividad, y por tanto similares a los del año anterior; los ingresos por entradas han supuesto 148.022 euros (5,90 %), decreciendo en un -3,97 % respecto al año anterior; los ingresos por producción de las plantas fotovoltaicas ascienden 220.606 euros (8,79 %) con un incremento del 43,61 %. El resto de ingresos asciende a 211.331 euros (8,42 %) y decrecen en un -9,50 %. Los ingresos financieros ascienden a 39.640 euros (1,58 %), lo que representó una disminución del -2,17 % respecto al 2014.

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 1.361.854 euros reduciéndose en un -0,20 %; los procedentes de rentas de ocupación de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias) ascendieron a 527.626 euros, incrementándose en 0,53 %.

En cuanto al capítulo de gastos, estos ascendieron en su conjunto a 1.854.828 euros, registrando un incremento del 0,34 % respecto al ejercicio 2014.

Dentro de la estructura de gastos, los gastos de administración representaron el 1,02 %, los gastos correspondientes a servicios exteriores el 34,05 %, los de aprovisionamiento el 8,43 %, los gastos de personal el 19,11 %, los gastos tributarios el 3,04 %, las amortizaciones y otras dotaciones el 33,64 %, y los gastos financieros el 0,71 %.

El Resultado Económico Bruto de Explotación (R.E.B.E.) fue de 1.251.688 euros, lo que representa un aumento del 5,01 % respecto al año 2014.

En términos de generación de recursos, el Cash Flow alcanzó la cifra de 1.114.389 euros, mejorándose en un 3,24 % respecto al año anterior.

En el capítulo de dotaciones estas ascendieron a 623.896 euros, correspondiendo 606.025 euros a amortizaciones por inmovilizado y 17.871 euros a dotaciones para tráfico.

BALANCE

Por lo que se refiere al Estado Patrimonial de la Sociedad reflejado en el Balance de Situación a 31/12/2015, la cifra total de Activo y Pasivo se ha situado en 11.322.369 euros, aumentando en 546.672 euros respecto al ejercicio anterior, representando un incremento del 5,07 %.

El pasivo de la Sociedad refleja una estructura financiera solvente y saneada con una cifra de Recursos Propios de 7.582.528 euros, de los que el 84,45 % corresponden a Fondos Propios de la Sociedad.

Cabe destacar que durante el ejercicio 2015, la Sociedad tiene un endeudamiento por importe de 1.265.647 euros para sufragar las importantes inversiones realizadas a lo largo del ejercicio y años anteriores.

Finalmente y como indicadores de la estructura financiera saneada de la Sociedad, la ratio de liquidez inmediata quedó situada en 4,28, la de rentabilidad económica en el 5,54 %, el margen comercial en el 23,25 % y de ratio de autonomía financiera en el 5,99.

NUEVAS INVERSIONES

Sin lugar a dudas puede catalogarse el ejercicio 2015 como uno de los de mayor importancia de los últimos años en lo que a esfuerzo inversor de la Sociedad se refiere.

Inversiones que han tenido la finalidad por un lado de diversificar las tradicionales vías de ingresos de la sociedad y por otro mejorar la funcionalidad y seguridad de las instalaciones.

En concreto la Sociedad ha realizado inversiones por un conjunto de 1.079.397 euros, siendo la inversión más significativa la correspondiente a la recompra de una planta fotovoltaica sobre techumbre de 0,225 Mw, explotada anteriormente por otro operador y por importe de 974.669 euros.

Asimismo se han realizado inversiones para mejora de instalaciones frigoríficas y climatización de espacios comerciales por importe de 68.934 euros.

Finalmente son reseñables las inversiones en mejora de sistemas y medidas de seguridad pasiva del recinto por importe de 31.312 euros y en equipos informáticos por 4.482 euros.

PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2016

La Sociedad prevé unos resultados económicos similares a los del ejercicio 2015 ya que el efecto negativo de pérdida de ingresos por alquileres se verá compensado con la entrada de ingresos por otras actividades o ingresos extraordinarios.

Finalmente en materia de inversiones se prevé también un ejercicio con importantes inversiones para adaptar las instalaciones a un futuro Plan Específico de Vertidos del recinto, así como para seguir mejorando la conservación o funcionalidad de las instalaciones, y reducir las partidas de gasto de algunos suministros.

Los estados financieros de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. correspondientes al ejercicio 2015 han sido auditados por Cauder, S.L.

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

ACTIVO	EJERCICIO 2015	EJERCICIO 2014
ACTIVO NO CORRIENTE	8.871.322,70	8.544.239,45
Inmovilizado intangible	38.763,70	37.621,90
Coste	59.523,30	55.813,71
Amortización	-20.759,60	-18.191,81
Inmoviliz. materiales	8.825.797,62	8.349.856,17
Coste	19.355.066,22	18.275.668,16
Amortización	-10.529.268,60	-9.925.811,99
Inversiones fª a l/p	6.761,38	156.761,38
Instrum. patrimonio	6.761,38	156.761,38
ACTIVO CORRIENTE	2.451.046,60	2.231.457,96
Deudores ciales y otras ctas. a cobrar	158.566,20	74.544,19
Clientes por vtas y prest. de servicios	87.616,03	74.123,48
Anticipos	5.000,00	420,71
Otros créditos con Admon Públicas	65.950,17	0,00
Inversiones fª a c/p	1.791.174,66	1.837.174,66
Efectivo y otros activos líquidos equiv.	501.305,74	319.739,11
TOTAL ACTIVO	11.322.369,30	10.775.697,41

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2015	EJERCICIO 2014
PATRIMONIO NETO	7.582.528,46	7.632.721,44
Fondos Propios	6.403.345,56	6.362.113,28
Capital	4.207.070,00	4.207.070,00
Reservas	1.705.781,11	1.671.822,50
Resultado del ejercicio	490.494,45	483.220,78
Subvenciones, donac y legados	1.179.182,90	1.270.608,16
PASIVO NO CORRIENTE	3.204.686,82	2.776.170,50
Deudas a largo plazo	2.690.038,62	2.199.986,92
Deudas con entidades de crédito	1.085.403,71	531.157,44
Otras deudas a largo plazo	1.604.634,91	1.668.829,48
Pasivo por impuesto diferido	505.334,41	544.516,67
Periodificaciones a largo plazo	9.313,79	31.666,91
PASIVO CORRIENTE	535.154,02	366.805,47
Deudas a corto plazo	180.243,56	89.202,56
Deudas con entid. crédito	180.243,56	88.526,26
Otras deudas a corto plazo	0,00	676,30
Acreedores ciales y o. ctas. a pagar	342.842,96	266.382,94
Proveedores	6.246,71	21.754,81
Otros acreedores	336.596,25	244.628,13
Periodificaciones a c/plazo	12.067,50	11.219,97
TOTAL PASIVO	11.322.369,30	10.775.697,41

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

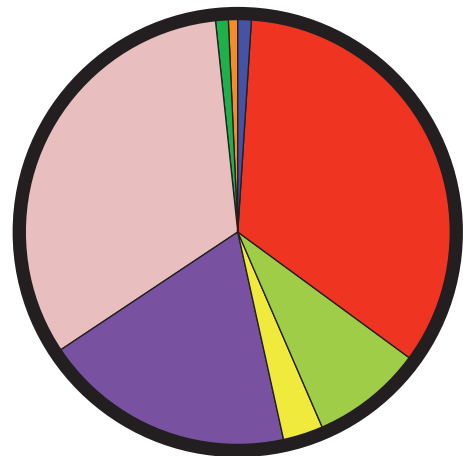
	EJERCICIO 2015	EJERCICIO 2014
OPERACIONES CONTINUADAS		
Importe neto de la cifra de negocios	2.110.086,23	2.043.062,25
Otros ingresos de explotación	228.744,95	228.044,37
Gastos de personal	-354.469,46	-346.069,85
Otros gastos de explotación	-881.152,58	-909.243,89
Amortización del Inmovilizado	-606.024,00	-581.195,73
Imputación de subv. de inmov. no fº y otras	130.607,52	161.165,34
RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN	627.792,66	595.762,49
Ingresos financieros	39.639,74	40.518,14
Gastos financieros	-13.181,16	-11.986,25
RESULTADO FINANCIERO	26.458,58	28.531,89
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	654.251,24	624.294,38
Impuesto sobre beneficios	-163.756,79	-141.073,60
RDO. DEL EJERC. PROCEDENTE DE OPERAC. CONTINUADAS	490.494,45	483.220,78
OPERACIONES INTERRUMPIDAS	490.494,45	483.220,78
Rdo. del ejerc. procedent. operac. interrumpidas		
RESULTADO DEL EJERCICIO	490.494,45	483.220,78

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

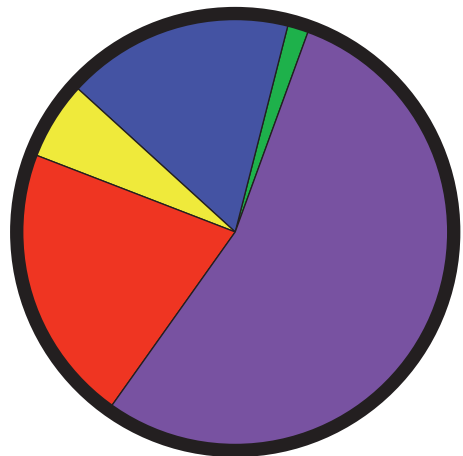
	CAPITAL SUSCRITO	RESERVAS	RDO. DEL EJERCICIO	SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	TOTAL
SALDO FINAL DEL AÑO 2013	4.207.070,00	1.344.819,36	779.989,30	1.383.423,89	7.715.302,55
I. Ajustes por cambios criterios 2013					0,00
II. Ajustes por errores 2013					0,00
SALDO AJUSTADO AL INICIO DEL AÑO 2014	4.207.070,00	1.344.819,36	779.989,30	1.383.423,89	7.715.302,55
I. Total de ingresos y gastos reconocidos			483.220,78		483.220,78
II. Operaciones con socios	0,00	0,00	-452.986,16	0,00	-452.986,16
1. Aumentos de capital					0,00
2. (-) Reducciones de capital					0,00
3. Otras operaciones con socios			-452.986,16		-452.986,16
III. Otras variaciones del patrimonio neto		327.003,14	-327.003,14	-112.815,74	-112.815,74
SALDO FINAL DEL AÑO 2014	4.207.070,00	1.671.822,50	483.220,78	1.270.608,15	7.632.721,43
I. Ajustes por cambios criterios 2014					0,00
II. Ajustes por errores 2014					0,00
SALDO AJUSTADO AL INICIO DEL AÑO 2015	4.207.070,00	1.671.822,50	483.220,78	1.270.608,15	7.632.721,43
I. Total de ingresos y gastos reconocidos			490.494,45		490.494,45
II. Operaciones con socios	0,00	0,00	-389.822,69	0,00	-389.822,69
1. Aumentos de capital					0,00
2. (-) Reducciones de capital					0,00
3. Otras operaciones con socios			-389.822,69		-389.822,69
III. Otras variaciones del patrimonio neto		33.958,61	-93.398,09	-91.425,26	-150.864,74
SALDO FINAL DEL AÑO 2015	4.207.070,00	1.705.781,11	490.494,45	1.179.182,89	7.582.528,45

GASTOS DE EXPLOTACIÓN 2015 (%)



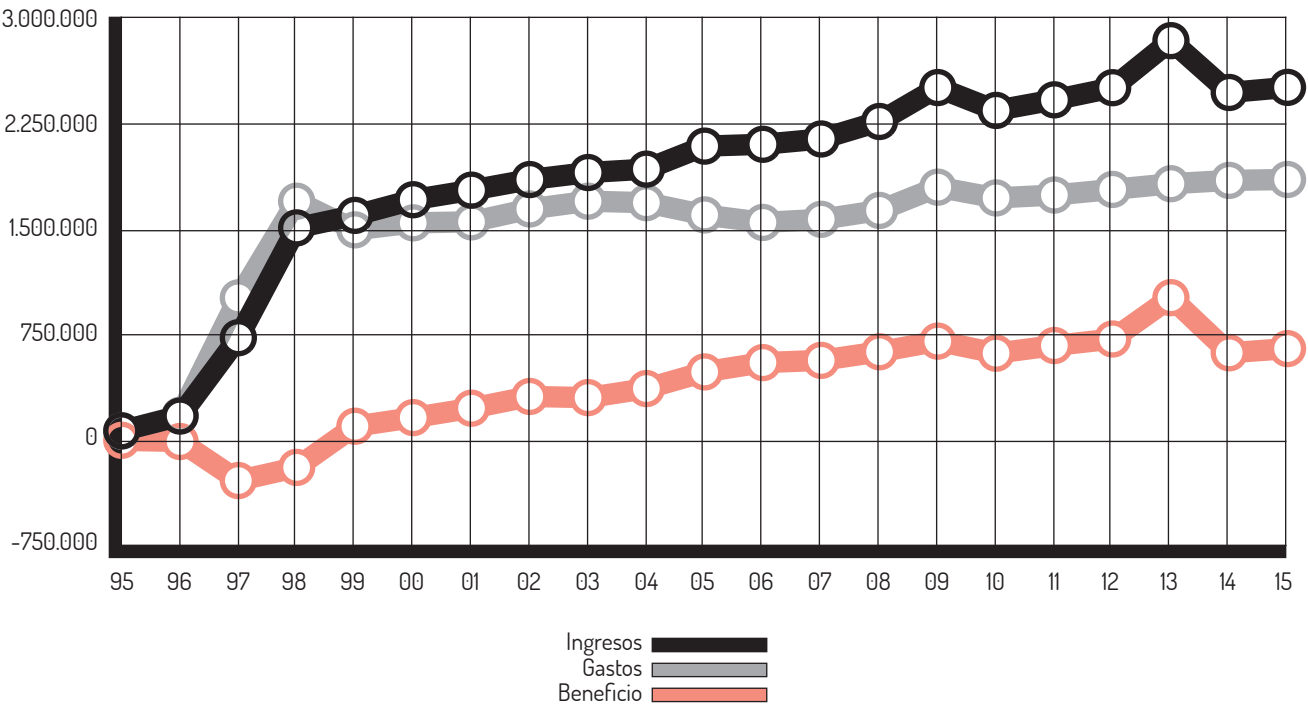
- Gastos de administración 1,02%
- Servicios Exteriores 34,05%
- Aprovisionamientos 8,43%
- Tributos 3,04%
- Gastos de personal 19,11%
- Amortización y dotación 32,67%
- Dotac. Provisión Trafico 0,96%
- Gastos Financieros 0,71%

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2015 (%)



- Ingresos Mercados 54,28%
- Ingresos ZAC 21,03%
- Ingresos por Entradas 5,90%
- Otros Ingresos 17,21%
- Ingresos Financieros 1,58%

EVOLUCIÓN PÉRDIDAS Y GANANCIAS



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	

NAVE DE HORTALIZAS

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

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	
MERCAFISH 2012 S.L.	P-8	
LUNA DEL CARIBE	P-10	
CONGEMASA, S.L.	P-11	
PESCADOS CARLOS BLANCO S.L.	P-12	
ALBAOLID 2009, S.L.	P-13	AP-5,6
PESCAPASAJES, S.A.	P-14	
ALBAOLID 2009, S.L.	P-15	AP-13
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

LOCALES

COMERCIALES

EMPRESA	PTO
BIOCOM, S.L.U.	ESTACIÓN DE SERVICIO
RESTAURANTE "IBALOR-2"	-
HIELOLID-1 (Fábrica Hielo)	AP-1,2
MERCAGESTIÓN (Gestoría)	E-1
LABORATORIOS CALIDAD SISCAL	E-1 BIS
CAFETERÍA "LA LONJA"	E-5
CAJA DUERO	E-6
COYAOLID, S.L. (Cargas y Descargas)	E-8
FRAIKIN ALQUILER DE VEHÍCULOS S.A.	C-2
TRANSPORTES HNOS. MUÑOZ DEL RÍO	C-4, 5
EMBALAJES CASTELLANOS S.L.	C-6,7,8
ÁREA DE FORMACIÓN	ÁREA ADMINISTRATIVA MERCAOLID

ZAC

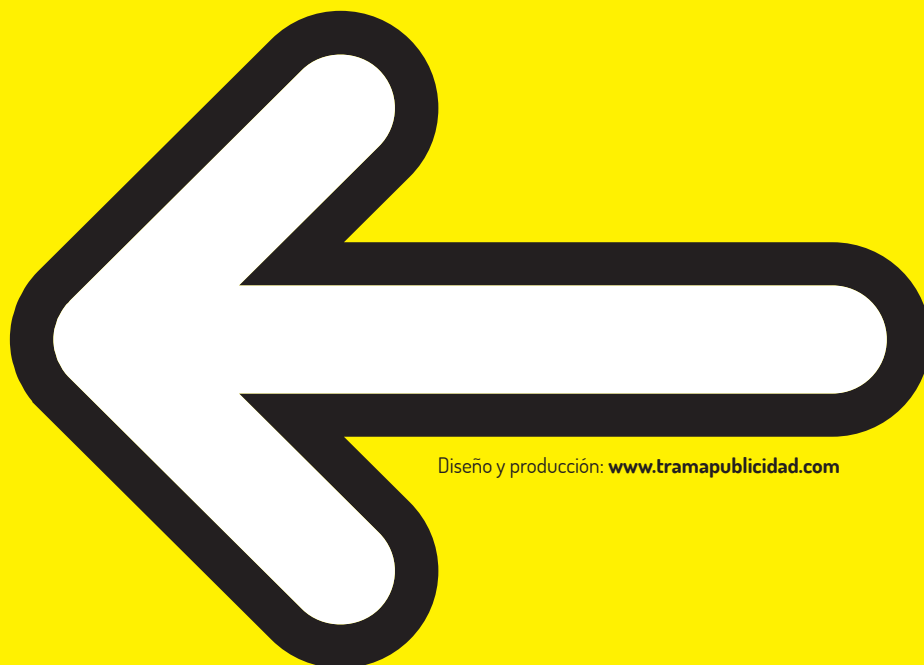
ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

CASH & CARRY	
DIA	MZ-1, MZ-3
COMERCO (DIGASA)	PZ-15 a PZ-26
MADURACIÓN DE PLÁTANOS	
COMPAÑÍA MAYORISTA FRESA, S.L.	MZ-2, MZ-4
PLAVASA	MZ-6, MZ-8
FRUTAS MI CAPRICHIO S.L.	MZ-8', MZ-10
AGUSTÍN CUADRADO	MZ-12
DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS	
FRUTAS MI CAPRICHIO, S.L.	MZ-17
VALLAFRUIT, S.A.	MZ-19, MZ-23
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.	MZ-21
FRUTAS ROMERO	MZ-24
FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.	SC-1
FRUTAS TERRADOS S.L.	SC-2-3
DON TOMATE GRANDES FRUTERÍAS, S.A.	SC-4-5
MARKO MARKET	E-2
SALAS ELABORADOS PESCADOS	
ARIAS CAL, S.L.	MZ-16
ENVASADOS VIMAR, S.L.	SC-6-1
SABOR A MAR (PESCADOS ALBA S.L.)	AP-7, AP-8, AP-9, AP-10 Y AP-11, AP-12, AF-23

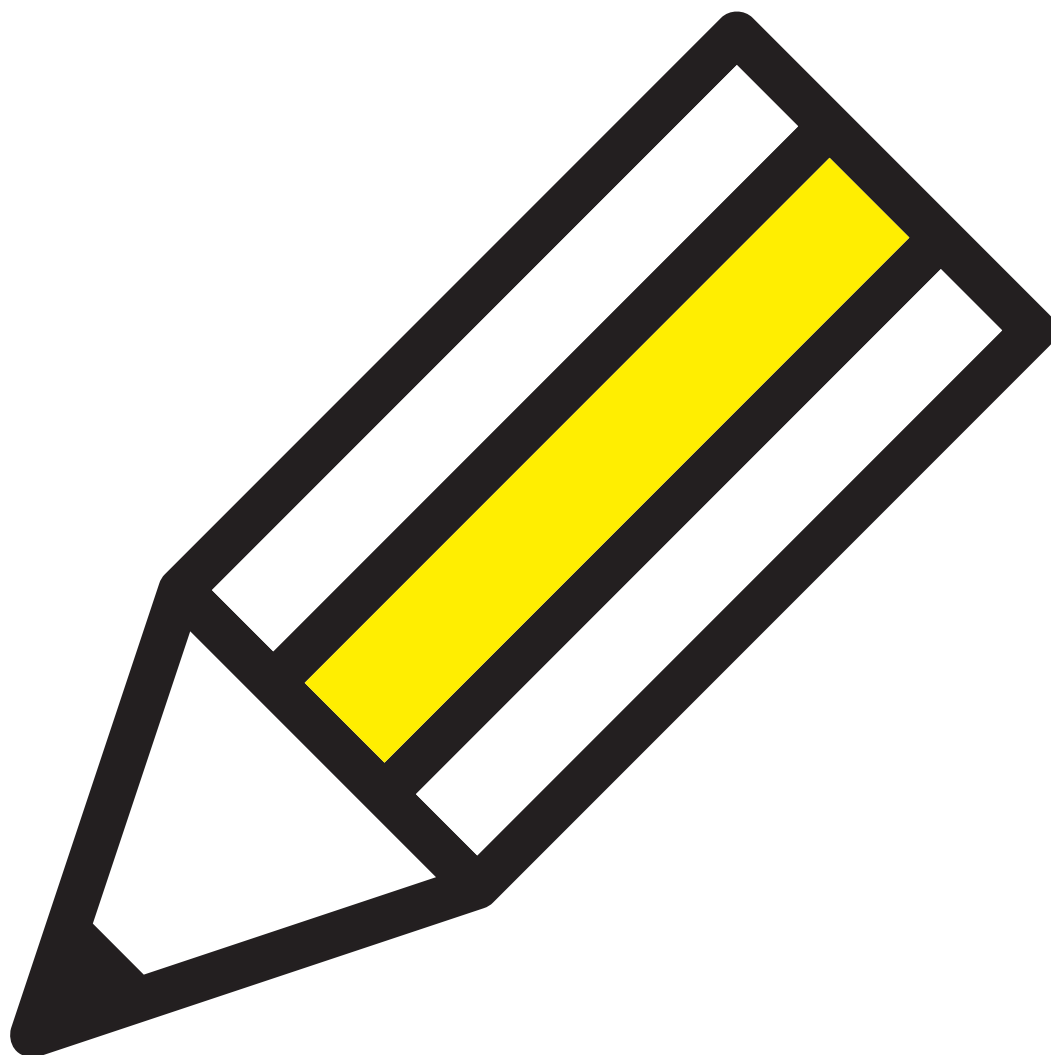
ZAC

ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

CÁRNICAS	
CASTELLANA DE CARNES, S.A.	MZ-13, MZ-14, MZ-15
MARTÍN & GEIJO, 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 Companys)	SC-7
CARNICERÍAS GEÑÍN, S.L.	E-4
PLATAFORMAS DE CONGELADOS	
PESCAPUERTA, S.A.	MZ-20, MZ-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 Limpio)	E-3



Diseño y producción: www.tramapublicidad.com



MEMORIA
MERCAOLID
2015

