



**MEMORIA**  
**MERCAOLID**



**MEMORIA**  
**MERCAOLID**

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**

6 Fechas más destacados del 2017

10 Accionistas y Organos de Gobierno

15 Comercialización 2017

16 Sector de Frutas y Hortalizas

24 Sector de Productos Pesqueros

32 (L.A.C.) Zona de Actividades Complementarias

38 Servicios y actividades

48 Comentarios a los estados financieros

57 Listado de empresas





# HECHOS MÁS DESTACADOS DEL 2017

## LA DISTRIBUCIÓN DE BASE ALIMENTARIA EN EL 2017

El año 2017 vuelve a proporcionar, por segundo año consecutivo, buenos datos que remarcan la recuperación y consolidación del sector de gran consumo.

Al igual que años anteriores, los datos que facilitan las más importantes consultoras de gran consumo, difieren en lo que a resultados finales se refiere.

Según la Consultora Nielsen, el mercado de gran consumo creció un 3,7% a lo largo del 2017, aumentando el precio medio un 2,1% y un 1,5% el volumen. Destaca esta Consultora, la subida de precios en productos perecederos, que se encarecieron en su conjunto un 2,8%.

La Consultora Kantar Worldpanel, por el contrario, en relación al gasto en los hogares de productos de gran consumo (alimentación, droguería, perfumería), fijaba el incremento en un 1,3% en el 2017. Señalando que la recuperación ha estado impulsada por una mayor demanda (1% mayor de volumen); si bien, el precio medio, según dicha Consultora, se ha mantenido en un 0,3% mayor que el año anterior.

Según esta Consultora, cada hogar gastó un promedio de 4.190 euros al año en compra de gran consumo y los productos frescos perecederos, registraron un crecimiento de 0,9% en valor, siendo una de las claves del incremento de la gran distribución, que creció un 3,9% en esta sección.

Estos datos tienen especial significación en un contexto social de estancamiento y envejecimiento poblacional y una reducción del número medio de miembros en el hogar.

Sin lugar a dudas, en estos datos ha influido un contexto de inflación moderada, de cierta recuperación de poder adquisitivo y del empleo, y un incremento del nivel de confianza del consumidor.

En este contexto, la Distribución Organizada de Base Alimentaria está transformando su actividad, siguiendo conceptos como proximidad, conveniencia, omnicanalidad y sostenibilidad, para intentar fidelizar al consumidor.

Casi todos los grupos empresariales han centrado sus inversiones en renovar su tejido comercial, más que en crecer en superficie comercial. Es decir, la expansión ha dejado de ser el objetivo principal, en favor de la mutación de su red física de puntos de venta.

En este sentido, el formato de supermercado está cambiando hacia tiendas más modernas, de mayores dimensiones, luminosas, sostenibles, eficientes y en las que el surtido se enriquece con productos frescos en venta asistida y otros “listos para comer”.

A lo largo del 2017, la superficie de ventas de la moderna distribución creció un 1,2%. Incremento de superficie que procedió de la reforma de establecimientos (18% frente al 8% del año anterior).

Este crecimiento de superficie comercial se produjo en casi todas las comunidades autónomas, menos en Aragón, Asturias, Cantabria y Castilla y León, que registraron descensos de la superficie comercial en un 0,8%, motivado fundamentalmente por la reducción de superficie comercial de un importante grupo en dichas regiones, en fase de reestructuración de su red de tiendas.

La provincia de Valladolid registró un descenso de su superficie comercial de un 0,5%.

Entre los formatos, el supermercado sigue siendo el rey, alcanzando el 69,6% de la superficie, gracias al crecimiento de los puntos de venta de más de 1.000 m<sup>2</sup>, que aumentaron un 8,6% en el año 2017.

De forma paralela a esta mutación del formato de tienda, el sector aborda su “estrategia on line” para cubrir todos los frentes y competir con los grandes especialistas en internet, encabezados por Amazon.

En este sentido, es reseñable que el canal on line continúa su lento, pero constante avance (1,9% de cuota de mercado, sin contar los frescos); habiendo realizado 4,7 millones de hogares a lo largo del 2017, alguna compra de gran consumo a través de internet.

Del valor en gran consumo realizado por los españoles, el 33% de esa facturación corresponde a producto fresco (frutas, verduras, carnes, pescado, pan y huevos), mientras que los dos tercios restantes corresponden a productos envasados. Los productos frescos crecieron un 3,5% y los envasados, un 3,8%; con un matiz, los frescos apenas crecieron en volumen, un 0,6%, mientras que los envasados lo hicieron en un 2%.

De la familia de productos frescos, la única subfamilia que no crece es el pescado fresco, con una caída en volumen del 5%, y un fuerte crecimiento del precio de casi un 6%.

Por el contrario, las frutas y hortalizas, a pesar de su comportamiento inflacionista (subidas superiores al 4%), tuvieron un registro sano en volumen, con tasas positivas entre el 1 y el 2%. Jugando a su favor las nuevas tendencias de salud.

También tuvieron un comportamiento inflacionista los productos cárnicos, con subidas en el precio de venta al público del 3,5% y con un incremento en volumen del 4%.

Otro aspecto destacable del año 2017 ha sido que no solo el consumo doméstico creció, sino que la hostelería cerró el ejercicio con un incremento del 5,7%, en el que favorecieron las buenas temperaturas, la mayor confianza del consumidor y el empuje del turismo, con cifras record.

Los datos pudieron ser aún más prometedores ya que los incrementos de consumo del primer semestre fueron del 5,3%, para tener un comportamiento más plano el segundo semestre, con crecimientos del 1,3%.

Tanto los estudios realizados por las consultoras de gran consumo, como las encuestas de hábitos de consumo realizados por las Federaciones y Confederaciones de Consumidores en el año 2017, confirman las tendencias en

los hábitos de consumo de los últimos ejercicios:

- Una mejor percepción de la situación económica por parte del consumidor, aumentando el hábito de diversificación de la compra y del consumo extradoméstico.
- Valorización del producto fresco, identificado como producto saludable, frente a los productos congelados o platos preparados.
- Preferencia del consumo de alimentos frescos al peso.
- Cercanía, precio y calidad, son, por este orden, los factores principales que un consumidor tiene en cuenta a la hora de decidir el establecimiento donde realizar sus compras.
- El comercio electrónico de alimentos sigue creciendo muy lentamente, y continúa ganando seguidores entre los consumidores más jóvenes, pero generando cierta desconfianza e incertidumbre entre el resto de consumidores.
- Incremento del consumo de producto Premium, de proximidad y saludable.
- Búsqueda en general de ofertas, pero alejadas de su ámbito más privado, prefiriendo canales menos invasivos para recibirlos (preferencia por conocerlas en el lugar de compra, frente a otras vías).
- Persiste la desconfianza respecto a los transgénicos, aún con claro desconocimiento de los mismos.
- Un consumidor cada día más activo, concienciado y sensible ante el desperdicio de alimentos, siendo una preocupación muy presente en 9 de cada 10 consumidores.
- En líneas generales, puede hablarse de un consumidor cada vez más crítico, pero poco formado.

## LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN MERCAOLID

La actividad comercial de MERCAOLID a lo largo del 2017 se ha desarrollado en parámetros similares a los de años anteriores.

El Sector de Productos Hortofrutícolas registró un incremento porcentual del 1,28% respecto al año anterior, con crecimientos positivos en la mayoría de los subsectores.

Al igual que en el año anterior, en estos resultados ha influido el buen comportamiento de campañas de algunos productos significativos y la creciente cuota de penetración geográfica del Mercado de Frutas y Hortalizas, incrementándose no solo el número de compradores, sino también la distribución capilar hacia otras provincias. En este sentido, es cada día mayor la importancia de este Mercado como Plataforma Logística Regional.

Un año más, el Sector de Productos Pesqueros es el que peores datos proporciona, habiendo registrado

en su conjunto un descenso del -2,42% en volúmenes comercializados. Descenso algo inferior al registrado el año anterior.

Al menos, estos datos negativos fueron compensados con una subida del valor de algunos de los géneros más significativos comercializados y por tanto, del volumen facturado.

Finalmente, la actividad comercial de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias), se desarrolló en parámetros muy similares a años anteriores, registrando un incremento conjunto del 2,35% y del 1,65% por lo que al sector cárnico se refiere.

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En un contexto de búsqueda de mejora y eficacia en la gestión de nuestra Sociedad, MERCAOLID tiene implantado un sistema de gestión de calidad desde hace varios años. Implantación que nos ha permitido ser más eficaces y transparentes en nuestro quehacer diario.

La nueva versión de la Norma ISO UNE-EN 9001:2015 nos obliga a profundizar en el diseño de una planificación estratégica para los próximos años, que impulsa el análisis de dónde estamos y a dónde queremos llegar.

Dicho documento ha sido elaborado por la Dirección de MERCAOLID y se inserta dentro del Proyecto “Estrategia” para el periodo 2018-2020.

El trabajo se ha estructurado de la siguiente forma:

- Definición de Misión, Visión y Valores de la Sociedad.
- Identificación de los grupos de interés con los que se interrelaciona MERCAOLID.
- La descripción de las políticas con dichos grupos de interés.
- La realización de un análisis DAFO de MERCAOLID.
- La identificación de los Factores Críticos Estratégicos (FEC's) y su interrelación con el DAFO.
- La fijación de unas líneas de visión y objetivos estratégicos.
- El diseño de unas acciones estratégicas.
- La identificación de unos indicadores de cumplimiento de esas acciones, así como la dotación de recursos y cronograma de actuación.

Esta planificación se plantea como una herramienta efectiva para mejorar la gestión diaria y el funcionamiento de la Sociedad.

## ACTIVIDAD ECONÓMICA E INVERSIONES

En el campo económico-financiero, la Sociedad ha obtenido unos satisfactorios resultados, habiendo cerrado el ejercicio 2017 con unos beneficios antes de impuestos de 728.353€; es decir, un 4,40% superiores a los registrados en 2016.

Las claves las encontramos en un incremento de la cifra de negocios (+1,87%); un incremento de otros ingresos por explotación (+6,47%); una reducción de los gastos de personal; y finalmente, una reducción de la partida de amortización de inmovilizado (-10,55%), al concluir la vida útil contable de ciertas subpartidas.

Deducidos Impuesto de Sociedades, Reserva Legal y Voluntaria, la Sociedad ha tenido un remanente de 446.563€ destinados al pago de dividendos. Quedando fijada la rentabilidad neta por acción en el 10,61%.

Es reseñable la mejoría respecto al año anterior de todas las ratios de la Sociedad; tanto las referidas a la situación financiera, las relativas a indicadores sobre resultados, así como las de situación patrimonial. Estas últimas, al haber realizado una cancelación parcial de préstamos por importe de 354.105€.

El periodo medio de pagos quedó fijado en 9 días y el de cobros en 11 días.

La saneada estructura financiera de la Sociedad, ha permitido, un año más, seguir realizando inversiones por importe conjunto de 293.331€.

Asimismo, a fecha de publicación de la presente Memoria, se está concluyendo el “Plan Director de Instalaciones”, elaborado por la nueva Dirección de Mantenimiento e Instalaciones, en el que se evaluará el estado de las instalaciones y edificaciones que integran MERCAOLID; y en función de su grado de obsolescencia y degradación, realizar un cronograma de actuaciones. Se contemplan como más urgentes, la renovación de pavimentos del Mercado Central de Frutas y Hortalizas, la reforma y reestructuración del punto de Control de Accesos, pinturas diversas en naves y conducciones, y renovación de techumbres.

El año 2018 también se proyecta como un año importante desde el punto de vista de la inversión, ya que comenzará la construcción de una nave de 1.225 m<sup>2</sup> en planta baja, con destino a un importante proyecto de I+D+i que tiene por finalidad la reducción del despilfarro alimentario. Objetivo reseñado a su vez en la Estrategia Agroalimentaria de la ciudad de Valladolid, a aprobar por su Ayuntamiento y dentro de la Planificación Estratégica de MERCAOLID.

Esta inversión alcanzará una cifra superior a los 745.000€, más IVA.

## COMPROMISO CON EL MEDIO-AMBIENTE

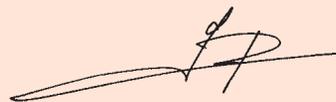
El compromiso de la Sociedad con el Medio-Ambiente se puede contemplar en una triple línea de actuación:

- ✓ Desarrollo de la Ecoárea o Punto Limpio de MERCAOLID, habiéndose alcanzado un nuevo acuerdo con el Grupo EUROPAC que ha supuesto la incorporación de nueva maquinaria especializada y una reforma del mismo, que permite realizar las tareas con un menor grado de penosidad y acortar los periodos medios de almacenamiento de residuos orgánicos.
- ✓ El compromiso con las energías renovables y limpias, mediante la puesta en funcionamiento de nuevas plantas fotovoltaicas de autoconsumo, que suministran electricidad al Área Administrativa y al Punto de Control de Accesos; la sustitución de toda la luminaria de MERCAOLID por lámparas LED; y la instalación de puntos eléctricos de recarga de vehículos con la finalidad de favorecer la renovación de flotas de transporte.
- ✓ Finalmente, y tras ejecutar una inversión superior a 140.000€, la implantación del Plan Estratégico de Vertidos de MERCAOLID, que tiene por objetivo mejorar las ratios de contaminación y la individualización de la responsabilidad de las empresas en este apartado.

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Concluida la salida de Grupo de Negocios Duero (Banco CEISS) del accionariado de Promotora Vallisoletana de Mercados, S.A. a lo largo del año 2016, el año 2017 apenas registra cambios sustanciales en la composición del Consejo de Administración de la Sociedad.

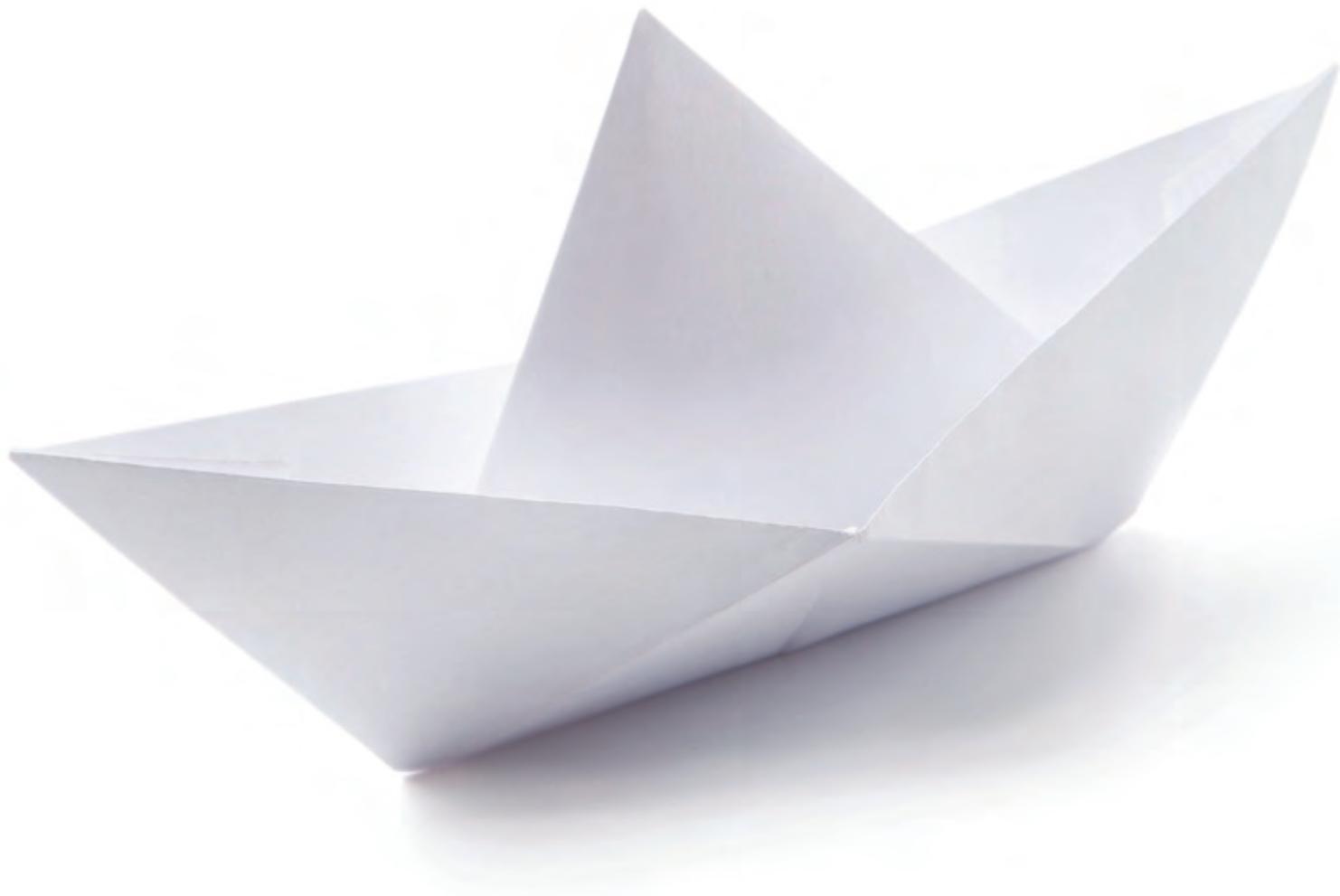
Únicamente se produjo la sustitución de D. Héctor Gallego Blanco por D<sup>a</sup>. Gloria Reguero Mérida, en representación del Ayuntamiento de Valladolid.



**Fdo. Javier Pastor Antolín**

Director-Gerente de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A.

# ACCIONISTAS Y ORGANOS DE GOBIERNO



## ACCIONARIADO

**EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID 51%**  
**PROMOTORA VALLISOLETANA DE MERCADOS 49%**  
**Empresas Mayoristas 38,56%**  
**Inverduero 10,44%**

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTA

**María Sánchez Esteban**  
(Ayuntamiento de Valladolid)

CONSEJERO DELEGADO

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

VOCALES

AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID

**Jesús Enríquez Tauler**  
**Gloria Reguero Mérida**  
**Juan Antonio Gato Casado**  
**Pilar Vicente Tomás**

PROMOTORA VALLISOLETANA DE MERCADOS, S.A.

**Luis Alfonso Arias de Alba**  
**Andrés Marcos Martín**  
**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.)

## EQUIPO DIRECTIVO

DIRECTOR-GERENTE

**Javier Pastor Antolín**

DIRECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO

**Pelayo Tribiño Fernández**

DIRECTOR DE SEGURIDAD

**José Andrés Herranz Zurro**

DIRECTOR DE INSTALACIONES

**David Pérez Conesa**

RESPONSABLE DE ADMINISTRACIÓN

**Eva Raquel Capellán Moral**

CONTROL DE CALIDAD

**M<sup>a</sup> Victoria Ruiz Moreno**

DOCUMENTACIÓN-CONTRATACIÓN

**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: **FCC**

PUNTO LIMPIO: **EUROPAC RECICLA S.A.U.**

ÁREA DE FORMACIÓN: **MARSDIGITAL 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. Jesús Luis García Mantecua*

**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*





2017 mercaolid  
UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.



# COMERCIALIZACIÓN

**2017**



# SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS



**E**spaña es una potencia mundial en la producción de frutas y hortalizas, así como en su comercialización, siendo el segundo país en el ranking comunitario, solo superado por Italia. Tiene el 17% del total de superficie cultivada de la UE en hortalizas y el 27% en frutas.

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alta especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda; tanto en formatos, como en variedades. Su principal debilidad es la crisis de precios de muchos productos, especialmente en hortalizas y cítricos, afectando seriamente al nivel de las rentas agrarias.

En el conjunto de España, la superficie dedicada a todos los cultivos es aproximadamente de 1,5 millones de hectáreas, de las cuales, el 38% corresponde a hortalizas, el 34% a cítricos y el 28% a frutales no cítricos.

La producción total de estos productos supera los 30 millones de toneladas. Desde hace algunos años, la superficie dedicada al cultivo de hortalizas y patatas se ha ido reduciendo y por el contrario, se ha estabilizado la de frutas.

El valor de la producción española en frutas y hortalizas (incluidas las patatas), ascendió en el año 2016 a 18.075 millones de euros (según datos del MAPAMA), habiendo superado el valor de las exportaciones los 12.480 millones de euros. Esto pone de manifiesto la importancia del sector en nuestra balanza de pagos. De este volumen de exportación, más del 92% tuvo por destino países de la UE.

Las importaciones de productos hortofrutícolas han seguido aumentando, creciendo en el año 2016 un 16% las importaciones de frutas y las de hortalizas, un 7% más.

Los productos más importados siguen siendo la patata, las frutas subtropicales y el kiwi.

Podríamos calificar de positivo el comportamiento y actividad mercantil del Sector Hortofrutícola de MERCAOLID, ya que volvió a registrar un incremento conjunto del volumen comercializado (1,28%) y también por la estabilidad de la estructura empresarial del sector.

Así mismo es destacable la estabilidad en las cotizaciones medias, con un moderado descenso en los precios medios ponderados de la familia de las frutas (-0,3%) y con bajadas más significativas en la familia de las hortalizas (-2,86%), fruto de la excesiva oferta mantenida a lo largo del año de algunos productos significativos. Por el contrario, la patata registró un cierto repunte al alza (+1,96%) en los precios medios ponderados, respecto al año anterior.

El volumen total comercializado por el sector superó las 125.800 toneladas, de las que el 59,08% fueron frutas, incrementando su volumen comercializado en un 0,78%; el 31,99% lo fueron las hortalizas, con un aumento del 0,49%; y el 8,93% las patatas, registrando un descenso del 1,09%.

El nivel de ocupación del Mercado Central de Frutas ha sido óptimo, manteniéndose un grado de ocupación del 100% y sin que se hayan producido cambios en la estructura empresarial, tanto en el Mercado Mayorista, como en la Nave de Productores.

La superficie media comercial por empresa se ha mantenido en los mismos parámetros que el año anterior; es decir, 230 m<sup>2</sup> por empresa.

Resaltar que ha continuado el proceso de mejora de las dotaciones comerciales de las empresas, alcanzándose un nivel de climatización de módulos cercana al 82% de la superficie total comercial, situación a la que ha contribuido la política de ayudas aprobada en su momento por el Consejo de Administración de la Sociedad Gestora.

Día a día es mayor la presencia de compradores nuevos, así como de otras empresas mayoristas de las provincias limítrofes. De igual forma sigue creciendo la importancia de este Mercado como plataforma logística para otros operadores de diversas provincias, o para clientes del sector de la moderna distribución. Datos que confirman el carácter estratégico de este sector dentro de MERCAOLID.

Por lo que a operadores se refiere, el 78,19% del volumen comercializado fue a través de empresas mayoristas asentadas en el Mercado Central de Frutas; el 15,48% por parte de empresas asentadas en la Z.A.C., incluidas las empresas maduradoras de plátanos y almacenes de patatas; y el 6,33% por productores agrarios de la Nave de Productores.

Como datos más significativos de la actividad comercial del año, son destacables:

- Temperaturas medias muy elevadas y bajos niveles de pluviometría en primavera, que alteraron el comportamiento de algunas campañas, típicas de finales de primavera y verano.
- Incremento en los volúmenes comercializados de algunas frutas de hueso muy significativas, como el melocotón, la paraguaya o la nectarina.
- Incremento en la entrada de plátanos/bananas, al haber alcanzado, un operador de MERCAOLID, un importante convenio de suministro con una destacada cadena de supermercados, para aprovisionar a alguna de sus plataformas.
- Una importante campaña de cerezas y fresas, con incrementos significativos de los volúmenes comercializados.
- Un desigual comportamiento en la campaña de cítricos, con descensos en los volúmenes comercializados de naranjas, pero con crecimientos en los de mandarinas.
- Reducción de los volúmenes comercializados de frutas subtropicales, en especial de piña y kiwi, con la única excepción del aguacate.
- Incremento en los volúmenes comercializados de sandías, entre otras razones, por un importante alargamiento de campaña.
- En verduras y hortalizas, destacar su descenso medio de cotizaciones, por exceso de oferta y con descensos en volúmenes comercializados de algunos productos de cierta importancia, como zanahorias, puerros, pepinos, coles o patatas.



2017 mercaolid  
UNIDAD ALIMENTARIA de VALLADOLID S.A.

## MOVIMIENTO MENSUAL DE TONELADAS COMERCIALIZADAS 2017

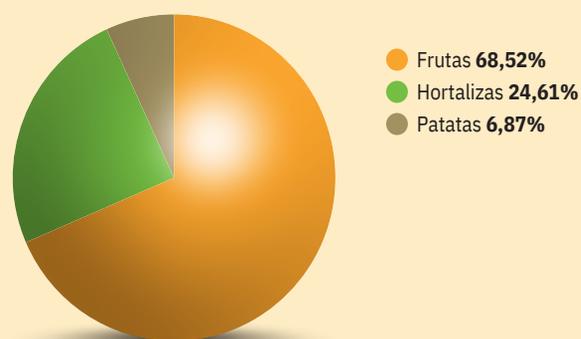


● 2016 ● 2017

## MEDIA MENSUAL Y DIARIA 2017 (KG)

PRODUCTOS	ACUMULADO 2017	MEDIA MENSUAL	MEDIA DIARIA
FRUTAS	60.050.357	5.004.196	241.166
HORTALIZAS	40.241.767	3.353.481	161.614
PATATAS	11.228.746	935.729	45.095
PLÁTANOS	14.279.206	1.189.934	57.346
<b>TOTALES</b>	<b>125.800.076</b>	<b>10.483.340</b>	<b>505.221</b>

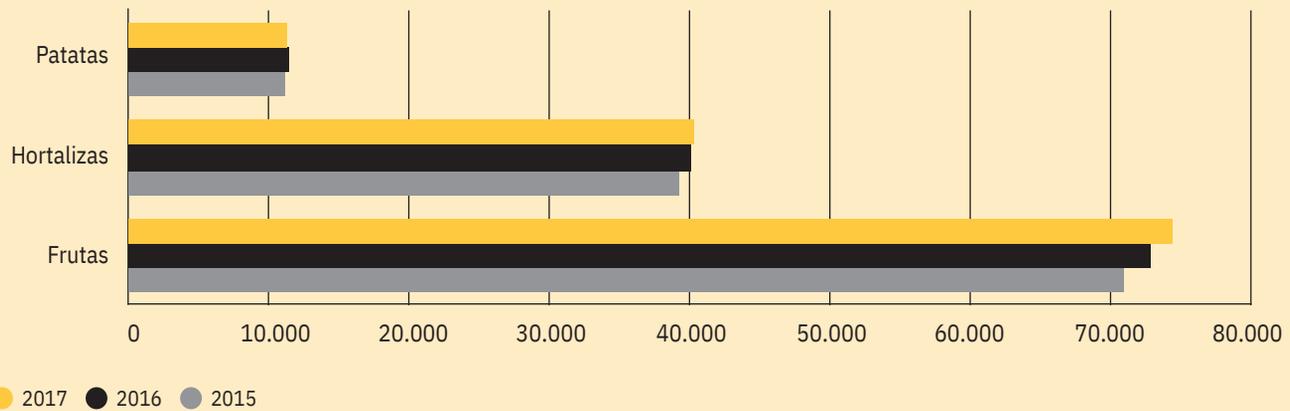
## COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2017



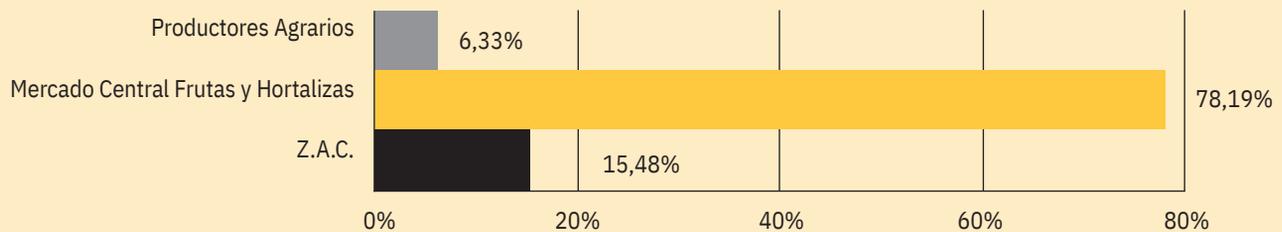
## COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS (KG) 2017

PRODUCTOS	2017	2016	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC ANUAL
ENERO	9.661.446	8.642.370	1.019.076	11,79%	7,68%
FEBRERO	9.598.546	8.060.555	1.537.991	19,08%	7,63%
MARZO	10.403.666	10.218.117	185.549	1,82%	8,27%
ABRIL	10.441.406	9.115.094	1.326.312	14,55%	8,30%
MAYO	11.422.647	10.981.749	440.898	4,01%	9,08%
JUNIO	13.523.508	12.424.164	1.099.344	8,85%	10,75%
JULIO	11.384.907	13.345.371	-1.960.464	-14,69%	9,05%
AGOSTO	10.139.486	10.193.875	-54.389	-0,53%	8,06%
SEPTIEMBRE	9.925.626	9.502.970	422.656	4,45%	7,89%
OCTUBRE	10.126.906	9.878.726	248.180	2,51%	8,05%
NOVIEMBRE	9.397.266	9.466.607	-69.341	-0,73%	7,47%
DICIEMBRE	9.774.666	9.381.759	392.907	4,19%	7,77%
<b>TOTAL</b>	<b>125.800.076</b>	<b>124.210.186</b>	<b>1.589.890</b>	<b>1,28%</b>	<b>100,00%</b>

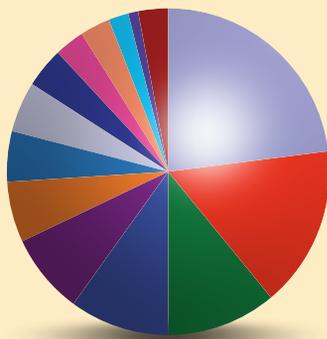
## EVOLUCIÓN COMERCIAL (TM) POR FAMILIAS 2015-2017



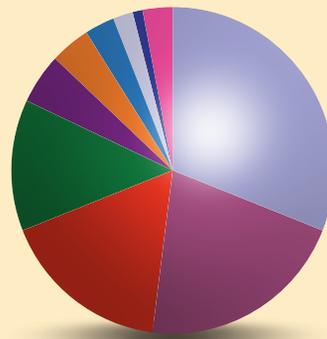
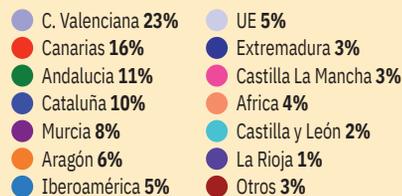
## COMERCIALIZACIÓN POR TIPOLOGÍA DE OPERADOR 2017



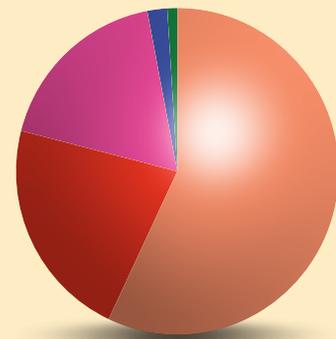
## PROCEDENCIAS 2017



### PROCEDENCIA FRUTAS



### PROCEDENCIA HORTALIZAS



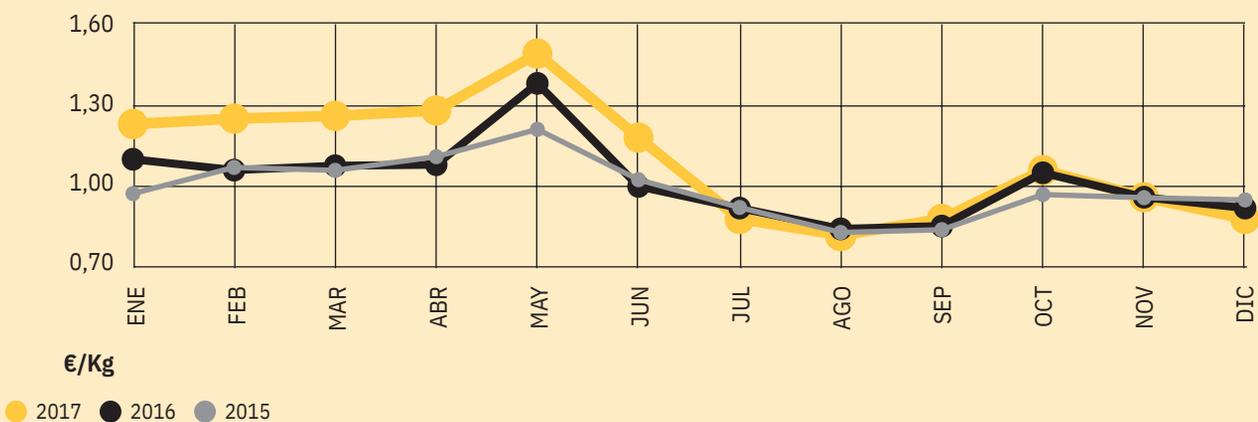
### PROCEDENCIA PATATAS



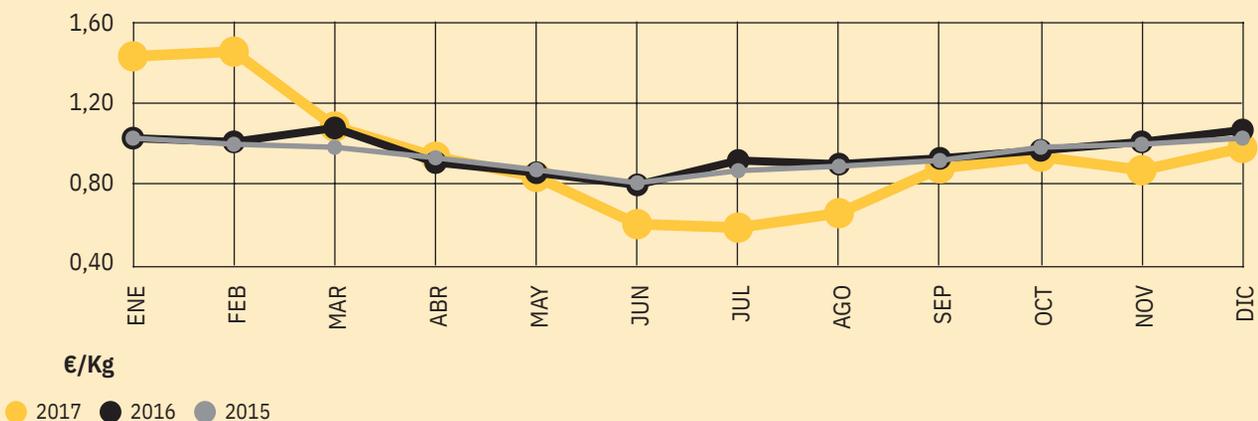


2017 mercaolid  
UNIDAD ALIMENTARIA de VALLADOLID S.A.

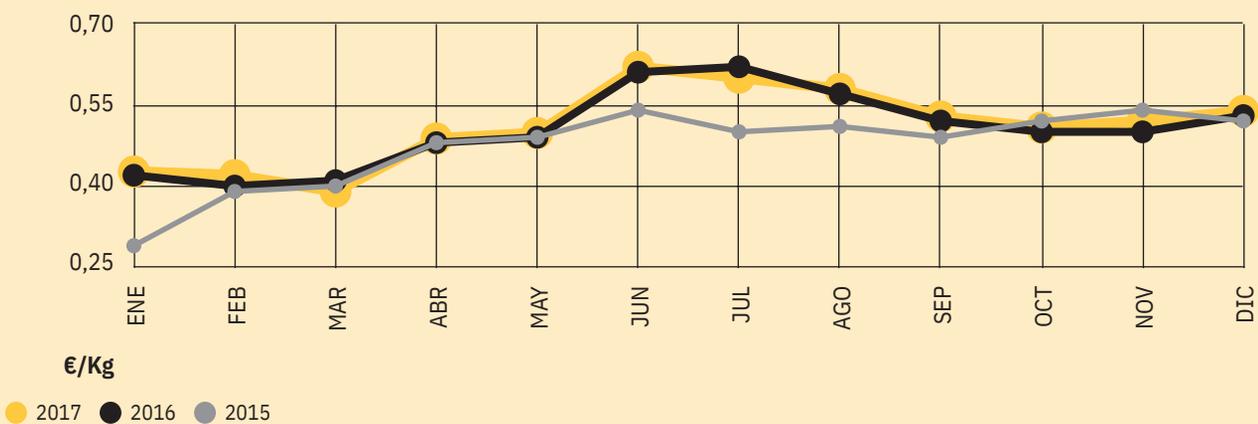
## PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE FRUTAS 2015-2017



## PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE HORTALIZAS Y VERDURAS 2015-2017



## PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PATATAS 2015-2017



# SECTOR DE PRODUCTOS PESQUEROS





**E**spaña es el primer productor de la Unión Europea en productos de la pesca, con el 20% de la producción. Ocupa el primer lugar, tanto en volumen como en valor, ya que la práctica totalidad de nuestras capturas se destinan al consumo humano y no a harinas.

Nuestro país ocupa el puesto decimoctavo de producción del mundo, con un 1,10% de las capturas marinas mundiales. Posee la flota más importante de la UE en términos de capacidad, con un 23,6% del total.

Somos los quintos consumidores del mundo, tras Japón, Islandia, Noruega y Portugal y los segundos de la UE. Ocupamos el primer puesto en variedad de pescado en la UE y en el mundo, ya que tenemos reconocidas más de 1.000 especies pesqueras de interés comercial.

Según el último Informe de Consumo de Alimentación en España publicado del MAPAMA (Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente), el consumo doméstico cayó un 3,1% en el 2016, aunque en términos de valor, la reducción es más suave (-0,9%), como consecuencia del incremento del precio medio, que fue del 2,3%, situándose en 7,94€/Kg. Los hogares destinaron el 13,25% del gasto de alimentación a la compra de productos pesqueros, y realizaron un gasto per cápita de 202,44€ y un consumo de 25,49kg por persona y año.

Estos datos revelan una reducción continuada en el consumo de productos pesqueros en los últimos ocho años; salvo las conservas, el resto de subfamilias ha reducido su consumo.

El consumo per cápita se redujo un 1,6% respecto al año 2015, siendo el consumo per cápita de pescado fresco el mayor en la categoría, con una cantidad media por persona y año de 11,54€/kg. Esto representa un 45,1% del consumo total, seguido de las conservas, 4,5kg per cápita y 17,6% del consumo, y de marisco y moluscos frescos, 3,9kg per cápita y 15,3% del consumo total. Los mariscos y moluscos congelados y cocidos representaron consumos menores, alcanzando los 2,8kg per cápita y un 11% del consumo total. Finalmente, los pescados congelados supusieron 2,7kg per cápita y un 10,6% del consumo total.

En los últimos cinco años, el consumo de productos pesqueros ha caído 0,9kg por persona y el gasto, por contra, ha aumentado en 10,2€ per cápita; motivo por el cual el consumidor se ha refugiado en otro tipo de productos alternativos.

Según la Consultora Nielsen, en el año 2017, los productos pesqueros frescos registraron un descenso de compras del 5,4%, debido a incrementos muy importantes de precios, de algunos productos destacados, lo que originó un traslado de los consumidores hacia el producto congelado. Esa tendencia se sigue remarcando en el primer semestre del año 2018.

El comercio exterior de productos de la pesca y la acuicultura es muy poco favorable para España, ya que la tasa de cobertura es de apenas el 56,5% del total de demandas, con un saldo comercial negativo de alrededor de 2.791 millones de euros.

En torno a un 30% de las importaciones españolas de productos pesqueros provienen de otros países de la UE, mientras que el 70% restante tiene su origen en países extracomunitarios (China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam, Chile, Perú, Namibia, Malvinas, India, ...).

En la tónica de los últimos años, el Sector de Productos Pesqueros en MERCAOLID no proporciona datos positivos, reflejándose los datos del descenso de consumo nacional para esta familia de productos frescos.

El descenso del volumen comercializado en el año 2017 fue del -2,42% en su conjunto. Descenso inferior del registrado en el año 2016 que fue del -4,34€.

Así mismo, los precios medios ponderados de los pescados frescos y mariscos, registraron un descenso del 1,9% respecto al ejercicio 2016. Por contra, los productos congelados tuvieron un importante índice de repunte al alza del 6,24%.

Al igual que en años anteriores, el resultado ha sido desigual según los subsectores presentes en MERCAOLID. Desciende la actividad comercial de las empresas mayoristas asentadas en el Mercado Central de Pescados en un 2,76% y de las Plataformas de distribución de Productos Congelados en un 4,34%.

Por el contrario, la actividad de las Salas de Elaboración se mantuvo en términos similares al año anterior y las Centrales de Compra de Cadenas de Supermercados, incrementaron sus entradas en un 1,33%.

Por subfamilias, los pescados frescos representaron el 57,66% de los géneros comercializados, con un descenso del 4,39% respecto al año anterior. Los mariscos y moluscos frescos representaron el 15,45% de los géneros comercializados, con un moderado descenso del 0,30%. Y los productos congelados, representaron el 26,89% del total de productos comercializados, con un moderado incremento del 0,76%.

En estos resultados, sin lugar a dudas, han influido, al margen de la alteración de los hábitos de consumo, entre otros factores, los siguientes:

- La reducción del consumo doméstico de productos pesqueros en general, con la única excepción de las conservas.
- El comportamiento inflacionista de esta subfamilia de productos frescos, que ha provocado la búsqueda de productos alternativos por el consumidor.
- La creciente cuota de la moderna distribución en este tipo de productos, con sistemas de aprovisionamiento directo, o alternativos a los Mercas.
- La creciente destrucción del tejido comercial del detallista tradicional, sin apenas reposición generacional.

En cuanto a los productos comercializados debemos destacar los siguientes aspectos:

- Descensos en las entradas de atún y bonito, al ser más corta la campaña del Cantábrico y al haber habido cotizaciones más altas que otros años.
- Descenso de entradas de boquerón, por la menor aportación del producto procedente del Mediterráneo y con cotizaciones medias más altas. Todo ello con independencia de la buena campaña del Cantábrico.
- Incremento del volumen comercializado de producto de acuicultura, en especial corvina, dorada y lubina, debido a los bajos precios, sobre todo de los procedentes de Turquía.
- Descensos de entradas de gallo, en especial a partir del verano, y del chicharro.
- Subidas en las entradas de salmón, al normalizarse los precios respecto al 2016.
- Reducción de la entrada de trucha, al subir los precios por los problemas de sequía en el 2017.
- Comportamiento estable de la subfamilia de merlúcidos, langostino cocido, bacalao y mejillón.
- En los cefalópodos, destacar la reducción generalizada de entradas por razón de precio, especialmente del pulpo procedente de Marruecos.
- En producto congelado, destacar la subida generalizada de importantes productos, en especial los cefalópodos (calamar, pulpo y sepia), con una reducción importante de las entradas procedentes de Marruecos y Mauritania.

Por lo que a estructura empresarial se refiere, continúa el proceso de concentración empresarial, con la reducción del número de operadores, habiéndose quedado la ratio m<sup>2</sup>/empresa en 177 m<sup>2</sup> y la tasa de ocupación de espacio comercial del Mercado Central de Pescados en el 81%. Esta situación obliga a seguir pensando en el estudio de alternativas de uso de esos locales.

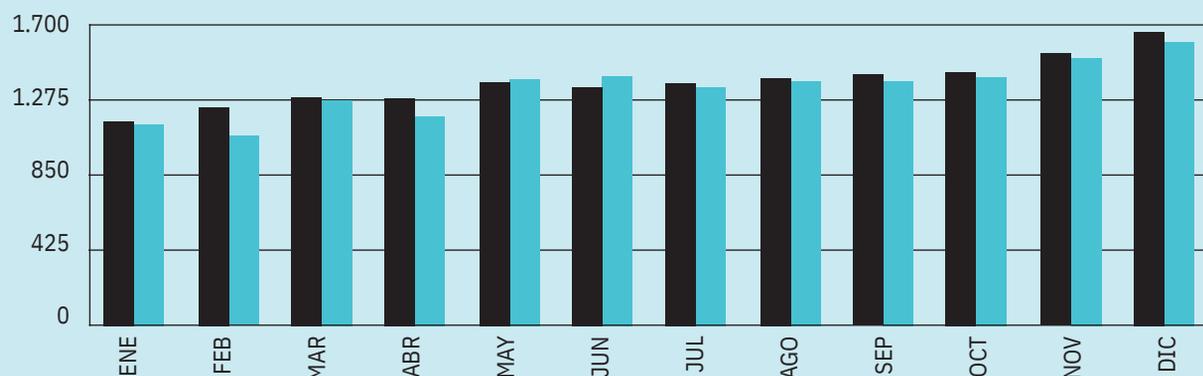
El año pasado se incorporó como usuario un importante grupo del sector, que ha ocupado 3 puestos o locales comerciales del Mercado Central de Pescados, así como una importante cadena detallista.

Por contra, cesaron en la actividad dos empresas y otra entró en procedimiento concursal sin viabilidad.

Para el año 2018 se prevén importantes cambios en los operadores que vienen explotando las Salas de Productos Elaborados.



## COMPARATIVA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS 2016-2017 (TM)

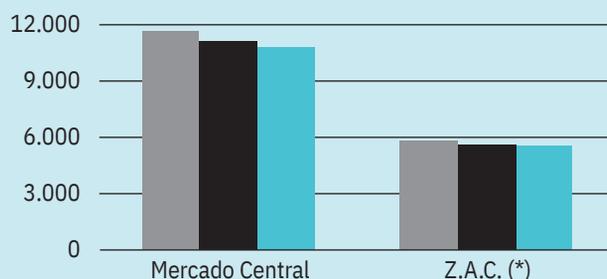


● 2017 ● 2016

### MEDIA MENSUAL Y DIARIA 2017 (KG)

	ACUMULADO 2017	MEDIA MENSUAL	MEDIA DIARIA (DÍAS MERCADO)
MDO CENTRAL PDTOS PESQUEROS	10.754.565	896.214	43.191
PLATAFORMA Y DISTRIBUCIÓN CONGELADOS	2.435.513	202.959	9.781
SALAS ELABORACIÓN	1.794.185	149.515	7.206
CENTRALES COMPRA SUPERMERCADOS	1.254.000	104.500	5.036
<b>TOTALES</b>	<b>16.238.263</b>	<b>1.353.188</b>	<b>65.214</b>

### EVOLUCIÓN COMERCIAL SECTOR PESCADOS 2015-2017 (TM)



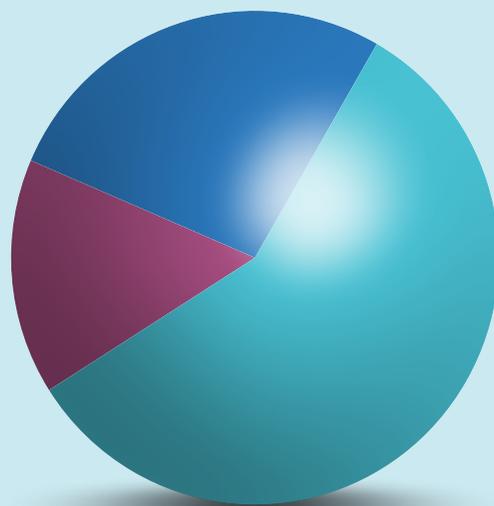
(\*) Incluyen Plataformas de Congelados, Salas de Elaboración y Centrales de Compra Supermercados.

● 2017 ● 2016 ● 2015

### COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (KG) 2017

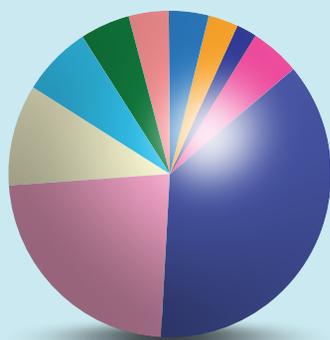
PRODUCTOS	2017	2016	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC ANUAL
ENERO	1.149.345	1.163.816	-14.471	-1,24%	7,08%
FEBRERO	1.082.922	1.244.854	-161.932	-13,01%	6,67%
MARZO	1.284.821	1.303.122	-18.301	-1,40%	7,91%
ABRIL	1.195.508	1.298.555	-103.047	-7,94%	7,36%
MAYO	1.403.360	1.386.814	16.546	1,19%	8,64%
JUNIO	1.422.482	1.357.542	64.940	4,78%	8,76%
JULIO	1.357.187	1.380.039	-22.852	-1,66%	8,36%
AGOSTO	1.394.847	1.408.940	-14.093	-1,00%	8,59%
SEPTIEMBRE	1.395.036	1.430.056	-35.020	-2,45%	8,59%
OCTUBRE	1.415.644	1.444.881	-29.237	-2,02%	8,72%
NOVIEMBRE	1.521.836	1.549.466	-27.630	-1,78%	9,37%
DICIEMBRE	1.615.275	1.673.763	-58.488	-3,49%	9,95%
<b>TOTAL</b>	<b>16.238.263</b>	<b>16.641.848</b>	<b>-403.585</b>	<b>-2,43%</b>	<b>100,00%</b>

## COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2017



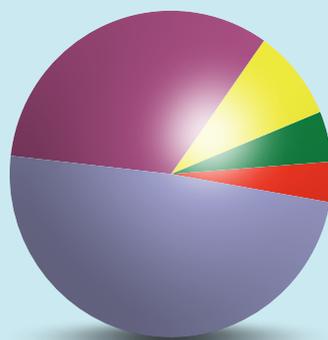
- Pescado fresco **57,66%**
- Productos Pesqueros Congelados **26,89%**
- Marisco fresco **15,45%**

## PROCEDENCIA DE PRODUCTOS PESQUEROS 2017



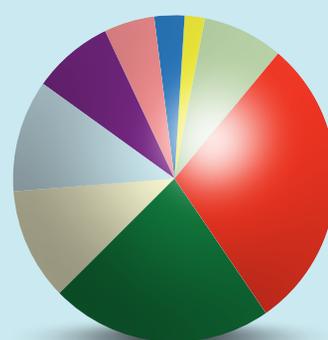
### PESCADOS FRESCOS

- Galicia **37%**
- UE **23%**
- País Vasco **10%**
- Noruega **7%**
- Andalucía **5%**
- Asturias **4%**
- Cataluña **4%**
- África **3%**
- C. Valenciana **2%**
- Otros **5%**



### MARISCOS FRESCOS

- Galicia **49%**
- UE **33%**
- Africa **9%**
- Andalucía **5%**
- Otros **4%**



### CONGELADOS

- África **29%**
- Iberoamérica **22%**
- UE **11%**
- Galicia **11%**
- Asia **8%**
- Norteamérica **5%**
- Cataluña **3%**
- Oceanía **2%**
- Otros **8%**



2017 **mercaolid**  
UNION ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

## PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS 2015-2017



## PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS 2015-2017





**Z.A.C. ZONA DE  
ACTIVIDADES  
COMPLEMENTARIAS**

La Zona de Actividades Complementarias (Z.A.C.) constituye una parte esencial de MERCAOLID, ocupando casi el 50% del espacio total de la Unidad Alimentaria de Valladolid.

A día de hoy se encuentra ocupado prácticamente el 100% de la superficie edificable, ya que en el 2018 se procederá a construir la última parcela disponible. En esta zona se encuentran asentadas más de 35 empresas.

En el caso de MERCAOLID, la Z.A.C. ha integrado tres tipos fundamentales de actividades:

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

En conjunto, las empresas de la ZAC comercializaron 52.173 Tm de productos diversos, con un incremento moderado del 2,35% respecto al ejercicio anterior. Estos datos representan 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 41,80% 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 37,32% del total de productos comercializados en la Z.A.C. A estos sectores le siguen otros productos (especialmente alimentación seca o envasada), con el 16,21% y congelados (4,67%).

El sector cárnico comercializó un total de 21.806 Tm, registrando un incremento del 1,65% respecto al 2016.

Como en años anteriores, dentro de este sector destacó la carne de vacuno (64,09%), porcino (22,87%), aves (6,76%), ovino (1,01%) y otros productos o elaborados cárnicos (5,27%).

A lo largo del 2017, como hechos más significativos a destacar, mencionar la ampliación de instalaciones de alguna empresa cárnica, que le ha permitido ampliar la actividad y las secciones, con el consiguiente incremento en el volumen comercializado.

En general puede hablarse de un crecimiento de volumen de despique de las principales Salas de Despique de productos cárnicos de MERCAOLID. Así mismo, se ha incrementado el número de compradores que acceden a los puntos de venta al público de productos cárnicos.

Finalmente, debemos reseñar un incremento de las entradas y volumen de maduración de algunas empresas especializadas en el plátano/banana, como consecuencia de los acuerdos de aprovisionamiento alcanzados con una muy importante cadena de supermercados y suministradora de alguna de sus plataformas.

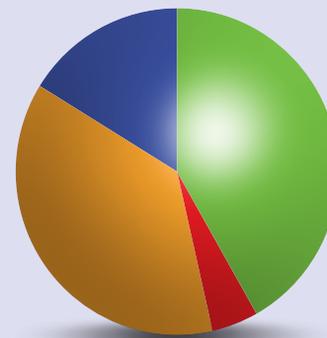
## COMERCIALIZACIÓN Z.A.C. 2017 (KG)

PRODUCTOS	2017	2016	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% SOBRE TOTAL
<b>PRODUCTOS CÁRNICOS</b>	21.806.557	21.451.449	355.108	1,66%	41,80%
<b>CONGELADOS</b>	2.435.513	2.546.270	-110.757	-4,35%	4,67%
<b>FRUTAS Y HORTALIZAS</b>	19.473.852	18.470.055	1.003.797	5,43%	37,32%
<b>OTROS PRODUCTOS</b>	8.457.130	8.505.136	-48.006	-0,56%	16,21%
<b>TOTALES</b>	<b>52.173.052</b>	<b>50.972.910</b>	<b>1.200.142</b>	<b>2,35%</b>	<b>100,00%</b>

### COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS CÁRNICOS 2017 (KG)

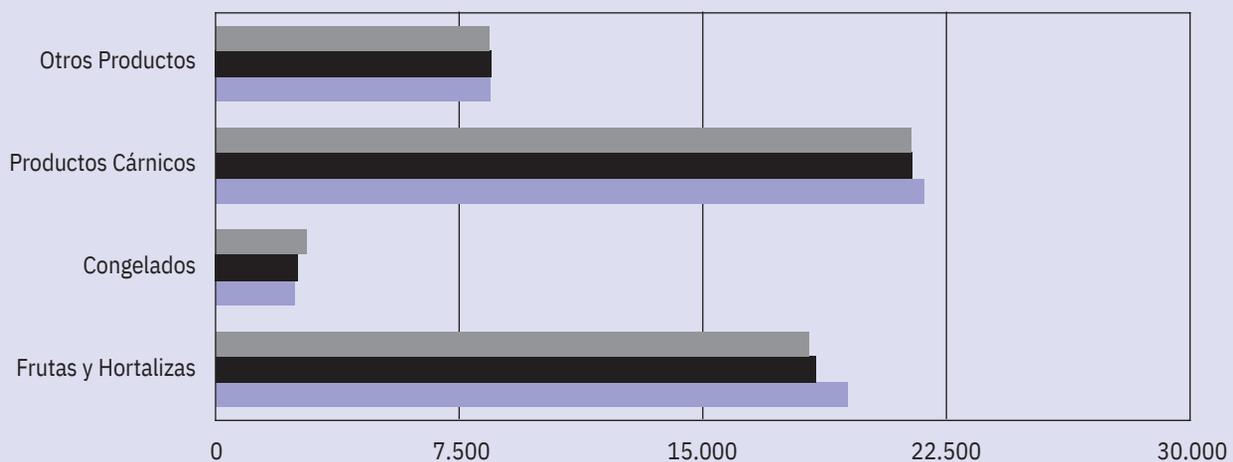
PRODUCTOS	2017	2016	VAR. ABSOLUTA	VARIACIÓN %
<b>AVES</b>	1.473.734	1.481.157	-7.423	-0,50%
<b>OVINO</b>	221.363	202.623	18.740	9,25%
<b>PORCINO</b>	4.986.161	4.959.563	26.598	0,54%
<b>VACUNO</b>	13.976.322	13.788.589	187.733	1,36%
<b>OTROS</b>	1.148.977	1.019.517	129.460	12,70%
<b>TOTAL</b>	<b>21.806.557</b>	<b>21.451.449</b>	<b>355.108</b>	<b>1,66%</b>

### Z.A.C. COMERCIALIZACIÓN 2017 (% SOBRE TOTAL)



- Productos Cárnicos **41,80%**
- Congelados **4,67%**
- Frutas y Hortalizas **37,32%**
- Otros Productos **16,21%**

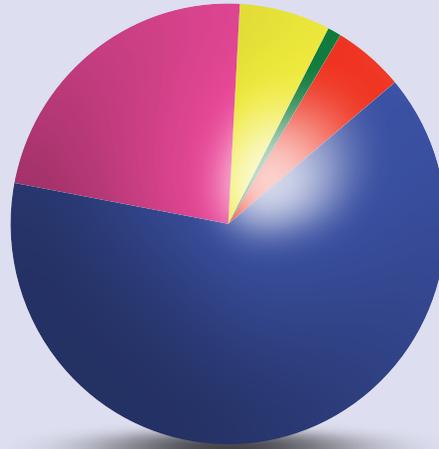
## EVOLUCIÓN COMERCIAL 2015-2017 (TM)



● 2017 ● 2016 ● 2015

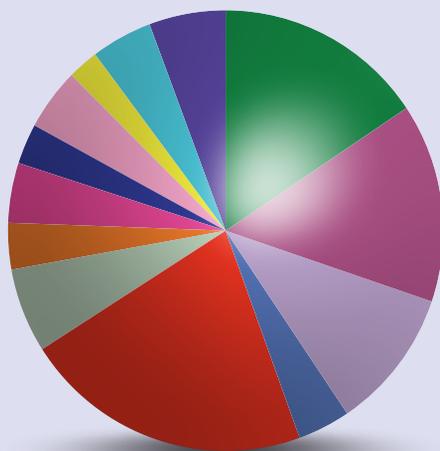


## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS 2017 (% SOBRE TOTAL FAMILIA)



- Vacuno **64,09%**
- Porcino **22,87%**
- Aves **6,76%**
- Ovino **1,01%**
- Otros **5,27%**

## DISTRIBUCIÓN DE SUPERFICIE POR SECTORES Z.A.C.



- Autoservicios Mayoristas **15,61%**
- Plantas de Maduraciones Plátanos **14,60%**
- Dist. y almacenamiento de Frutas y Hortalizas **10,36%**
- Salas de elaboración de Productos Pesqueros **3,91%**
- Productos Cárnicos **21,48%**
- Plataforma de Supermercados **6,20%**
- Frigoríficos al servicio de terrenos **3,41%**
- Centrales de compra de cadenas detallistas **4,40%**
- Catering y Rest.Colectiva **2,96%**
- Plataforma Prod. Congelados **4,55%**
- Foodservice **2,28%**
- Servicios a la atención del usuario **4,55%**
- Otros **5,69%**



2017 mercaolid  
UNIDAD ALIMENTARIA de VALLADOLID S.A.

# SERVICIOS Y ACTIVIDADES



## ACCESOS Y MOVILIDAD

A lo largo del 2017 el número de vehículos de desabastecimiento que han accedido al recinto de MERCAOLID ha sido de aproximadamente 288.000, con un descenso porcentual de -0,55 % respecto al año anterior.

Datos que ponen de manifiesto una media diaria de 1.156 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.

Por el contrario la Z.A.C. mantiene una constante diaria de acceso a vehículos similar a lo largo de todos los días laborales de la semana, incrementándose la actividad del

sector cárnico los sábados.

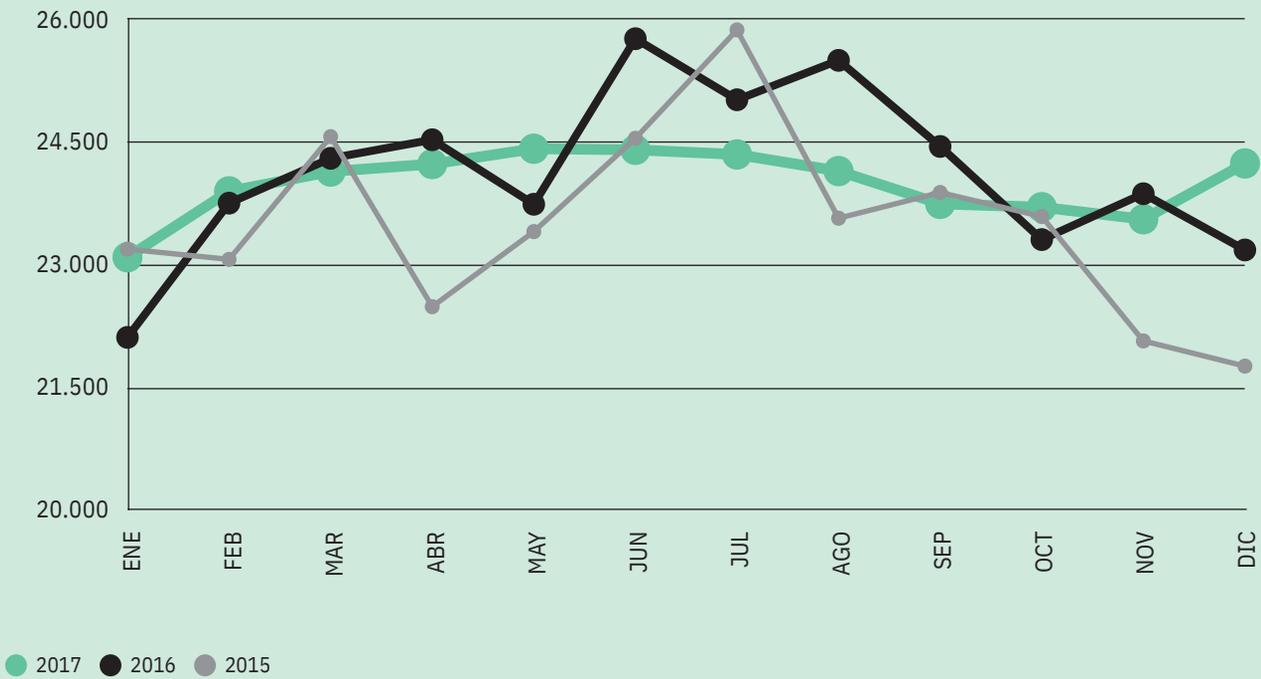
La media mensual de actos de desabastecimiento ha quedado fijada en 24.000 vehículos, existiendo repuntes al alza en los meses de finales de primavera e inicio de verano y diciembre, como viene siendo habitual.

Por lo que a vehículos de abastecimiento se refiere, a lo largo del año 2017 accedieron al recinto un total de 42.049 vehículos, registrando un moderado descenso de entrada de vehículos del -0,72 % respecto al año 2016.

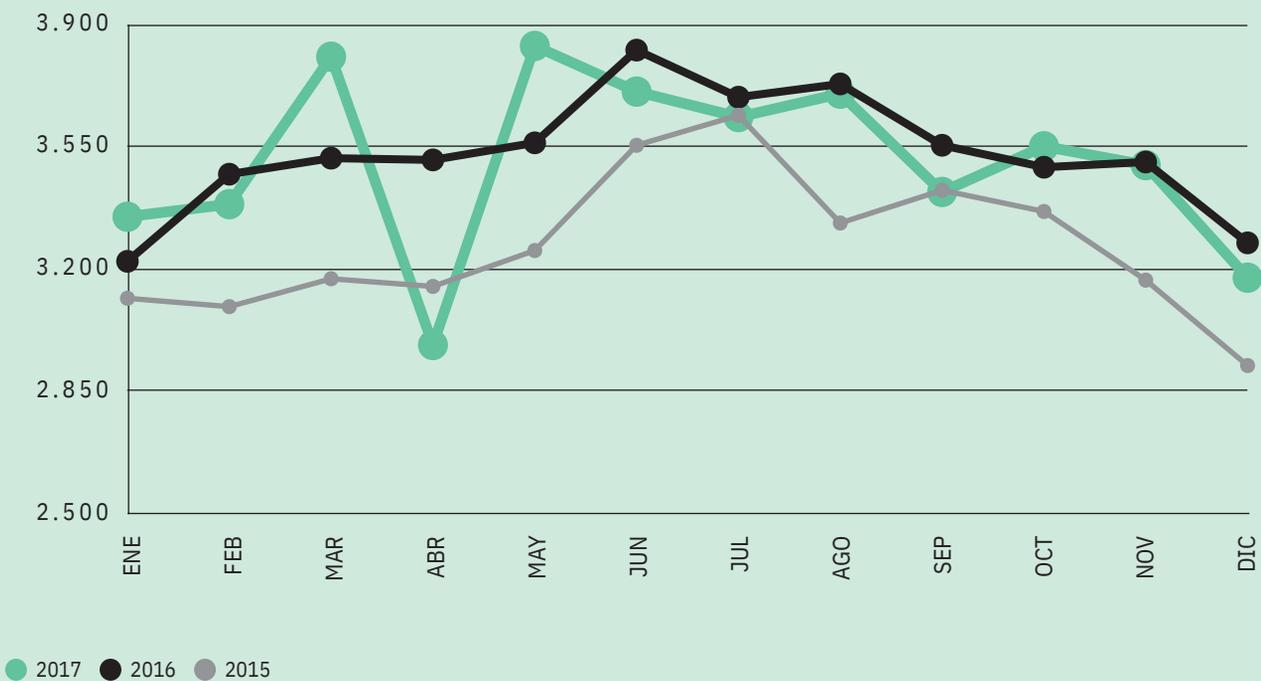
Los días más importantes para el aprovisionamiento de géneros son los domingos y miércoles, en el caso del Mercado Central de Frutas, los lunes y jueves, en el caso del Mercado Central de Pescados y los lunes y miércoles en la ZAC.

Al cierre de la presente Memoria se está estudiando la posible implantación de modificaciones en los horarios del Mercado Central de Frutas.

## VEHÍCULOS DE DESABASTECIMIENTO 2015-2017



## VEHÍCULOS DE APROVISIONAMIENTO 2015-2017



## SEGURIDAD

El servicio integral de seguridad y vigilancia de MERCAOLID a lo largo del 2017 fue prestado por la empresa “Grupo Norte Soluciones de Seguridad, S.A.”, empleando un total de 14.300 horas entre Vigilantes de Seguridad y Auxiliares; y dando cobertura integral las 24 horas del día, de los 365 días del año. Con presencia reforzada en determinados horarios y en actuaciones o campañas especiales, (navidades, ...).

Por otro lado, la empresa encargada del mantenimiento de los sistemas pasivos de seguridad fue “Eulen Seguridad, S.A.”

Durante el 2017 y al igual que el año anterior, no tenemos que destacar ningún hecho significativo desde el punto de vista de la seguridad del recinto, las empresas asentadas en el mismo, o las personas que diariamente acceden a MERCAOLID; no siendo mencionables ningún delito contra las personas o la propiedad durante el pasado ejercicio.

A lo largo del 2017 se ha seguido mejorando la señalización relativa a la seguridad laboral en el recinto, para reducir las ratios de siniestralidad laboral. De igual forma, se ha intensificado la vigilancia y control de las tareas de mantenimiento u obras ejecutadas por las distintas empresas en el recinto, a través de la coordinación de actividades, que con la implantación de una plataforma-web, ha permitido hacer más rápida y eficaz la misma.

Durante el año 2017 se convocó nuevo procedimiento de licitación del Servicio de Vigilancia y Auxiliares por un periodo de vigencia de dos años, más dos posibles prórrogas anuales. La empresa PROSEGUR resultó ser la empresa adjudicataria, que comenzará a prestar el servicio a partir de abril de 2018.

## MEDIO AMBIENTE

La política de compromiso medioambiental de la Sociedad se ha centrado en tres pilares: gestión de residuos, apuesta por las energías limpias e implantación del Plan Específico de Vertidos.

### Gestión y recuperación de residuos

Un año más la gestión del Punto Limpio o Ecoárea de MERCAOLID ha sido realizada por la empresa EUROPAC RECICLA S.A.U., habiéndose renovado, en agosto del 2017, el acuerdo de colaboración-explotación con dicha empresa.

La renovación del acuerdo ha supuesto una remodelación de la Ecoárea, recubriendo todo el espacio para la realización de tareas en condiciones de menor penosidad. Así mismo ha supuesto una renovación, y también la colocación de nuevos contenedores compactadores, con mayor capacidad de trabajo. También se han incrementado las horas y periodos de trabajo, para reducir las ratios de almacenamiento de residuos inorgánicos.

Por lo que a residuos inorgánicos se refiere, se recuperaron un total de 450,18 Tm de cartón, con un incremento del +1,16% respecto al año pasado; 165,42 Tm de madera, con un descenso del -0,35%; 92,90 Tm de EPS (poriexpan), con un crecimiento exponencial de recuperación del 4,38%; 2,08 Tm de flejes, con un descenso del -42,22% y 97,29 Tm de film plástico de retractilar, con un incremento de recuperación del 3,63%.

Estos datos nos permiten confirmar una ratio de recuperación de residuo inorgánico valorizable que sigue superando el 90% del generado por los usuarios de MERCAOLID.

Asimismo y a través del convenio suscrito con la empresa RECUPERACIONES OLIDMERCA S.L., se garantiza una recuperación casi cercana al 95% de todo tipo de envase de plástico retornable, bien a través de su devolución a la empresa titular del envase, bien a través de su triturado, para su posterior recuperación como materia prima.

Por lo que se refiere al residuo orgánico generado por las empresas asentadas en MERCAOLID, 2.233 toneladas fueron retiradas por el Servicio Municipal de Limpieza con destino a la Planta de Tratamiento de Valladolid (CTR), para su posible posterior tratamiento en compost.

Dicha cantidad representó un incremento del 17,61%..

### RECUPERACIÓN RESIDUOS INORGÁNICOS (TM)

RESIDUO	2017	2016	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA(%)
CARTÓN	450,18	445,00	5,18	+1,16%
MADERA	165,42	166,00	-0,58	-0,35%
EPS	92,90	89,00	3,90	+4,38%
FLEJES	2,08	3,60	-1,52	-42,22%
FILM PLÁSTICO	97,29	93,88	3,41	+3,63%

### Apuesta por las energías limpias

Esta apuesta, se ha plasmado en las siguientes actuaciones:

- Ampliación de las plantas fotovoltaicas de autoconsumo, con la finalidad de garantizar suministro eléctrico al Área Administrativa, Centro de Control de Accesos y alumbrado interior de Naves. Pasando de 41 Kw a 53 Kw.
- Sustitución de la luminaria de alumbrado exterior en favor de LED.
- Unificación de contadores y puntos de suministro eléctrico.
- Futura instalación de puntos de recarga eléctrica de vehículos, para posible sustitución de flotas de transporte, con una potencia nominal de 14,4 Kw.

La Sociedad no renuncia al incremento de las plantas fotovoltaicas sobre techumbre, en caso de alterarse el marco normativo actual.

### Plan Específico de Vertidos

- Con la finalidad de reducir la contaminación de aguas residuales e individualizar los vertidos de cada una de

las empresas asentadas en MERCAOLID, en el año 2016 se presentó al Ayuntamiento de Valladolid un Proyecto de Plan Específico de Vertidos; estando pendientes de la definitiva aprobación.

- Dicho Plan supuso la ejecución de un conjunto de obras por un importe cercano a los 140.000 euros en su conjunto. Obras consistentes en individualización y separación de redes internas de saneamiento e instalación de arquetas de toma de muestras.

## CONTROL SANITARIO

El conjunto de instalaciones que configuran la Unidad Alimentaria 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.

Ellos velan por la seguridad alimentaria, comprobando diversos elementos como el establecimiento de normas en materia de higiene mediante los textos legislativos, la implantación en las empresas alimentarias basadas en los procedimientos de APPCC y en la realización de controles oficiales para comprobar el cumplimiento de las normas por parte de los operadores.

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 son un modelo práctico para identificar y controlar permanentemente los peligros, importante para la seguridad de los productos alimenticios.

En todos los sectores existen guías de prácticas correctas de higiene basadas en la aplicación de los principios del sistema del APPCC y guías de Buenas Prácticas e Higiene.

Los cambios acontecidos como consecuencia de la aprobación del Nuevo Plan de Control de la Cadena Alimentaria para los años 2016-2020 y la puesta en marcha de las aplicaciones informáticas DOCO para la gestión de las actuaciones de Control Oficial de las empresas y alimentos que venimos desarrollando los Servicios Oficiales de Mercaolid, han dado lugar a una serie de visitas a las industrias o establecimientos para verificar el cumplimiento de los requisitos legales recogidos en cada uno de los programas de Control Oficial.

Podríamos resumir de la siguiente manera las actuaciones realizadas a lo largo del 2017:

- 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 diarias ordinarias.
  - 2.860 al año en establecimientos de pescado
  - 7.280 al año en frutas, verduras y hortalizas
- Inspecciones programadas de Control de Higiene y Auditoria de Autocontrol
  - Restauración: 13 controles programados
  - Inspecciones en centros de comidas preparadas: 8 controles programados
  - Frutas y verduras: 18 controles programados
  - Industria de la pesca: 38 controles programados
  - Carnes y derivados: 28 controles programados
  - Almacenes polivalentes: 20 controles programados
  - Almacén de huevos: 4 controles programados
  - Industrias de harina y derivados: 4 controles programados
  - Control permanente (domingos y fuera del horario habitual del trabajo): 52 controles programados
  - Aguas envasadas y hielo: 8 controles programados

### - Retirada del consumo de productos

Por presentar alteradas sus características organolépticas se retiraron de la venta un total de 17.928kg de productos diversos. Correspondiendo 16.563 kg a frutas y verduras y 1.365 kg a productos de la pesca y marisco y 8kg de productos cárnicos.

### - Toma de Muestras

Para dar cumplimiento al Plan Nacional de investigación de residuos en productos de origen animal y vegetal, en el 2017 se tomaron:

- 8 muestras reglamentarias para la determinación de residuos del grupo B1 (sustancias antibacterianas en acuicultura continental en productos frescos de la pesca).
- 6 muestras reglamentarias para la determinación de nitratos y nitritos en productos cárnicos, preparados cárnicos y carne picada.

### - 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 concedieron plazos, si procedía, para subsanar las posibles no conformidades detectadas.

Como resultado de estas inspecciones a lo largo del 2017 se realizaron una serie de informes sancionadores a ciertas industrias por incumplimiento en la normativa

correspondiente.

#### - Red de Alertas Sanitarias 2017

Siguiendo el modelo del Sistema de Intercambio Rápido de Información (SCIRI) las autoridades competentes nos informan de las intoxicaciones alimentarias que se han producido, los establecimientos implicados y el alimento causante.

Los Servicios Veterinarios seguimos la trazabilidad del alimento, mediante el etiquetado y albaranes para identificar la cantidad de producto implicado en la alerta, los kilogramos y la distribución de los mismos, para proceder a la retirada de la venta.

En Mercaolid recibimos una alerta por intoxicación por histamina causada por filetes de atún (Thunnus albacares) procedentes de España.

Retiramos 69.93 kg del atún implicado en la alerta.

## MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE INSTALACIONES

El conjunto de instalaciones que configuran la Unidad Alimentaria lleva en funcionamiento más de veinte años. Con independencia de las obras de conservación y mantenimiento ejecutadas a lo largo de esos años, era imprescindible la elaboración de un Plan Director de Infraestructuras que tuviera por objeto conocer el estado actual de las instalaciones, necesidades de adecuación, programación de las actuaciones más urgentes y evaluación económica de las mismas.

Dicho Plan Director ha sido ya concluido por la Dirección de Instalaciones e Infraestructuras de MERCAOLID. Plan que también contempla una posible reutilización de espacios para optimización de uso de instalaciones.

Con independencia de las inversiones realizadas por la Sociedad a lo largo del 2017, ésta destinó más de 180.000€ para la conservación de instalaciones con cargo a la Cuenta de Explotación y a las Dotaciones para Grandes Reparaciones constituidas en ejercicios anteriores.

Entre las actuaciones más importantes acometidas a lo largo del ejercicio, se pueden destacar las siguientes:

- Señalítica horizontal sobre viales y vertical para regulación de tráfico.

- Sustitución de las luminarias de alumbrado exterior, con sustitución de equipos de inducción por otros de tecnología LED.

- Reformas y readaptación de diversos locales comerciales.

- Mejoras en los sistemas de separación de residuos del Mercado Central de Pescados.

- Reformas y modificación en el sistema de control de accesos de MERCAOLID.

- Instalación de nuevos inversores para las Plantas Fotovoltaicas sobre techumbre.

- Reformas en la red de saneamiento.

- Trabajos de mantenimiento de pintura exterior de naves y sistemas de conducción de suministros.

- Mantenimientos diversos.

## CALIDAD

Para mejorar en nuestro trabajo diario, MERCAOLID tiene implantado desde hace más de quince años un Sistema de Gestión de Calidad que afecta a los principales procesos y actividades que conciernen a la gestión y servicio público prestado por la Sociedad, conforme a la norma ISO 9001.

En el mes de julio de 2017 se superó satisfactoriamente la Auditoría de seguimiento realizada por la empresa auditora S.G.S.

En la actualidad, estamos adaptando todo nuestro Sistema de Gestión de Calidad a la nueva ISO UNE-EN 9001, versión 2015. Para dicha implantación, hemos realizado un importante trabajo consistente en un Análisis DAFO de MERCAOLID, la identificación de los Factores Críticos de Éxito (FCE's), su relación con el DAFO, la identificación de nuestros grupos de interés, y finalmente, una planificación estratégica para el periodo comprendido entre 2018-2020.

Dicha planificación ha consistido en la identificación de unas líneas de visión, unas estrategias, unos objetivos estratégicos, la identificación de responsables de unos indicadores, unos planes de acción, la asignación de recursos y la fijación de una temporalización.



**LINEA DE VISIÓN 1<sup>a</sup>**  
**OFRECER SERVICIOS DE CALIDAD Y MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DEL RECINTO**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<b>E1.1</b> Analizar las necesidades de los usuarios, actuales y potenciales, para adaptar el crecimiento de MERCAOLID a las mismas, impulsando la aportación de valor añadido.	<b>01.</b> Identificar líneas de crecimiento.  <b>02.</b> Adaptación de los servicios de MERCAOLID a las necesidades de los usuarios.	<b>R1.</b> Incremento de operadores en el Merca.  <b>R2.</b> Incremento de nuevos productos y servicios dentro de la línea de negocio.	- Captación de potenciales operadores de valor añadido. - Proyectos llave en mano para locales o instalaciones de la ZAC. - Prestación de nuevos productos o servicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>· Comercialización de frío.</li> <li>· Adaptación de locales según necesidades.</li> <li>· Alquiler temporal.</li> <li>· Comercialización de ciertos servicios o suministros.</li> </ul>
<b>E1.2</b> Analizar y valorar las deficiencias de las actuales instalaciones, su grado de obsolescencia y las necesidades de reforma.	<b>03.</b> Modernización y mejora de las instalaciones de MERCAOLID que permitan alargar su vida.  <b>04.</b> Maximizar el aprovechamiento de espacios.	<b>R3.</b> Incremento en el índice de satisfacción de los usuarios.  <b>R4.</b> Minimizar el nº de locales vacíos.	- Diseño de un Plan Directorio de Mantenimiento de Instalaciones. - Ejecución de obras de mantenimiento más urgentes. - Adaptación e innovación de instalaciones en las Naves de los Mercados Centrales.

**LINEA DE VISIÓN 2<sup>a</sup>**  
**GARANTIZAR UNA GESTIÓN RENTABLE Y EFICIENTE**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<b>E2.1</b> Adaptar las herramientas y estrategias a las líneas de visión, para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios presentes y futuros.	<b>05.</b> Impulsar la concentración de empresas del sector y ampliar líneas de negocio.	<b>R5.</b> Contratos con potenciales clientes.  <b>R6.</b> Captación de nuevos clientes.  <b>R7.</b> Organización de reuniones y visitas con los responsables de los diversos sectores.	- Diseño de un Plan de comercialización con la finalidad de atraer nuevos clientes e identificar necesidades de consumo.
<b>E2.2</b> Sistemas de Gestión de Calidad Norma UNE-EN ISO 9001:2015 como herramienta de gestión.	<b>06.</b> Mejora continua de la gestión.	<b>R8.</b> Realización de Autoevaluación inicial.  <b>R9.</b> Aumento de satisfacción en Autoevaluación final.	- Consolidación en la mejora de la gestión: <ul style="list-style-type: none"> <li>· Formación continua del personal de la organización.</li> <li>· Autoevaluación Inicial con plan de mejora.</li> <li>· Autoevaluación final.</li> </ul>
<b>E2.3</b> Mejora y supervisión de Servicios externalizados.	<b>07.</b> Mejora continua en la calidad de la prestación de servicios externalizados.	<b>R10.</b> Incrementos % de satisfacción, evaluaciones de satisfacción.	- Reestudio y racionalización de ciertas contrataciones.

**LINEA DE VISIÓN 3ª**  
**SER RECONOCIDOS EN EL ENTORNO SOCIO ECONÓMICO COMO DINAMIZADORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (REPOSICIONAMIENTO DE MERCAOLID)**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<p><b>E3.1</b> Mejorar el papel de MERCAOLID en el entorno, mediante una mayor integración y participación actora en el ámbito socioeconómico y como centro de innovación en el sector agroalimentario.</p>	<p><b>08.</b> Impulsar la imagen y marca de MERCAOLID entre ciudadanos y profesionales.</p>	<p><b>R11.</b> Aumento de visitas y seguidores en la web y Redes Sociales.</p> <p><b>R12.</b> Aumento de peticiones de información.</p> <p><b>R13.</b> Organización de eventos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Comunicación.</li> <li>- Diseño Marca "MERCAOLID".</li> </ul>

**LINEA DE VISIÓN 4ª**  
**SENSIBILIZACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE Y REDUCCIÓN DEL DESPILFARRO ALIMENTARIO**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<p><b>E4.1</b> Orientar las políticas de funcionamiento de MERCAOLID hacia la reducción del impacto ambiental y el despilfarro alimentario.</p>	<p><b>09.</b> Reducir el impacto ambiental de MERCAOLID y de nuestros clientes o usuarios.</p> <p><b>010.</b> Reducir el despilfarro alimentario.</p>	<p><b>R14.</b> Reducción del factor k) en la Red de Saneamiento. (Contaminación de aguas residuales).</p> <p><b>R15.</b> Incremento del % del reciclado de residuos inorgánicos.</p> <p><b>R16.</b> Incremento del uso de energías verdes.</p> <p><b>R17.</b> Incremento de eficiencia energética (Reducción de costes).</p> <p><b>R18.</b> Reducción del volumen de residuo orgánico con destino a la CTR de Valladolid, procedente de los operadores de MERCAOLID.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Vertidos Específico de MERCAOLID (Aprobación por el Ayuntamiento de Valladolid).</li> <li>- Ampliación de los productos susceptibles de ser tratados en la Ecoárea (Punto Verde).</li> <li>- Aumento de las plantas fotovoltaicas de autoconsumo.</li> <li>- Sustitución de luminarias y concentración de centrales de suministro eléctrico.</li> <li>- Plan de Sensibilización y comunicación a los usuarios y empresas de MERCAOLID.</li> <li>- Incremento de Contenedores para separación de residuo orgánico.</li> <li>- Desarrollo de un Proyecto (Construcción de Nave) para el tratamiento de producto no óptimo comercial, pero reutilizable (I+D+i).</li> </ul>

**LÍNEA DE VISIÓN 5ª**  
**PROMOVER UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE, PRODUCTO DE PROXIMIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<p><b>E5.1</b> Desarrollar una cultura colaborativa con y entre grupos de interés.</p>	<p><b>O11.</b> Implicar a nuestros grupos de interés en la promoción de alimentación saludable, producto de proximidad y seguridad alimentaria.</p> <p><b>O12.</b> Ser parte activa en el desarrollo de la Estrategia Agroalimentaria de Valladolid promovida por la Administración local.</p>	<p><b>R19.</b> Nº de promociones realizadas.</p> <p><b>R20.</b> Incorporación de empresas de productos ecológicos.</p> <p><b>R21.</b> Incorporación de agricultores de proximidad.</p> <p><b>R22.</b> Nº de actas sanitarias expedidas.</p> <p><b>R23.</b> Participación en eventos de la Estrategia Agroalimentaria.</p> <p><b>R24.</b> Presencia en el Grupo Motor de desarrollo de la Estrategia.</p> <p><b>R25.</b> Nº de proyectos desarrollados en MERCAOLID relacionados con esa Estrategia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización de acciones de promoción y sensibilización.</li> <li>- Facilitar el acceso a locales de pequeños productores de proximidad.</li> <li>- Facilitar y promocionar la presencia de producto ecológico.</li> <li>- Implicación y cumplimiento de algunos de los objetivos y acciones de la Estrategia Agroalimentaria Local (puntos logísticos para cooperativas de consumo, centro de transformación para pequeños productores, locales para cooperativas de productores ecológicos).</li> </ul>

**LÍNEA DE VISIÓN 6ª**  
**FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y EL LIDERAZGO**

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<p><b>E6.1</b> Identificar las líneas de crecimiento y conocimiento de la plantilla, de la organización o subcontratas.</p>	<p><b>O13.</b> Gestión participativa de los líderes.</p> <p><b>O14.</b> Conseguir un buen clima laboral.</p>	<p><b>R26.</b> Equipo Directivo formado en gestión comercial y cultura proactiva.</p> <p><b>R27.</b> Incremento del trabajo en equipo.</p> <p><b>R28.</b> Uso del crédito de formación bonificada.</p> <p><b>R29.</b> Incremento del grado de satisfacción laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de formación por competencias, desarrollo profesional y gestión de calidad.</li> <li>- Mejora del Plan de Comunicación y distribución de funciones.</li> <li>- Desarrollo de un sistema de propuestas de mejora.</li> </ul>

## LINEA DE VISIÓN 7ª RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	PLAN DE ACCIÓN
<b>E7.1</b> Incrementar la implicación de MERCAOLID en el contexto social.	<b>O15.</b> En el ámbito social: - Maximizar acciones dirigidas a personas con riesgo de exclusión. - Maximizar acciones que fomenten hábitos saludables de consumo. - MERCAOLID como entidad que favorece la diversidad y la inclusión.  <b>O16.</b> En el ámbito interno: - Evolución de la Política de RRHH y sincronización de nuevas necesidades. - Transparencia. - Implicar y buscar alianzas con los Grupos de Interés en RSC.	<b>R30.</b> Número de cursos impartidos por el Área de Formación.  <b>R31.</b> Introducción de criterios sociales en los Procedimientos de Licitación.  <b>R32.</b> Participación activa en la Estrategia Alimentaria Local.  <b>R33.</b> Formación complementaria impartida (número de cursos).  <b>R34.</b> Incremento de los indicadores en el Portal de Transparencia.  <b>R35.</b> Nº de reuniones con clientes y proveedores.	- Diseño de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa de MERCAOLID.  - Plan Específico de Formación de la plantilla.  - Incremento de los contenidos del Portal de Transparencia.

### ÁREA DE FORMACIÓN

El año 2017 ha sido un año de expansión para el Área de Formación de Mercaolid gestionada por la empresa Marsdigital S.L. El Área de Formación oferta periódicamente cursos de formación, certificados de profesionalidad, así como la formación “a medida” que nos solicitan las propias empresas para ayudar a cumplir exitosamente sus propios objetivos.

El Área de Formación cuenta con tres aulas polivalentes y un aula taller, además de una recepción y sala de profesores. Todo ello integrado en una superficie de 370 m<sup>2</sup>, ubicada en una zona anexa al Área Administrativa de Mercaolid.

Nació siguiendo el ejemplo de otros espacios de negocio similares en nuestro país, que contaban con una herramienta como la que ofertamos, con la misión de mejorar las capacidades de las empresas y la cualificación de las personas que las forman. El objetivo es, a través de la formación, ayudar a buscar una senda de mejora en la gestión de manera integral, aumentando por tanto la competitividad y mejorando su posición en el sector.

Se encuentra registrada como centro y entidad de formación profesional para el empleo de Castilla y León, contando con trece certificados de profesionalidad de diferentes áreas temáticas, muchas de ellas relacionadas con el ámbito en el que nos encontramos. Además, 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.

Durante el año 2017 se han estado impartiendo cursos a medida en el sector cárnico, manipulador de cargas con carretillas,

manipulador de alimentos, atención socio-sanitaria..., en los que se ha contado con la colaboración de algunas empresas relacionadas con estos sectores, sitas en Mercaolid.

El Área de Formación tiene vocación de abrirse a la sociedad, apoyando desde nuestra responsabilidad social, a colectivos con dificultades en la empleabilidad, a través de programas de formación, con compromiso de contratación. Todo ello en alianza con la Junta de Castilla y León y el Ayuntamiento de Valladolid, que han financiado durante 2107 programas específicos.

### COMPROMISO SOCIAL

MERCAOLID, como empresa perteneciente al Sector Público Local, está comprometida, implicada con el entorno social que le rodea. Por ello, a lo largo de los últimos años, ha ido desarrollando una Política de Responsabilidad Social Corporativa, que ha remarcado su carácter como empresa socialmente responsable.

De esta forma, ha patrocinado, colaborado y apoyado distintos colectivos sociales y diversos actos de interés social (eventos deportivos, actividades culturales, asociaciones de vecinos de barrios del norte de la ciudad, colectivos con dificultades de integración, actos promocionales relacionados con la alimentación o la salud, estudios con departamentos universitarios,...).

En este sentido, en los próximos años se diseñará un Plan de Responsabilidad Social Corporativa que defina los ámbitos de actuación y la asignación de recursos.

A lo largo del año nos han visitado distintos colectivos públicos y privados de diversa naturaleza. Así, un año más, MERCAOLID ha servido de centro de encuentro para que los visitantes, compañías

del sector alimentario, escuelas de restauración, centros escolares,..., pudieran profundizar en diferentes aspectos de la gestión y el modelo de funcionamiento del polígono alimentario, así como conocer la amplia oferta de productos que se comercializan.

Finalmente, en este apartado, debemos resaltar la participación activa de MERCAOLID en el diseño y confección de la nueva Estrategia Alimentaria de la Ciudad de Valladolid, así como su implicación en algunas de las acciones y objetivos estratégicos de la misma, como favorecer la presencia de productores de proximidad y ecológicos en MERCAOLID, favorecer el desarrollo de plataformas de consumidores para el almacenamiento y recogida de producto ecológico y de proximidad.

## COMUNICACIÓN - TRANSPARENCIA - FISCALIZACIÓN

A lo largo del 2017 nuestro objetivo ha sido impulsar el “Portal de Transparencia” de la Web Institucional ([www.mercaolid.es](http://www.mercaolid.es)), que se había puesto en funcionamiento en el 2016, para dar cumplimiento a las obligaciones establecidas por la Ley 19/2013 de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

De forma periódica, seguimos cumpliendo con los “indicadores de transparencia” exigidos por el Ayuntamiento de Valladolid a empresas pertenecientes al sector público local.

Nuestro compromiso va más allá del cumplimiento de las leyes, ya que consideramos que la transparencia aumenta la confianza de nuestros usuarios.

Con la renovación reciente de la Web Institucional, hemos conseguido proporcionar a la misma de una estructura más organizada y preclara, con un acceso más directo y más rápido a la información de la Sociedad y de los Servicios de la Unidad Alimentaria. Se ha diseñado una web institucional que hace accesible al mayor número posible de personas, con independencia de sus limitaciones, la información societaria más relevante.

Para alcanzar este compromiso, se han tenido en cuenta las pautas de accesibilidad WCAG 1.0 (Web Content Accessibility Guidelines versión 1.0), establecidas por el grupo de trabajo WAI (Web Accessibility Initiative), que pertenece al W3C (World Wide Web Consortium).

En septiembre de 2017, y tras convocatoria del oportuno Procedimiento de Licitación, fue adjudicado el Contrato de Servicios de Auditoría Financiera y Cumplimiento de Legalidad a la empresa SOLUCIONES EMPRESARIALES Y AUDITORÍA, S.L.P.

MERCAOLID lleva a cabo revisiones anuales del cumplimiento de protección de datos de la organización con el fin de revisar los cambios producidos en la organización y en la legislación y tener un cumplimiento adecuado. Durante la revisión del presente año, se ha analizado el cumplimiento y se ha adaptado al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que entró en vigor el día 25 de mayo de 2018.

Todo ello teniendo en cuenta la nueva Normativa Europea de Protección de Datos de Carácter Personal (Reglamento (UE) 2016/679) y lo estipulado en el Proyecto de Ley de Protección de Datos que, si bien no está aprobado aún, sienta las primeras bases de la futura Ley Orgánica de Protección de Datos.



# ESTADOS





# FINANCIEROS

# ESTADOS FINANCIEROS



## COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

Un año más, y siguiendo la tendencia marcada desde los primeros años de funcionamiento de MERCAOLID, resulta satisfactorio poder presentar a nuestros accionistas unos resultados que pueden calificarse de positivos.

El resultado económico del ejercicio 2017, presenta un beneficio antes de impuestos de 728.353 euros, que representa un crecimiento porcentual del 4,40% respecto a los resultados del ejercicio anterior.

Este resultado tiene especial significación si tenemos en consideración el estancamiento en la generación de ingresos tradicionales, vía alquiler de locales comerciales, sin renunciar a una política de calidad en los servicios prestados y a una política activa en materia de inversiones.

## CUENTA DE RESULTADOS

Los datos al cierre del ejercicio 2017 recogidos en la Cuenta de Resultados de Unidad Alimentaria de Valladolid S.A. reflejan una cifra de negocios de 2.389.201 euros, registrando un incremento de 1,87% respecto al ejercicio anterior.

Desglosados los ingresos de la Sociedad, 1.815.978 euros (76,01%) corresponde a ingresos por alquiler, creciendo en un 0,52% respecto al año anterior; los ingresos por producción y venta de energía fotovoltaica ascendieron a 311.030 euros (13,02%), con un incremento del 6,34% respecto 2016, y otros ingresos de gestión se sitúan en 262.193 euros (10,97%), creciendo en un 6,47%.

Dentro del apartado de los ingresos de la Sociedad correspondientes a alquileres por ocupación de espacio, los Mercados Centrales ingresaron 1.286.671 euros, reduciéndose en un -0,31% y los procedente de la ocupación de espacios de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC), ascendieron a 529.308 euros, aumentando en un 2,61% los del año anterior.

Dentro de la estructura de gastos de la sociedad, aparecen los gastos de personal que se sitúa en 343.403 euros, disminuyendo un 5,15% respecto al año anterior.

Los gastos de explotación alcanzan una cifra de 773.063 euros, aumentando un 7,33% respecto al 2016.

Desglosando los gastos de explotación, los servicios exteriores se sitúan en 669.666 euros (86,63%), los gastos tributarios alcanzan una cifra de 68.325 euros (8,84%) y las insolvencias por tráfico se sitúan en 35.072 euros (4,54%).

Dentro del capítulo de servicios exteriores, destacan las contrataciones de los servicios de limpieza y seguridad que conjuntamente representan el 55,27% de esos gastos. Seguidos de los gastos en suministros, que representaron el 15,23%; reparación y conservación con el 13,88%; servicios profesionales 5,93%; publicidad con el 4,26% y resto de servicios exteriores con el 5,43%.

Los gastos de amortización alcanzan la cifra de 589.517 euros, disminuyendo en un -10,55% respecto al año anterior.

Las imputaciones de subvención aplicadas a la explotación representan 88.697 euros, decreciendo un 32,09%.

En el capítulo financiero, los ingresos han disminuido un -80,62% y los gastos han disminuido en un -33,04%. La variación del valor razonable de los instrumentos financieros ha aumentado en un 1,48%.

El Resultado Económico Bruto de Explotación (R.E.B.E.) fue de 1.396.504 euros, lo que representa un incremento del 3,88 % respecto al año 2016.

En términos de generación de recursos, el Cash Flow alcanzó la cifra de 1.170.856 euros, aminorando en un -0,79% respecto al año anterior.

## BALANCE

Por lo que se refiere al Estado Patrimonial de la Sociedad reflejado en el Balance de Situación a 31/12/2017, la cifra total de Activo y Pasivo se ha situado en 10.429.185 euros, disminuyendo en 585.148 euros respecto al ejercicio anterior, representando un descenso del -5,31%.

El pasivo de la Sociedad refleja una estructura financiera solvente y saneada, con una cifra de Recursos Propios de 7.699.310 euros, de los que el 84,02% corresponden a Fondos Propios de la Sociedad.

Cabe destacar que durante el ejercicio 2017, la Sociedad

tiene un endeudamiento por importe de 552.415 euros para sufragar las importantes inversiones realizadas en plantas fotovoltaicas en años anteriores. En este sentido es importante destacar la política de cancelación parcial

anticipada realizada por la Sociedad, por importe de 354.105 euros, mejorándose significativamente la ratio de autonomía financiera.

## RATIOS

### RATIOS DE SITUACIÓN FINANCIERA:

Liquidez inmediata	4,77
Solvencia a corto plazo	4,93
Periodo medio de cobro	11 días
Periodo medio de pago	9 días
Periodo medio de caja	-2 días

### RATIOS DE SITUACIÓN PATRIMONIAL:

Autonomía financiera	13,91
----------------------	-------

### RATIOS DE RESULTADOS:

Rentabilidad económica del negocio	6,98%
Rentabilidad financiera para el accionista	7,09%
Margen del negocio	22,86%
Rentabilidad fondos propios para el accionista	9,46€

## NUEVAS INVERSIONES

Sin ser un ejercicio tan importante como el anterior en lo que a ejecución de inversiones se refiere, la Sociedad ha realizado inversiones conjuntas por importe de 293.331 euros.

A lo largo del año 2016 se licitaron obras para la mejora e individualización de la red de saneamiento interno de la Unidad Alimentaria por un importe de 118.461 euros.

El resto de las inversiones realizadas en 2017 correspondieron a mejoras de instalaciones frigoríficas y climatizaciones por importe de 57.582 euros; sustituciones de luminarias en alumbrado exterior por importe de 44.453 euros; mejoras en el sistema de control de accesos por importe de 9.147 euros, acondicionamiento de locales comerciales por importe de 29.307 euros, equipos informáticos por importe de 6.255 euros, obras en curso por importe de 22.149 euros y otras por valor de 5.978 euros.

## PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2019

La Sociedad prevé unos resultados económicos en la línea de ejercicios anteriores ya que el efecto negativo de pérdida de ingresos corrientes derivados de alquileres, se compensará con otros ingresos extraordinarios y la contención de ciertos gastos de explotación.

El año 2018 se contempla como un año importante en materia de inversiones ya que se comenzarán las obras para la construcción de una nave en la Subparcela nº8, por importe de 900.240 euros (IVA incluido), con destino a un interesante proyecto de I+D+i que tiene por objeto la reducción del despilfarro alimentario.

Así mismo, se llevarán a cabo obras importantes en ejecución del Plan Director de Instalaciones, entre las que destacan la reforma de pavimentos de muelles y pasillos del Mercado Central de Frutas, por importe aproximado de 245.000 euros; sustitución de cubiertas traslúcidas por valor de 38.000 euros; reforma del Centro de Control de Accesos, por valor de 14.500 euros; instalación de puntos de recarga eléctrica de vehículos, por valor de 24.800 euros; y pinturas de estructuras metálicas y sistemas de conducción de suministros, por importe de 82.000 euros.

Los Estados Financieros de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. correspondientes al ejercicio 2017, han sido auditados por la empresa: Soluciones Empresariales y Auditoría, S.L.P.

# UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

## BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

<b>ACTIVO</b>	<b>EJERCICIO 2017</b>	<b>EJERCICIO 2016</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>9.420.435,27</b>	<b>9.749.613,90</b>
Inmovilizado intangible	33.077,14	35.920,42
Inmovilizado materiales	8.175.491,83	8.499.872,31
Inversiones fª a l/p	1.211.866,30	1.211.866,30
Instrumentos patrimonio		1.954,87
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.008.749,29</b>	<b>1.266.674,12</b>
Deudores ciales y otras ctas. a cobrar	71.274,42	122.375,90
Clientes por vtas y prest.de servicios	71.274,42	121.709,22
Personal		666,68
Inversiones fª a c/p	703.254,66	526.069,74
Periodificaciones a c/ plazo	-54,00	
Efectivo y otros activos liquidos equiv.	234.274,21	618.228,48
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>10.429.184,56</b>	<b>11.016.288,02</b>

## BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>EJERCICIO 2017</b>	<b>EJERCICIO 2016</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>7.699.363,87</b>	<b>7.645.145,29</b>
Fondos Propios	6.468.679,21	6.347.951,03
Capital	4.207.070,00	4.207.070,00
Reservas	1.715.344,19	1.613.297,01
Resultado del ejercicio anteriores	0,27	0,27
Resultado del ejercicio	546.264,75	527.583,75
Subvenciones, donac y legados	1.230.684,66	1.297.194,26
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>2.281.748,60</b>	<b>2.834.792,52</b>
Deudas a largo plazo	1.786.012,32	2.307.287,85
Deudas con entidades de crédito	463.775,82	907.605,04
Otras deudas a largo plazo	1.322.236,50	1.399.682,81
Pasivo por impuesto diferido	410.223,84	435.898,53
Periodificaciones a largo plazo	85.512,44	91.606,14
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>448.072,09</b>	<b>536.350,21</b>
Deudas a corto plazo	171.991,38	261.388,51
Deudas con entid.credito	89.557,18	180.346,35
Otras deudas a corto plazo	82.434,20	81.042,16
Acreeedores ciales y o.ctas. a pagar	263.387,70	263.909,20
Proveedores	5.847,07	13.137,08
Otros acreedores	257.540,63	250.772,12
Periodificaciones a c/ plazo	12.693,01	11.052,50
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>10.429.184,56</b>	<b>11.016.288,02</b>

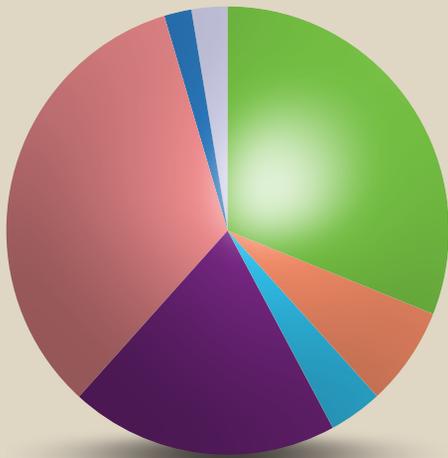
## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

	EJERCICIO 2017	EJERCICIO 2016
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>		
Importe neto de la cifra de negocios	2.389.201,45	2.345.268,37
Gastos de personal	-343.403,30	-362.033,93
Otros gastos de explotación	-773.062,96	-720.261,95
Amortización del Inmovilizado	-589.516,55	-659.014,91
Imputación de subv.de inmov.no fº y otras	88.697,05	130.607,52
<b>RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>771.915,69</b>	<b>734.565,10</b>
Ingresos financieros	2.533,68	13.070,61
Gastos financieros	-8.975,49	-13.404,26
Variación valor razonable instrumentos financieros	-37.120,88	-36.580,75
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-43.562,69</b>	<b>-36.914,40</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>728.353,00</b>	<b>697.650,70</b>
Impuesto sobre beneficios	-182.088,25	-170.066,95
<b>RDO DEL EJERC.PROCEDENTE DE OPERAC.CONTINUADAS</b>	<b>546.264,75</b>	<b>527.583,75</b>
<b>OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>	<b>546.264,75</b>	<b>527.583,75</b>
Rdo. del ejerc. procedent. operac. interrumpidas		
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>546.264,75</b>	<b>527.583,75</b>

## ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

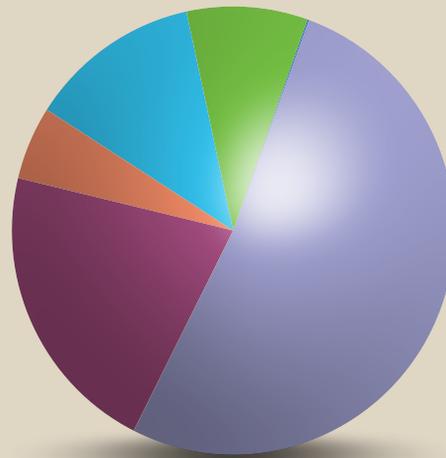
	CAPITAL SUSCRITO	RESERVAS	RDO. DEL EJERCICIO	SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	TOTAL
<b>SALDO FINAL DEL AÑO 2015</b>	4.207.070,00	1.705.781,11	490.494,45	1.179.182,90	7.582.528,46
I. Ajustes por cambios criterios 2015					0,00
II. Ajustes por errores 2015					0,00
<b>SALDO AJUSTADO AL INICIO DEL AÑO 2016</b>	4.207.070,00	1.705.781,11	490.494,45	1.179.182,90	7.582.528,46
I. Total de ingresos y gastos reconocidos			522.948,36		522.948,36
II. Operaciones con socios o propietarios	0	0	-396.369,00	0	-396.369,00
1. Aumentos de capital					0
2. (-) Reducciones de capital					0
4. (-) Distribución de dividendos			-396.369,00		-396.369,00
7. Otras operaciones con socios o propietarios					0
III. Otras variaciones de patrimonio neto		83.199,17	-94.125,45	-97.955,64	-108.881,92
<b>SALDO FINAL DEL AÑO 2016</b>	4.207.070,00	1.788.980,28	522.948,36	1.081.227,26	7.600.225,90
I. Ajustes por cambios criterios 2016	0,00	-175.683,03	4.635,66	215.967,00	44.919,63
II. Ajustes por errores 2016					0
<b>SALDO AJUSTADO AL INICIO DEL AÑO 2017</b>	4.207.070,00	1.613.297,25	527.584,02	1.297.194,26	7.645.145,53
I. Total de ingresos y gastos reconocidos			546.264,75		546.264,75
II. Operaciones con socios o propietarios	0	0	-425.577,51	0	-425.577,51
1. Aumentos de capital					0,00
2. (-) Reducciones de capital					0,00
4. (-) Distribución de dividendos			-425.577,51		-425.577,51
7. Otras operaciones con socios o propietarios					0
III. Otras variaciones de patrimonio neto		102.006,51	-102.006,51	-66.522,60	-66.522,60
<b>SALDO FINAL DEL AÑO 2017</b>	4.207.070,00	1.715.303,76	546.264,75	1.230.671,66	7.699.310,17

## GASTOS DE EXPLOTACIÓN 2017 (%)



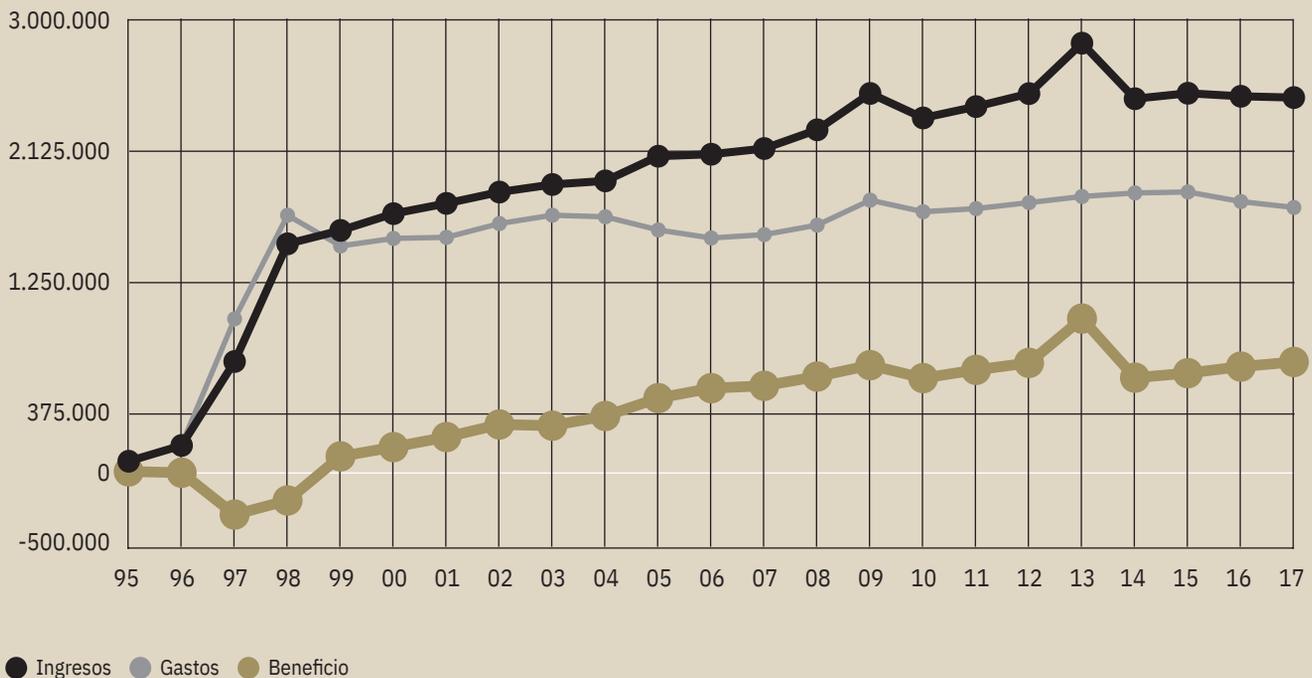
- Servicios Exteriores **31,07%**
- Aprovisionamientos **6,39%**
- Tributos **3,9%**
- Gastos de personal **19,60%**
- Amortización y dotación **33,65%**
- Dotac. Provisión Tráfico **2,00%**
- Gastos Financieros **2,63%**

## INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2017 (%)



- Ingresos Mercados **51,87%**
- Ingresos ZAC **21,34%**
- Ingresos por Entradas **5,29%**
- Ingresos Fotovoltaica **12,54%**
- Otros Ingresos **8,85%**
- Ingresos Financieros **0,10%**

## EVOLUCIÓN DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS



# LISTADO DE EMPRESAS



# MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS



EMPRESA	PUESTO
FRUTAS TERRADOS S.L.	F-1, F-2
FRUTAS MI CAPRICO S.L.	F-3, F-4
FRUTAS ES-MO S.L.	F-5, F-7, F-8
HORTELANOS DE MERCAOLID S.L.	F-6
HORTÍCOLAS HERMANOS VIEJO S.L.	F-9
JESÚS MANJÓN MIGUEL	F-10
SANPESAN S.A.L.	F-11, F-12
FRUTAS MAGO S.L.	F-13
F. FERNÁNDEZ PASALODOS E HIJOS S.L.	F-14
ÁNGEL VACA S.L.	F-15, F-17, F-18
DON REMONDO CALLE S.L.U.	F-16
VALLCEDIS S.L.	F-19
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER S.L.	F-20
VALLAFRUIT S.A.	F-21, F-23
BERNESGA FRUITS S.L.	F-22A
MAGENTA LOGÍSTICA S.L.	F-22B, F-24, F-32
FRUTAS CAMARÓN S.L.	F-25, F-27, F-29
FRUTAS Y VERDURAS MONTENEGRO S.L.	F-26, F-28
NURIA FARRÁN ACEBES	F-30
IRIS HORTYVAL S.L.	F-31
FRUTAS DE EUROPA TABUENCA S.A.	F-33
FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.	F-34, F-35, F-36

# NAVE DE PRODUCTORES AGRARIOS

PRODUCTORES AGRARIOS	PUESTO
CESÁREO FARRÁN ABÓN	H-16B
JUAN HERRERA GÓMEZ	H-18AB
HORTALIZAS BAZAN, S.A.T.	H-19B
MANUEL FRAILE MARTÍN y TIRSO FRAILE MARTÍN	H-20AB
VERDURAS FLOR DEL DUERO C.B.	H-21AB
HORTALIZAS HERMANOS CASADO	H-23A
MUÑOZ VAL S.L.	H-23B
CARLOS GARCÍA IGLESIAS	H-25A
LUIS JAVIER ALONSO MUÑOZ	H-25B
ANDRÉS MARCOS MARTÍN	H-31A
M <sup>a</sup> ISABEL DEL HOYO GARCÍA	H-31B
GONZÁLEZ Y VERGARA, C.B.	H-33AB
JESÚS ANTOLÍN GARCÍA	H-35A
CIPRIANO PÉREZ CANO, MANUEL ÁLAMO DE LA FUENTE VÍCTOR CORRAL LARA y JOSÉ MUÑOZ MUÑOZ	H-35B H-41B
JUAN ANTONIO CABERO ARIAS	C-1
OTROS USOS	PUESTO
FÉLIX GÓMEZ VARA (Central Compras)	H-12AB
LUIS MATÉ RODRIGO (Central Compras)	H-22AB
AHOVA (Asociación Hortelanos) (Frío de Conservación)	H-27AB, H-29AB
CAPEFRUIT 2010 S.L. (Central Compras)	L-1, L-3
DA SILVA GASTRONOMÍA (Repostería)	L-2



# MERCADO CENTRAL DE PESCADOS



## EMPRESA

## PUESTO

PESCADOS M. GARCÍA, S.L.

P-2

ARIAS CAL, S.L.

P-4

MERCAFISH 2012 S.L.

P-5, P-8, P-10

ARGO-FISH, S.L.

P-6

MARTÍNEZ DE QUEL S.L.

P-7, P-9, P-11

PESCADOS CARLOS BLANCO S.L.

P-12

ALBAOLID 2009, S.L.

P-13

PESCAPASAJES, S.A.

P-14

ALBAOLID 2009, S.L.

P-15

AZUL MAR, S.L.

P-16

FELIX CASADO, S.L.

P-18

PESCADOS ENRIQUE S.L.

P-20, P-22

# SERVICIOS A LA ATENCIÓN DEL USUARIO (LOCALES)

EMPRESA	PUESTO	
VALCARCE	ESTACIÓN DE SERVICIO	
RESTAURANTE "IBALOR-2"	NAVE DE FRUTAS	Restauración
HIELOLID-1	AP-1,2	Fábrica de hielo
MERCAGESTIÓN	E-1	Gestoría
CAFETERIA "LA LONJA"	E-5	Restauración
CAJA DUERO	E-6	Entidad Financiera
RECUPERACIONES OLID MERCA S.L.	E-8	Gestión cargas / Alquiler de carretillas
FRAIKIN ALQUILER DE VEHÍCULOS S.A.	C-2	Alquiler de vehículos
TRANSPORTES HNOS. MUÑOZ DEL RÍO	C-4,5	Agencia de transportes
EMBALAJES CASTELLANOS S.L.	C-6,7,8	Envases y embalajes
ÁREA DE FORMACIÓN	ÁREA ADMINISTRATIVA MERCAOLID	



# Z.A.C ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

## CASH & CARRY

DIA	MZ-1, MZ-3
COMERCO (DIGASA)	PZ-15 a PZ-26

## MADURACIÓN DE PLÁTANOS

ÁNGEL VACA S.L.	MZ-2, MZ-4
PLAVASA	MZ-6, MZ-8
MC PLÁTANOS	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-21
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.	MZ-19'
FRUTAS ROMERO	MZ-24, SC-5
FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.	SC-1
FRUTAS TERRADOS S.L.	SC-2-3
FRUTAS CAMARÓN S.L.	SC-4
MARKO MARKET / PATATAS NIETO	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, AP-11, AP-12 Y AF-23

## CÁRNICAS

CASTELLANA DE CARNES, S.A.	MZ-13, MZ-14, MZ-15
MARTÍN & GEIJO, S.L.	PZ-1, PZ-8, PZ-10, PZ-12
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
CARNICOEXPERIENCIAS S.L.U.	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

CONGELADOS EL MAR	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-23
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



# **MEMORIA**MERCAOLID**2017**





**MEMORIA  
MERCAOLID**