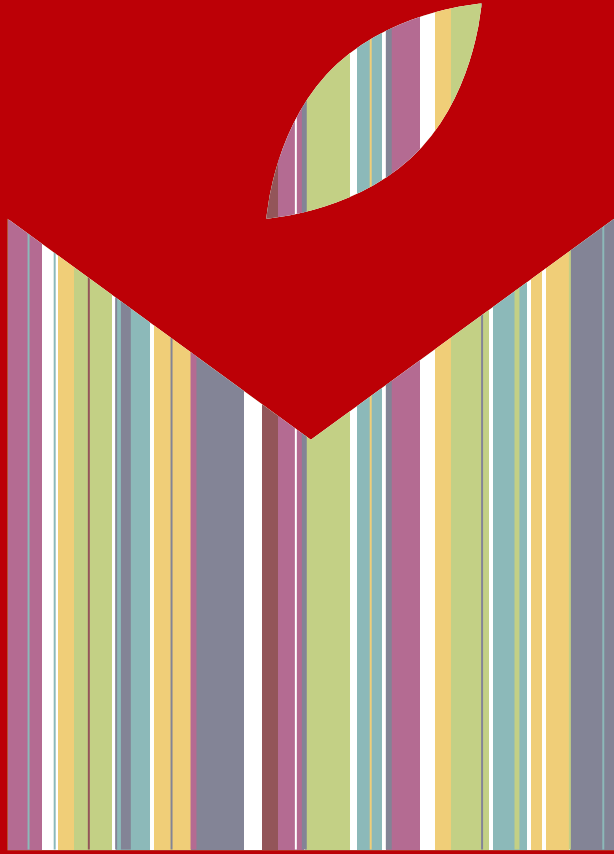




MEMORIA 2013



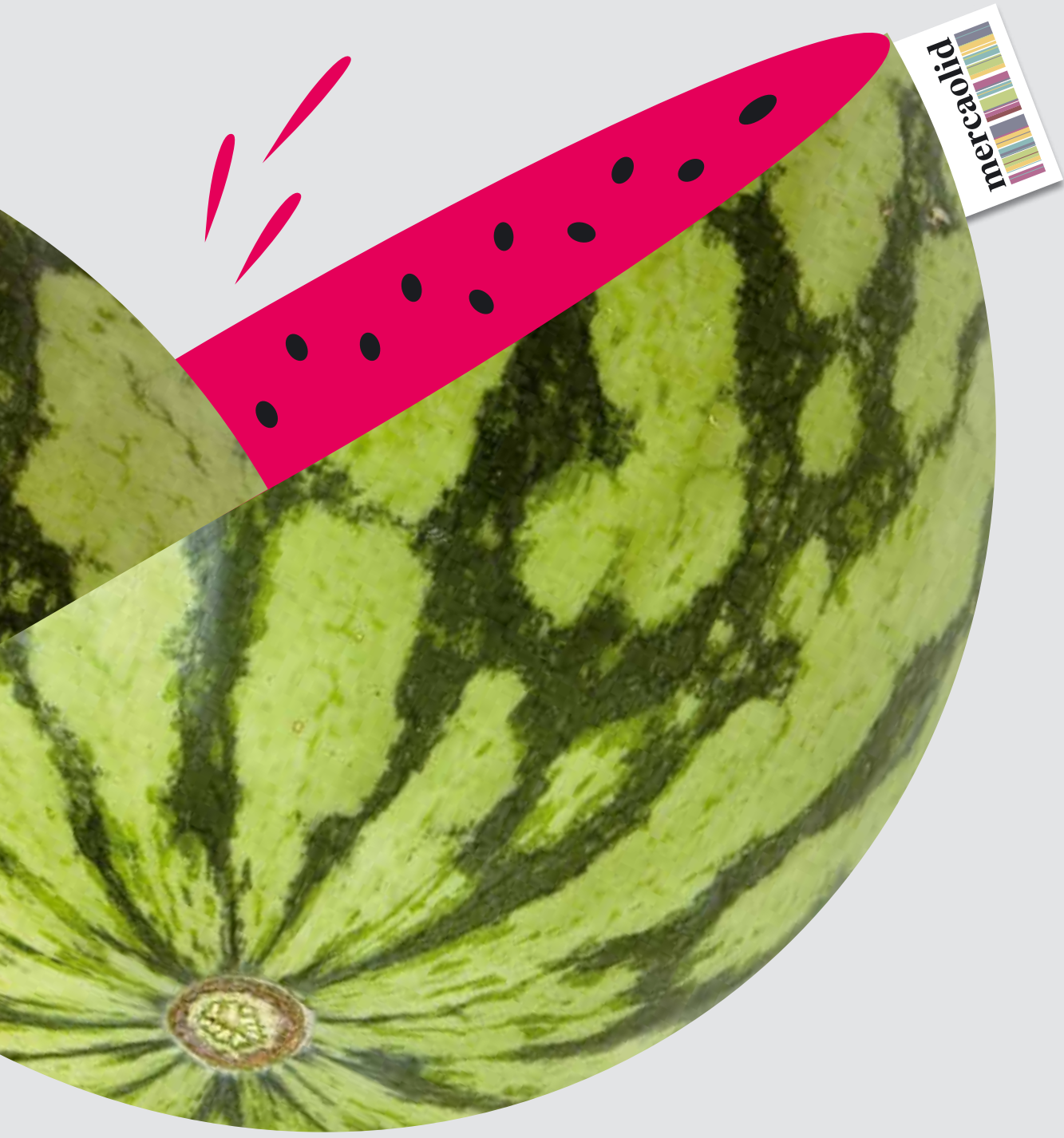
mercaolid



2013

MEMORIA





EDITA

mercaolid

Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A.

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

T] 983 360 880 / F] 983 360 349

mercaolid@mercaolid.es | www.mercaolid.es

el mercado mayorista de Castilla y León



135
EMPRESAS
al SERVICIO
del PROFESIONAL y la RESTAURACIÓN

Avda. del Euro, 24
Valladolid - 983 360 880

www.mercaolid.es



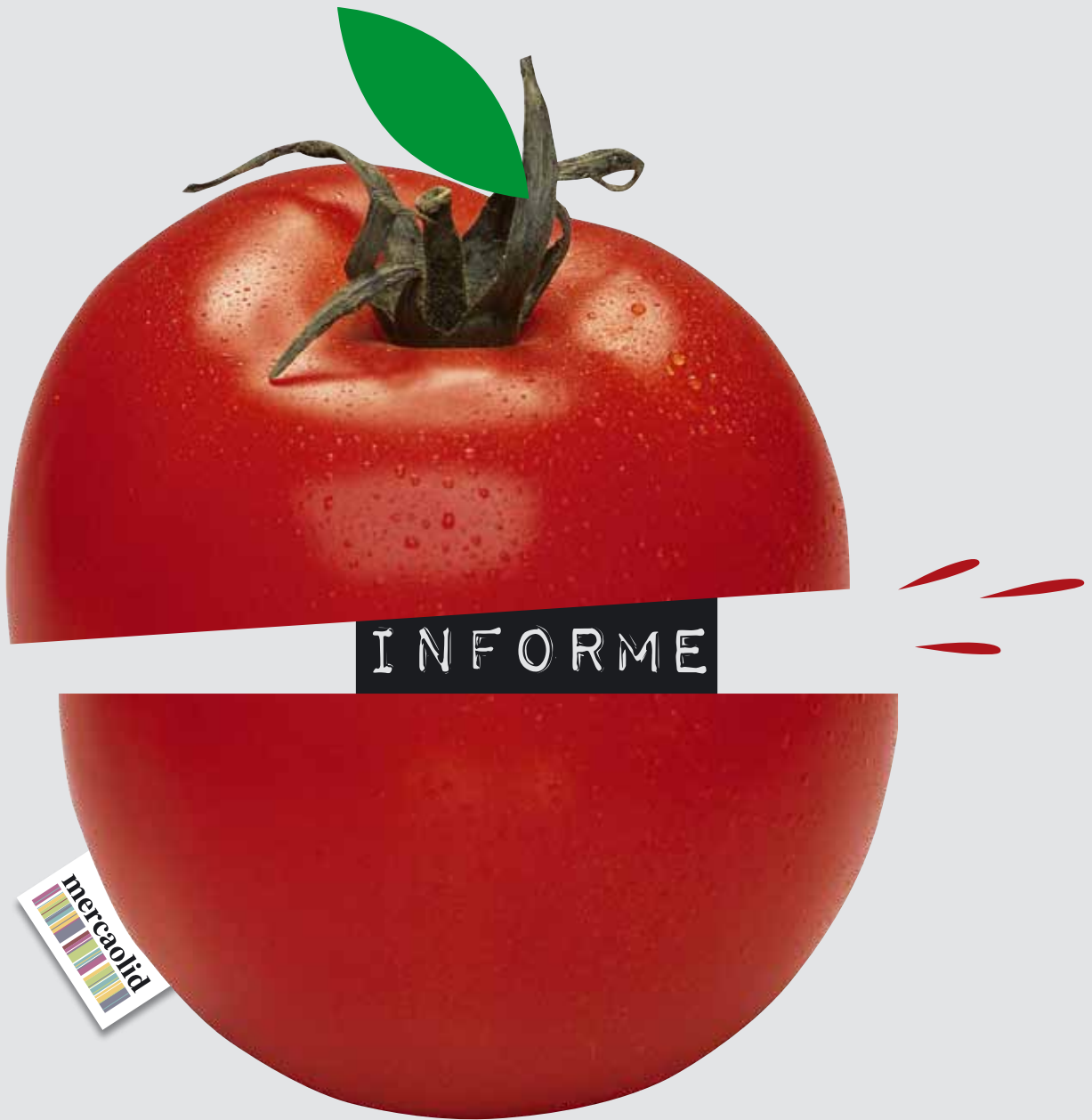


ÍNDICE

0010	<u>INFORME</u>
0013	<u>ACCIONISTAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO</u>
0015	<u>MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS</u>
0025	<u>MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS</u>
0035	<u>ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS</u>
0041	<u>SERVICIOS Y ACTIVIDADES</u>
0049	<u>COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS</u>
0057	<u>LISTADO DE EMPRESAS</u>







CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

La heterogeneidad y contraste que reflejan los datos del año 2013 en la distribución alimentaria nos obligan a una interpretación cautelosa, además de dificultar una proyección de futuro de su comportamiento.

Nadie pone en duda que la salida de la crisis del sector pasa por una recuperación del consumo privado. Tras una primera fase del año 2013 con datos cargados de negatividad, el último trimestre registró una cierta recuperación.

A pesar de que el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) refleje datos mejores del Índice de Confianza del Consumidor respecto al año anterior, lo cierto es que todavía la apreciación de los consumidores, tanto de la economía como de las expectativas de futuro es baja, con casi 30 puntos por debajo de la que puede considerarse como una valoración positiva u óptima.

Tras cinco años de crisis económica la situación de vulnerabilidad en el sector de la distribución alimentaria española ha crecido notablemente. Situación que se pone de manifiesto claramente en polígonos alimentarios como son las Unidades Alimentarias.

Aunque los datos facilitados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y los proporcionados por las principales consultoras ponen de relieve una paralización de los registros negativos de años anteriores, no se puede olvidar que la crisis económica ha modificado sustancialmente los hábitos de los españoles respecto al consumo alimentario.

Esta alteración de los hábitos de consumo se ha puesto de manifiesto en los últimos años en los siguientes comportamientos:

- Una caída en el gasto y consumo alimentario en general y especialmente en el ámbito extradoméstico, produciéndose el denominado efecto “vuelta a la madriguera”.
- Una creciente racionalidad en el acto de compra, con un aumento medio del tiempo dedicado a la misma, con un incremento de los actos de compra, y con una reducción del valor medio del ticket de compra.
- Una hipersensibilidad del consumidor al incremento de los precios de los productos, con el desarrollo de actitudes favorables al ahorro para controlar el gasto. Los datos estadísticos confirman esta tendencia, ya que casi el 70% de los consumidores españoles declara consumir exclusivamente productos básicos; se ha incrementado la tasa de infidelidad al formato o tipo de establecimiento en función del mejor precio; hay un aumento de la búsqueda de la promoción u oferta; y finalmente nos hemos convertido en un país con una alta tasa de aceptación de la MMDD o marca blanca.

En síntesis más del 60% de los consumidores españoles confirman haber alterado los hábitos de consumo desde el comienzo de la crisis económica.

Lo cierto es que esas tendencias no cambian de la noche al día sino que los cambios tienden a mantenerse en el tiempo. Reflexión indispensable para cualquier planificación empresarial.

Llegado a este punto y de cara al diseño de cualquier planificación empresarial, cabe preguntarse qué sucederá en los próximos años en el sector del consumo alimentario. Un importante número de especialistas nos proporcionan una serie de claves sobre esos cambios de futuro:

- a. El mercado alimentario seguirá muy polarizado, concurriendo distintos formatos para atender a una fuerte heterogeneidad y diversidad de consumidores.
- b. Aparecerán nuevos nichos de consumo y demanda específicas que deben ser contempladas como oportunidades por los operadores del sector (productos saludables, producto local... etc).
- c. Será necesario una creciente colaboración entre los agentes que intervienen en los canales de distribución que garantice un equilibrio y sostenibilidad de todos ellos.
- d. El mantenimiento de una cuota importante de los productos frescos o perecederos en la cesta de la compra.
- e. El desarrollo de estrategias mixtas de venta, no exclusivamente centradas en precio o servicio.
- f. Frente a la fuerte competencia de la denominada distribución organizada, el comercio especializado deberá replantearse la base de la oferta y dar respuesta a las necesidades del nuevo consumidor.
- g. La permanencia de un mercado alimentario con fuertes dosis de saturación y competencia y con un problema añadido de crecimiento vegetativo poblacional negativo que provocará un análisis minucioso y conservador en las políticas de los operadores comerciales.

A estas nuevas tendencias tendrán que hacer frente los agentes u operadores presentes en las Unidades Alimentarias así como los equipos gestores de las mismas.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS ASENTADAS EN MERCAOLID EN EL 2013

Como hemos venido exponiendo, los dos últimos años han sido especialmente complicados en líneas generales para el sector de la distribución de base alimentaria en España.

Como no podía ser de otra manera, la actividad comercial del año 2013 de las empresas que operan en MERCAOLID refleja la dureza del contexto socioeconómico que vivimos. No obstante lo anterior, al cierre de la presente memoria se detectan mejores índices en el primer semestre del 2014 respecto al 2013.

De forma similar al año anterior los diversos sectores presentes en MERCAOLID tuvieron volúmenes de comercialización y facturación similares a los de años anteriores a excepción del sector mayorista de productos pesqueros que volvió a registrar un descenso de actividad significativo.

El sector de productos hortofrutícolas registró en conjunto un descenso del 1,87% del volumen comercializado respecto al año 2012. Por el contrario registraron incrementos los precios medios ponderados, tanto de los productos pertenecientes a la familia de frutas (+3,03%) y de las verduras y hortalizas (+1,94%) y finalmente de las patatas (+2,12%).

En este sector debemos destacar el incremento de actividad más que notable del sector madurador-comercializador del plátano, ya que aumentó su volumen de comercialización un 27,80% como consecuencia del incremento de relaciones comerciales por parte de algunas empresas tanto con cadenas de supermercados como con otros operadores mayoristas de la región.

Por el contrario el sector de productores agrarios volvió a registrar descensos de comercialización equivalentes al 6,70% respecto al año anterior.

El sector empresarial relacionado con los productos pesqueros registró en su conjunto un descenso de los volúmenes comercializados equivalente al -5,75% respecto al año 2012.

Las empresas mayoristas asentadas en el Mercado Central de Pescados en conjunto reflejaron un descenso del -3,98% en géneros comercializados respecto al año anterior. Pero sin lugar a dudas las empresas que registran mayores descensos son las plataformas de distribución de productos congelados asentados en la ZAC.

Finalmente debemos destacar como excepción el incremento de actividad de todas las salas de manipulación y transformación de productos pesqueros así como las de cocción de cefalópodos.

Finalmente las empresas asentadas en la Zona de Actividades Complementarias registraron un incremento de volúmenes comercializados equivalente al +5,96%. Debiendo destacar el incremento de actividad del sector cárnico, equivalente al +3,12% como consecuencia del fuerte incremento de actividad de algunas salas de despiece de productos cárnicos.

La Sociedad siendo consciente de la compleja situación a la que se enfrentan las empresas asentadas en MERCAOLID, ha adoptado una serie de decisiones de apoyo a los diversos colectivos, con el consiguiente esfuerzo económico, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Prorrogar la medida de congelación de rentas que expiraba en julio de 2014.
- Constitución de Comisiones Mixtas con las diversas Asociaciones para el estudio y adopción de otras medidas de apoyo.
- Ampliación de los horarios de algunos mercados.
- Diseño de campañas de promoción de marca de calidad vinculada a los productos comercializados en MERCAOLID.
- Reconversión de espacios comerciales en zonas destinadas a nuevos usos.
- Apoyo económico para proyectos de reforma y mejora de instalaciones.

A pesar del cierre de las instalaciones de algunas empresas a lo largo de los dos últimos años, el ritmo de reposición de operadores así como la ocupación de nuevos espacios por parte de operadores preexistentes nos permite tener un grado de ocupación de instalaciones muy elevado que en el caso de la Zona de Actividades Complementarias es del 100% y en el del sector hortofrutícola del casi el 100%. La única excepción la representa el sector de productos pesqueros donde se ha producido un mayor nivel de cierres y un menor nivel de reposición de operadores. Situación que deberá ser analizada cautelosamente máxime si la situación tiene vocación de permanencia.

Finalmente es destacable la consolidación del sector cárnico en MERCOALID a través de la incorporación de importantes operadores a nivel nacional, así como por la expansión o crecimiento de actividad e instalaciones de otras empresas que ya venían operando en la Unidad Alimentaria.

ESTADOS FINANCIEROS

Sin que en ningún momento se hayan relajado sus obligaciones como prestataria de un servicio público, la Sociedad presenta unos resultados más que satisfactorios ya que los beneficios antes de impuestos correspondientes al ejercicio 2013 alcanzan la cifra de 1.015.900.-€, que suponen un incremento del 40,63% respecto al año anterior.

No obstante lo anterior, dicho resultado es debido a la importante entrada de ingresos extraordinarios que han provocado un resultado muy positivo. Obviados dichos ingresos extraordinarios la Sociedad hubiera tenido unos resultados que se hubieran movido en parámetros similares a los de años anteriores.

Es destacable también, en el contexto expuesto anteriormente, el incremento de gasto en partidas de mantenimiento preventivo de instalaciones (cubiertas, pasillos, muelles, suelos... etc) así como de mejora en las instalaciones de frío y de estructuras comerciales de un gran número de operadores de la Unidad Alimentaria.

Finalmente son reseñables, como en años anteriores, dos fortalezas de la Sociedad cual son su bajo grado de endeudamiento y el más que aceptable estado de su tesorería que permiten contemplar con optimismo el futuro inmediato de la sociedad y su capacidad para asumir nuevos proyectos.

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

ACCIONISTAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO

ACCIONARIADO

Excmo. Ayuntamiento de Valladolid	51%
Promotora Vallisoletana de Mercados	49%
Empresas Mayoristas	24,50%
Grupo de Negocios Duero	14,06%
Inverduero	10,44%

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente

Jesús Enríquez Tauler

Consejeros

Ayuntamiento de Valladolid

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

Promotora Vallisoletana de Mercados, S.A.

Justiniano Gutiérrez Prieto (Cons. Delegado)
Luis Alfonso Arias
Representante Caja Duero
Patricio Llorente Muñoz

Secretario

Valentín Merino Estrada

Asesoría Jurídica

Ángel Mingo Hidalgo

Asesoría Técnica

Juan Carlos Rodríguez Aguado
Rafael Salgado Gimeno

EQUIPO DIRECTIVO

Director-Gerente

Javier Pastor Antolín

Director Económico-Financiero

Pelayo Tribiño Fernández

Director de Seguridad y Riesgos Laborales

José Andrés Herranz Zurro

Director de Instalaciones

Eduardo Caballero Caballero

Responsable de Administración

Eva Raquel Capellán Moral

Control de Calidad

M^a Victoria Ruiz Moreno

SERVICIOS SUBCONTRATADOS O CONVENIOS

Seguridad y Vigilancia: GRUPO NORTE SOLUCIONES SEGURIDAD S.A.

Limpieza: EULEN, S.A.

Mantenimiento instalaciones: EULEN, S.A.

Mantenimiento de redes: F.C.C.

Punto limpio: EUROPAC RECICLA S.A.U.

Área de formación: MARSDIGITAL, S.L.

ASOCIACIONES

EMPRESARIALES DE LOS SECTORES QUE OPERAN EN MERCAOLID

ASEZAC (Asociación de Empresas de la Z.A.C. de MERCAOLID)

Responsable: D. José González López

COPROMAR (Asociación de Comerciantes Mayoristas de Productos del Mar de Valladolid)

Responsable: D. Manuel Redondo Alvaredo

ASOCIACIÓN DE MAYORISTAS DE FRUTAS (ASOFRUMER)

Responsable: D. Luís Mato González

A.H.O.V.A. (Asociación de Hortelanos de Valladolid)

Responsable: D. Carlos García Revenga



MERCADO CENTRAL DE





FRUTAS Y HORTALIZAS



LOS MIÉRCOLES **X** LA TARDE
Abrimos la fruta



mercaolid
Unión Agraria de Castilla y León

LA MAYOR
OFERTA DE
**Fruta y
Hortalizas**
DE CASTILLA
Y LEÓN

MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS

SITUACIÓN DEL SECTOR

El sector hortofrutícola se ha perfilado como uno de los subsectores claves dentro del sector agroalimentario español, pese a la grave situación de crisis económica que atraviesa nuestro país. La profesionalización de los operadores que intervienen en la cadena, una mejora en la calidad y controles sanitarios y la positiva evolución de la exportación ponen en valor a un sector que aún debe enfrentarse a grandes retos para ser más competitivo.

Nadie puede dudar de su carácter estratégico en la economía española, tanto si tenemos en consideración su capacidad de generación de empleo, unos 450.000 trabajadores directos e indirectos, como en términos de valor, ya que la producción de frutas y hortalizas en España representa el 40% del valor de producción total agraria y más del 50% de la producción vegetal final, lo que significa que por sí sola supone más que la suma de todos los grandes cultivos como el olivar, el viñedo y los cereales.

Por otro lado, los datos de exportación siguen siendo francamente favorables tanto en cantidades como en facturación. Resultados que ponen en evidencia la capacidad del sector para mantener su actividad en un entorno de fuerte recesión económica.

En este contexto, las estrategias de los diversos operadores siguen siendo diferente, mientras algunos avanzan hacia la fórmula de la concentración, otras avanzan por la vía de la especialización e introducción de productos de mayor valor.

Para conseguir mayor competitividad, modernización e internacionalización, muchas compañías y las mismas administraciones públicas coinciden en la idea de favorecer fórmulas de concentración, que potencien la creación de fuertes grupos comercializadores de base cooperativa. Con dicha finalidad se aprobó la Ley de fomento de la integración cooperativa y otras entidades asociativas de carácter agroalimentario. Ley que pretende mejorar la comercialización en origen y reducir los efectos negativos de un sector productor excesivamente atomizado frente a un

sector de la distribución cada vez más concentrado. Curiosamente en la actualidad ninguna cooperativa española se encuentra en el ranking de las veinticinco más grandes de la Unión Europea.

No obstante lo anterior, y siguiendo la pauta de la concentración han empezado a aparecer grandes grupos en el Levante y el Sudeste de España.

Otros grandes grupos han preferido seguir la táctica del desarrollo de acuerdos comerciales productor-distribuidor para mejorar la comercialización de producto y aprovechar diversas sinergias. En definitiva nos queda por ver muchas experiencias en esta materia.

Por lo que a comercialización en destino se refiere, las unidades alimentarias han experimentado un cierto retroceso tanto en volumen como en valor respecto a los años anteriores. No obstante lo anterior son interesantes las experiencias de algunos operadores asentados en las mismas a través del desarrollo de acuerdos de colaboración e integración con origen, que les permite alcanzar mayores niveles de competitividad. Asimismo cada vez más grupos de la moderna distribución empiezan a revalorizar el papel de auténticos especialistas y know how de algunos operadores mayoristas a la hora de resolverles el problema de garantizar un permanente suministro sin necesidad de montar costosas estructuras de aprovisionamiento.

Por lo que a consumo se refiere, según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, el consumo de productos hortofrutícolas descendió en conjunto un -0,4% respecto al 2012. Destacando el descenso de la familia de frutas en un -2,2% y creciendo por el contrario el consumo de hortalizas un 1,8% y el de patatas en un 1,9%.

Por el contrario se incrementó el gasto en el consumo doméstico en un 4,4% respecto al 2012. Creciendo el gasto de frutas en un 3,6% y el de hortalizas un 1,7%.

Los productos hortofrutícolas siguen siendo los que mayor volumen ocupan en la cesta de la compra (28,3%), representando el 17,2% del gasto.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN EL AÑO 2013

En el contexto económico complicado del año 2013, la actividad comercializadora del sector hortofrutícola en MERCAOLID registró un descenso del 1,87% respecto al año anterior, alcanzando un volumen total comercializado de 116.080Tm.

Por el contrario registraron incrementos las cotizaciones medias de la totalidad de subfamilias. Las frutas incrementaron sus precios medios ponderados en un 3,03%, las verduras y hortalizas en 1,94% y las patatas en un 2,12%.

Del conjunto de productos comercializados, el 58,76% correspondieron a frutas, que tuvieron una disminución del 0,89%; el 32,44% fueron hortalizas con una disminución del 2,97%; y finalmente el 8,80% fueron patatas, con un descenso del 4,18% respecto al 2012.

A lo largo del año se han ido reabsorbiendo las paradas libres por los propios operadores del mercado, de forma que se ha ido intensificando el proceso de concentración de empresas así como la ratio de metros cuadrados ocupados por empresa. Asimismo y como consecuencia de la desaparición de ciertas empresas mayoristas que se movían en parámetros comerciales marginales, se han ido acortando las diferencias por volúmenes comercializados entre las empresas, lo que proporciona una estructura de empresas más homogénea. El grado de ocupación en el Mercado Central de Frutas está próximo al 100%

Por segundo año consecutivo volvió a crecer de forma muy notable la actividad comercial del sector madurador del plátano. En concreto incrementó su volumen de entradas un 26,73% respecto al año anterior. Este incremento se ha debido a la apertura de líneas de negocio con ciertas plataformas de cadenas de supermercados importantes y al creciente suministro de plátano para otros operadores mayoristas de la región o regiones limítrofes.

La creciente importancia de la comercialización del producto en óptimas condiciones ha provocado que en los últimos años se hayan acometido importantes inversiones por parte de las empresas. En este sentido en el año 2013 se acometieron importantes esfuerzos inversores en climatización de espacios comerciales e incremento de la dotación de frío para almacenamiento. Concretamente se ha superado ya la ratio del 50% de la totalidad del espacio comercial en espacio climatizado o refrigerado del Mercado Central de Frutas.

Al igual que años anteriores también se incrementó la actividad de las centrales de compra de algunas cadenas detallistas que operan en la provincia. Acometiéndose a lo largo del 2013 y 2014 importantes inversiones en ampliación de instalaciones y climatización por parte de alguna de ellas.

En un contexto de destrucción de la estructura mayorista en provincias limítrofes y de vocación de MERCAOLID como mercado regional se acordó, a propuesta de las Asociaciones Mayoristas, la ampliación de los horarios las tardes de los miércoles con la finalidad de ofrecer servicios a compradores de otras provincias. La medida entrará en funcionamiento a mediados de 2014, para posteriormente evaluar su resultado.

Por lo que a productos comercializados se refiere y en el caso de las frutas solo son reseñables los siguientes aspectos:

- Un importante incremento de la comercialización del plátano.
- Un mejor comportamiento de los cítricos respecto al año 2012, creciendo las naranjas (1,83%) y las mandarinas (2,17%).
- Un buen comportamiento de la campaña de fresa, tanto en volúmenes como en precios.
- En general un peor comportamiento de la fruta de hueso con excepción de la nectarina (+2,32%) y de la cereza (+2,17%).
- Peores registros de entradas de frutas de semilla, destacando la menor entrada de manzana de importación respecto a otros años, por razón de precio.
- Y finalmente un peor registro de entradas de producto exótico, en especial piña y kiwi por razones de precio. Rompiéndose una constante de crecimiento de estos productos en los últimos años.

Entre los productos pertenecientes a las hortalizas, casi todos los productos registran descensos. Constituyendo la excepción productos muy populares como la cebolla, zanahorias, coliflor, repollo y tomate.

Mención aparte merece el buen comportamiento de la entrada de judía verde debido a la existencia de un operador-importador que ha incrementado notablemente su actividad de venta, tanto como proveedor de cadena como en parada. Asimismo merece resaltar el buen comportamiento de la familia de setas debido al comportamiento excepcional de algunas setas de otoño, en especial el níscolo.

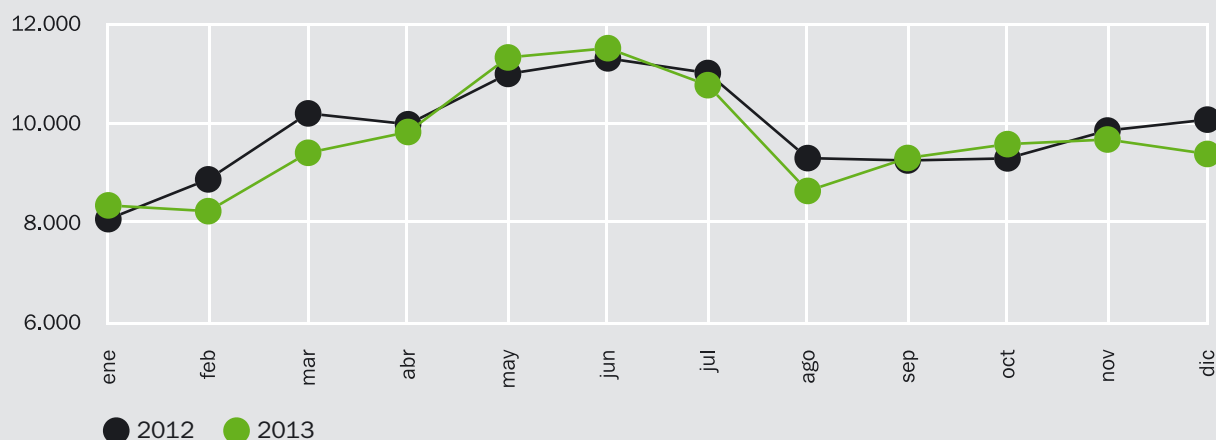
Finalmente debemos resaltar el descenso de la patata comercializada. Situación compensada con la existencia de cotizaciones medias más altas del producto.

Por lo que a la tipología de operadores se refiere, el 80,01% de los productos fue comercializado por empresas mayoristas del Mercado Central, el 13,63% por operadores de la ZAC y el 6,36 por productores. Este último colectivo sigue perdiendo cuota año tras año, en concreto un -6,70% respecto al año anterior.

En dicho contexto la Sociedad ha procedido a la remodelación de parte de la Nave de Productores para el desarrollo de actividades de manipulación y transformación que ya han sido ocupadas por operadores diversos.



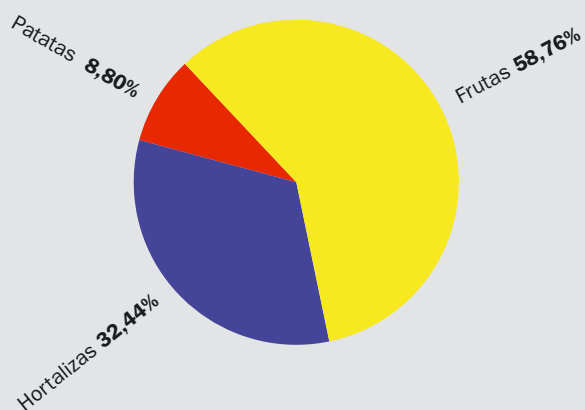
MOVIMIENTO MENSUAL DE TONELADAS COMERCIALIZADAS 2013



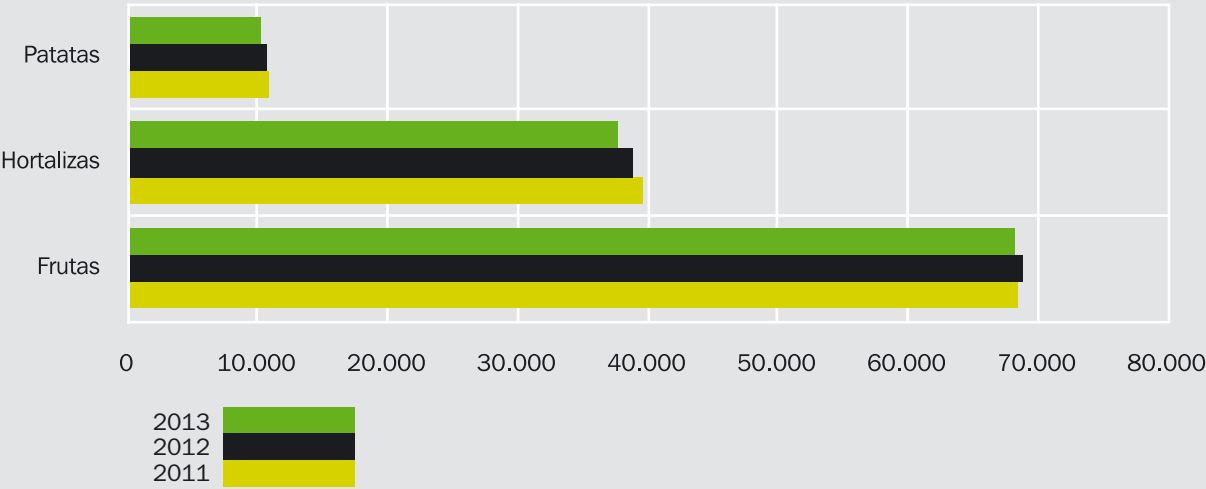
COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS (KG) 2013

	2013	2012	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC. ANUAL
ENERO	8.357.794	8.081.651	276.143	3,42	7,20%
FEBRERO	8.241.715	8.880.353	-638.638	-7,19	7,10%
MARZO	9.414.127	10.205.665	-791.538	-7,76	8,11%
ABRIL	9.832.017	9.987.655	-155.638	-1,56	8,47%
MAYO	11.329.456	10.998.603	330.853	3,01	9,76%
JUNIO	11.515.184	11.311.125	204.059	1,80	9,92%
JULIO	10.772.268	11.016.387	-244.119	-2,22	9,28%
AGOSTO	8.647.995	9.307.362	-659.367	-7,08	7,45%
SEPTIEMBRE	9.309.655	9.260.126	49.529	0,53	8,02%
OCTUBRE	9.588.247	9.301.978	286.269	3,08	8,26%
NOVIEMBRE	9.681.113	9.861.191	-180.078	-1,83	8,34%
DICIEMBRE	9.390.911	10.080.457	-689.546	-6,84	8,09%
TOTAL	116.080.482	118.292.553	-2.212.071	-1,87	100,00%

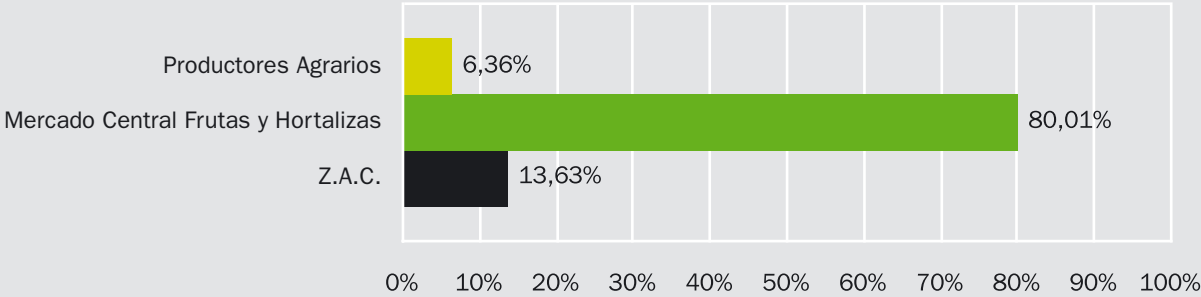
COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2013



EVOLUCIÓN COMERCIAL (TM) POR FAMILIAS 2011-2013



COMERCIALIZACIÓN POR TIPOLOGÍA DE OPERADOR 2013



FRUTAS MÁS COMERCIALIZADAS 2013 (KG)

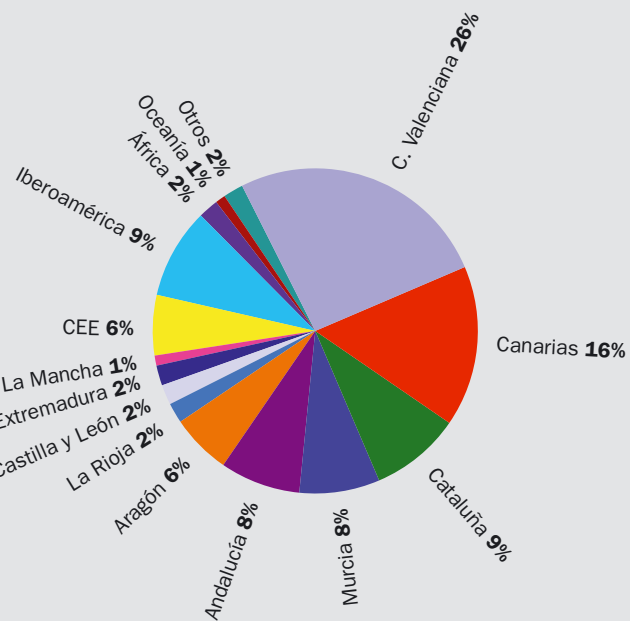
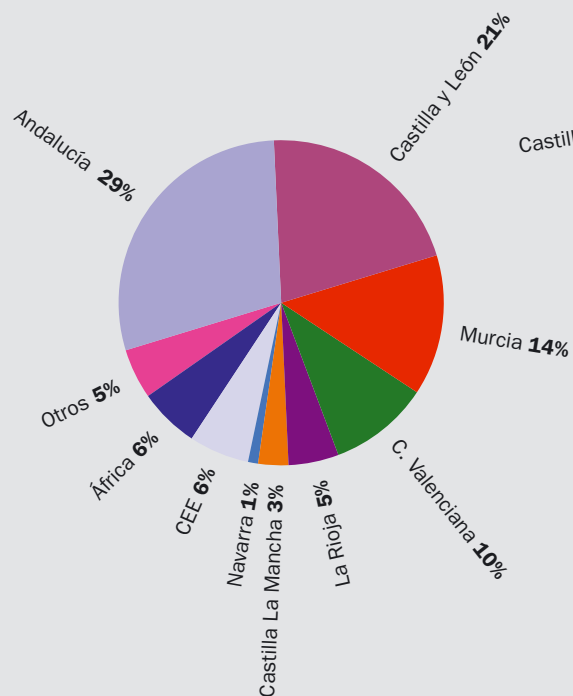
PRODUCTOS	2013	2012	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
NARANJAS	15.520.917	15.241.989	1,83%	22,75%
PLÁTANOS	13.226.072	10.349.039	27,80%	19,39%
MANZANAS	5.508.230	5.929.203	-7,10%	8,08%
MANDARINAS	4.758.874	4.657.800	2,17%	6,98%
MELOCOTONES	4.679.841	4.766.593	-1,82%	6,86%
MELONES	4.338.215	4.388.685	-1,15%	6,36%
PERAS	4.083.257	4.305.417	-5,16%	5,99%
SANDÍAS	3.908.636	3.854.671	1,40%	5,73%
FRESA / FRESÓN	3.746.898	3.673.069	2,01%	5,49%
KIWIS	2.344.865	2.421.881	-3,18%	3,44%
NECTARINAS	1.431.922	1.399.455	2,32%	2,10%
PIÑAS	1.416.352	1.691.167	-16,25%	2,08%
LIMONES	1.398.621	1.455.381	-3,90%	2,05%
CEREZAS	1.180.109	1.155.045	2,17%	1,73%
UVAS	1.107.682	1.098.891	0,80%	1,62%
CIRUELAS	869.254	897.804	-3,18%	1,27%

HORTALIZAS MÁS COMERCIALIZADAS 2013 (KG)

PRODUCTOS	2013	2012	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
TOMATES	10.247.448	10.178.236	0,68%	21,41%
PATATAS	10.212.648	10.658.159	-4,18%	21,33%
LECHUGAS	6.009.586	6.205.686	-3,16%	12,55%
CEBOLLAS	4.425.982	4.244.325	4,28%	9,25%
PIMIENTOS	3.223.409	3.251.371	-0,86%	6,73%
ZANAHORIAS	2.620.809	2.523.649	3,85%	5,47%
COLIFLORES	1.832.306	1.776.695	3,13%	3,83%
JUDÍAS VERDES	1.617.930	1.573.097	2,85%	3,38%
CALABACINES	1.567.006	1.601.437	-2,15%	3,27%
CHAMPIÑONES/SETAS	1.291.598	1.119.236	15,40%	2,70%
PUERROS	1.247.784	1.259.116	-0,90%	2,61%
PEPINOS	1.171.325	1.222.422	-4,18%	2,45%
COLES-REPOLLOS	944.205	924.785	2,10%	1,97%
ACELGAS	814.250	832.396	-2,18%	1,70%
ALCACHOFAS	780.529	689.452	13,21%	1,63%

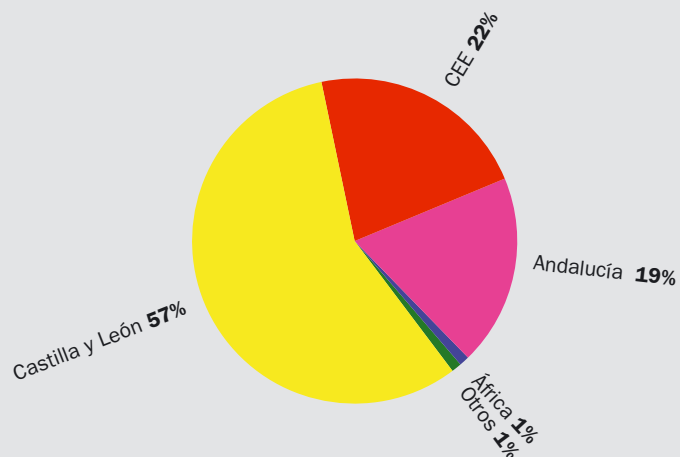
PROCEDENCIAS 2013

PROCEDENCIA DE FRUTAS (%)

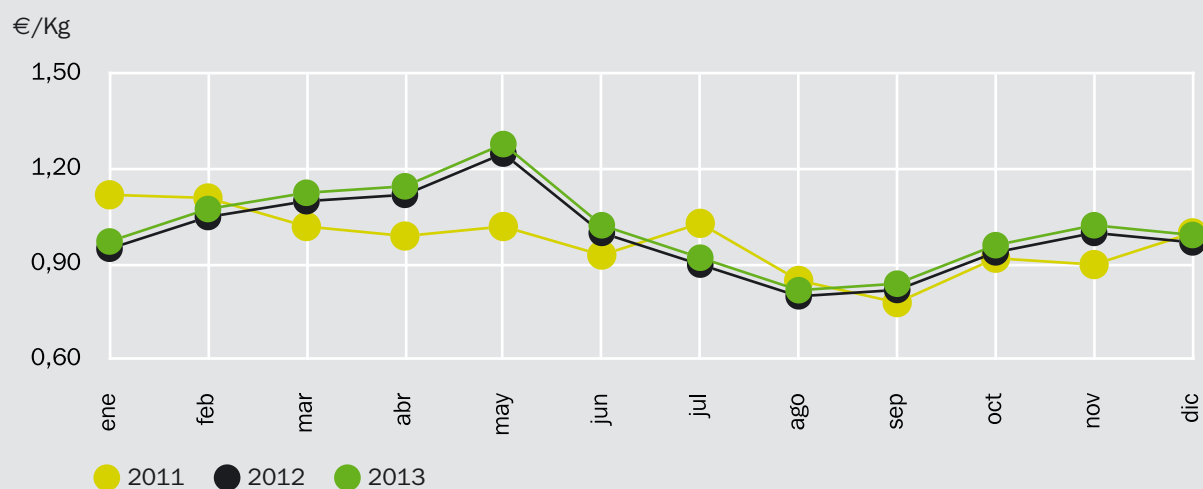


PROCEDENCIA DE HORTALIZAS (%)

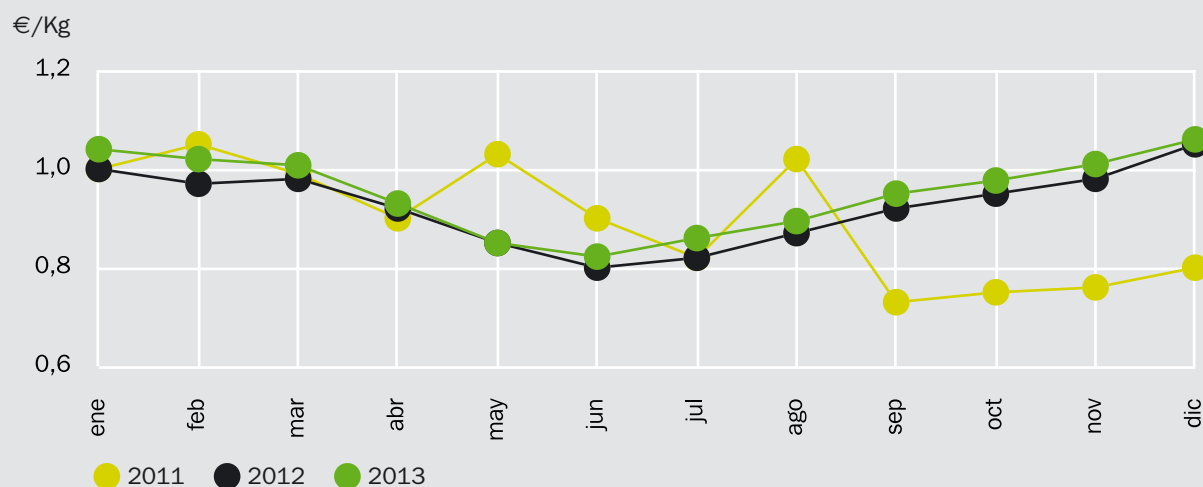
PROCEDENCIA DE PATATAS (%)



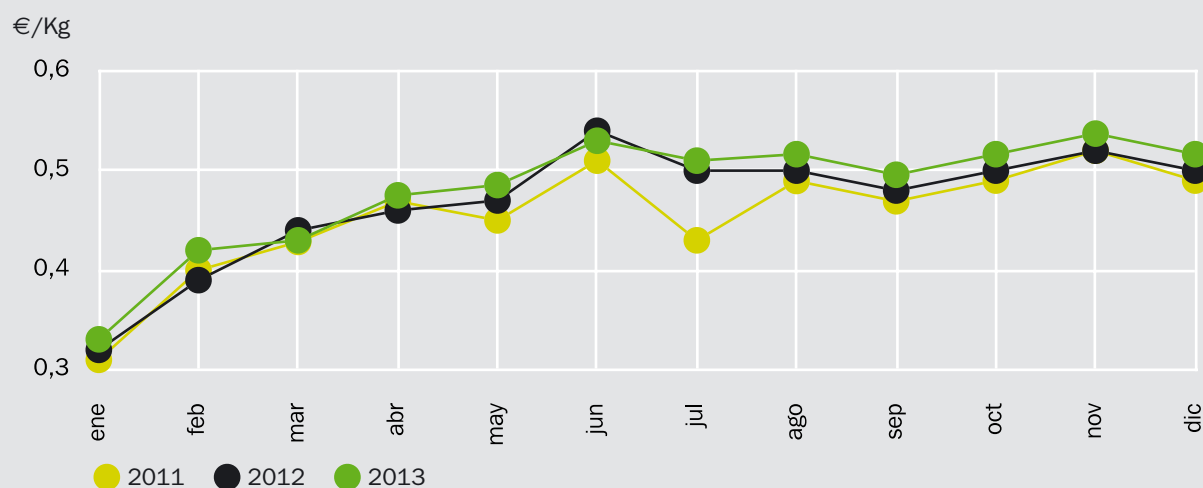
PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE FRUTAS 2011-2013

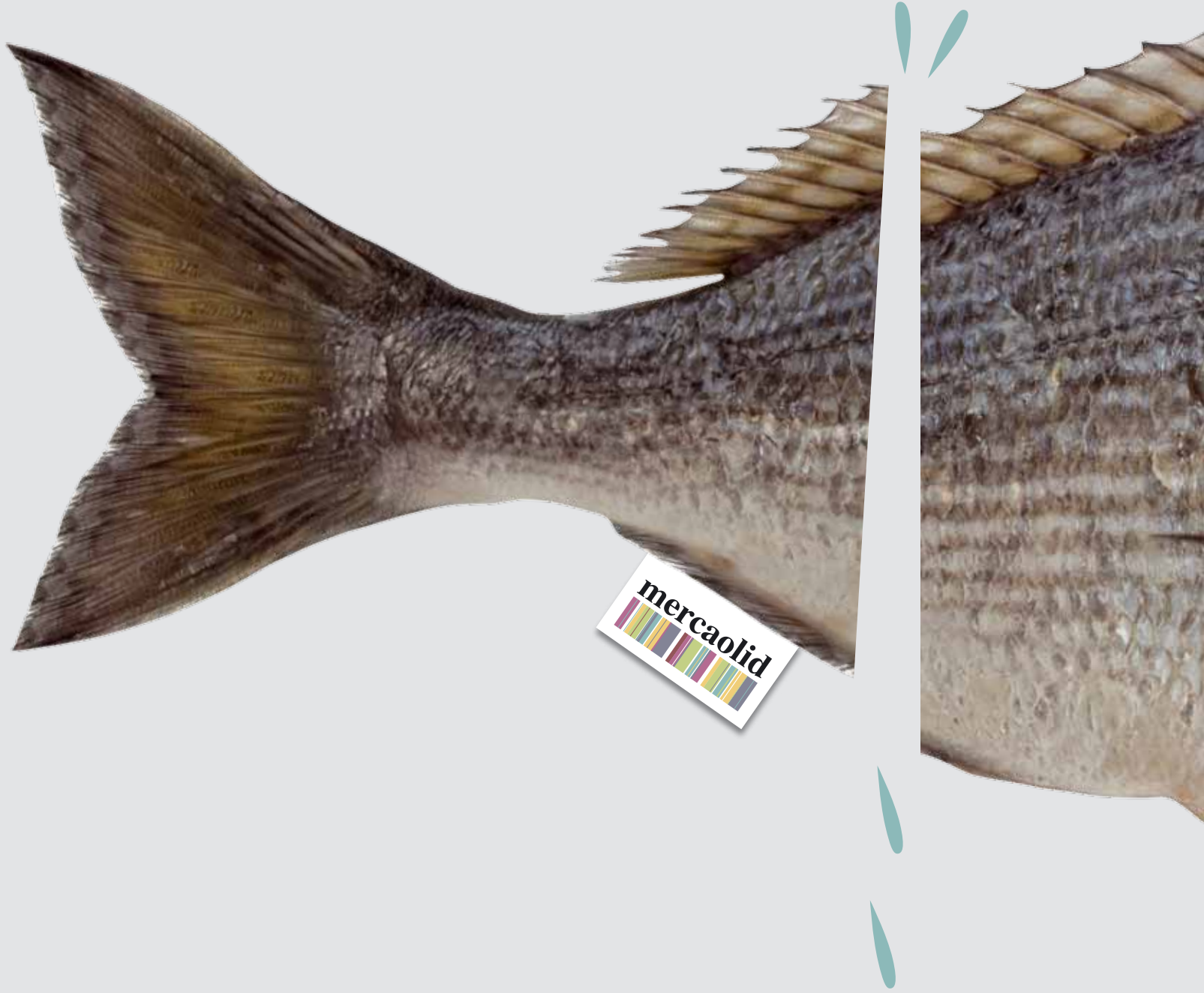


PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE HORTALIZAS Y VERDURAS 2011-2013



PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PATATAS 2011-2013







MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS





MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS

INTRODUCCIÓN

El consumo de productos pesqueros entre la población española se ha visto alterada sustancialmente en los últimos años.

Estos cambios se han confirmado de forma clara desde el año 2007, fecha de los primeros atisbos de inicio de ciclo de crisis económica. Desde dicho año se produce un giro importante respecto al crecimiento sostenido en el consumo de productos pesqueros que se venía produciendo desde el año 1987.

La crisis ha producido tres efectos claros, en lo que a consumo de productos pesqueros se refiere:

- Reducción del consumo y el gasto de productos pesqueros per cápita.
- Reducción del consumo extracomunitario de forma especialmente significativa.
- Modificación sustancial de las cuotas de los diversos formatos de venta con una pérdida de casi 8 puntos porcentuales del establecimiento especializado a favor del supermercado.

En concreto, en el año 2007 el gasto de productos del mar representaba el 14,1% del total de recursos dedicados a la cesta de alimentación. En el 2012, este porcentaje se reduce hasta el 13,1%.

En los últimos cinco años, se ha pasado de una demanda per cápita de 30,1Kg. en pescado hasta los 26,4 kg.

Asimismo desciende el consumo y gasto de casi todas las subfamilias de productos con excepción de las conservas y del producto congelado en la primera fase de la crisis.

No obstante lo anterior, el consumo de productos pesqueros en los hogares no se ha visto excesivamente penalizado por efecto de la crisis como podía esperarse y como demuestran los estudios sobre consumo. En esta situación sin lugar a dudas han influido factores de variada naturaleza:

- El buen comportamiento en el consumo de conservas y una cierta estabilización del consumo

de mariscos.

- Masivas importaciones de productos a bajos precios.
- El descenso de los precios de los productos pesqueros frescos.
- El descenso masivo del consumo extracomunitario.
- El extraordinario comportamiento de algunas pesquerías de productos muy populares.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE MERCAOLID

En los resultados correspondientes al ejercicio 2013 del sector de productos pesqueros de MERCAOLID sin lugar a dudas han influido los factores expuestos anteriormente, a los que hay que añadir las serias dificultades de algunas empresas que han llevado a su desaparición, y la reducida actividad comercial de alguna de las plataformas de productos congelados que operan en MERCAOLID, pertenecientes a importantes grupos de empresas del sector.

El sector empresarial de productos pesqueros de MERCAOLID, en su conjunto comercializó un total de 17.563 Tm, lo que representó un descenso porcentual del 5,74% respecto al año anterior. Descenso casi similar al del año anterior y siendo el tercer año consecutivo con descensos significativos de entradas.

Las estadísticas tienen especial transcendencia si tenemos en consideración que en los tres últimos años dicho sector ha registrado un descenso conjunto del 16,95% del volumen comercializado.

Desglosado por áreas de actividad, las empresas asentadas en el Mercado Central de Pescados registraron un descenso conjunto del 3,98% de su actividad comercial respecto al año anterior. Pero donde se reflejan índices de descenso mayores son por parte de las empresas asentadas en la ZAC, que tienen descensos conjuntos del 10,32% respecto al 2012. No obstante lo anterior entre las empresas de la ZAC es conveniente discernir entre las salas de elaboración y las centrales de compra de cadenas de



supermercados que no solo mantienen su actividad, sino que la han incrementado de forma significativa respecto a años anteriores. Por el contrario los principales descensos se detectan en las plataformas o almacenes distribuidores de productos congelados.

Por lo que a cotizaciones medias se refieren, fueron algo inferiores a las del año anterior. Registrándose descensos en los precios medios ponderados por segundo año consecutivo, tanto en producto fresco como congelado aunque algo menores en este último tipo de productos.

El precio medio ponderado de los productos frescos quedó establecido en 8,82 €/kg, con una disminución moderada del 0,22% respecto al año pasado.

Los productos congelados tuvieron un precio medio ponderado de 7,47 €/Kg, quedándose en parámetros prácticamente similares a los del año pasado.

Debemos catalogar el año 2013 como un año complicado en lo que a la estructura empresarial del Mercado Central de Pescados se refiere. A esta calificación llegamos por la confluencia de factores de diversa naturaleza acumulados en los últimos años:

- No reposición del tejido minorista destruido en los últimos años.
- Reducción de la demanda media de géneros por parte del sector detallista tradicional, debido al crecimiento de cuota comercial de las cadenas de supermercados y la reducción en el consumo per cápita de pescados de la población española.
- Reducción generalizada de márgenes comerciales por parte de las empresas mayoristas, empujadas por una política de mantener cuota a base de precio.
- Situaciones sistemáticas de desajustes de oferta y demanda que no ayudan a un razonable equilibrio de márgenes comerciales.
- Un incremento notable de la morosidad y retraso de pagos, con el consiguiente problema de tensión de tesorería para las empresas mayoristas.
- El escaso nivel de relaciones comerciales con las nuevas formas de distribución comercial por parte de las empresas mayoristas.

Todos estos factores, y alguno más que no mencionamos en este apartado, han confluído en una destrucción o eliminación de tejido empresarial, en especial de aquellas empresas que se movían en niveles marginales de comercialización. Situación que se ha acentuado en el primer semestre del 2014 y que es muy extendida en la mayoría de Mercas de la geografía española.

Ante esta situación la Sociedad está analizando posibles soluciones que siempre irían encaminadas a conseguir un reequilibrio de esa estructura comercial y a dar respuesta a nuevas necesidades surgidas en los últimos años.

PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Del volumen total de géneros comercializados por el sector, el 58,90% correspondieron a pescados frescos, registrando un descenso del 5,06% respecto al año anterior. Los mariscos y moluscos frescos representaron el 16,61% del volumen total de géneros, con un descenso del 4,28% respecto al 2012.

Finalmente, los que registraron mayor descenso fueron los productos congelados, en concreto un 8,29% inferior al año anterior. Bajando su representatividad conjunta en el sector, que queda en el 24,49%.

Por lo que a productos se refiere, no podemos destacar nada especialmente significativo, registrándose descensos de prácticamente casi todos los pescados frescos con excepción de algunos como el bacalao entre los más populares.

Son significativos los descensos de la subfamilia de merlúcidos y su cierta recuperación de precios frente a campañas absolutamente anormales de años anteriores.

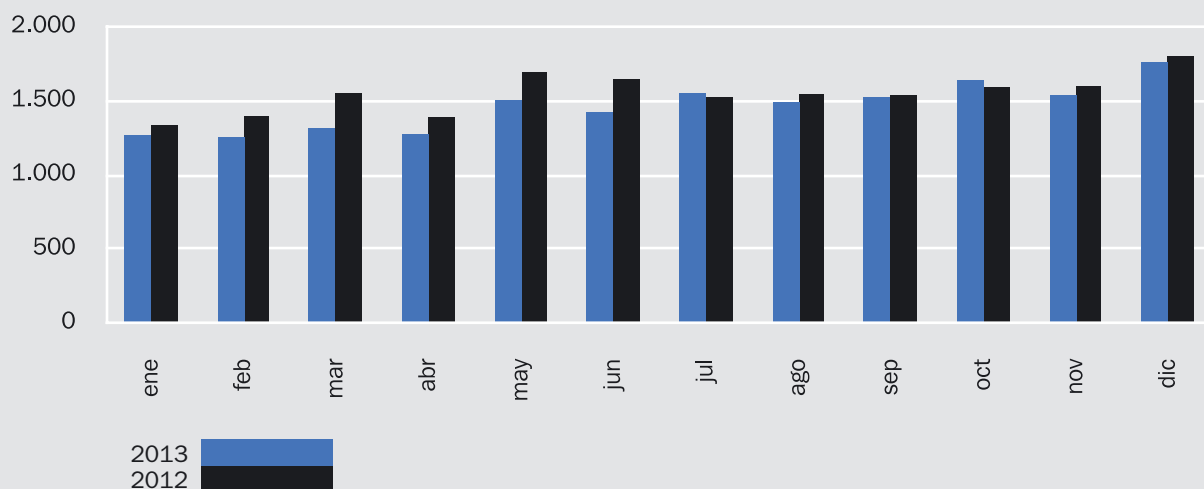
Los mariscos frescos y moluscos registraron también descensos generalizados de entradas aunque de menor importancia que la que registran los productos congelados, entre otras razones por la fuerte competencia que han representado los productos frescos por sus buenos precios a lo largo del año.

No se han producido variaciones significativas en lo que a puntos de aprovisionamiento o procedencias de los productos se refiere.

Llegados a este punto, las empresas mayoristas valoraron positivamente la campaña de Navidad. Situación a la que contribuyó la escasa entrada de géneros, entre otras razones, por problemas climatológicos, que contribuyó al mantenimiento de buenas cotizaciones.

Finalmente hemos de destacar el incremento de producción de elaborados por parte de las salas de manipulación. Incrementos de producción destinados al suministro de empresas de fuera del Mercado e incluso de nuestra capital.

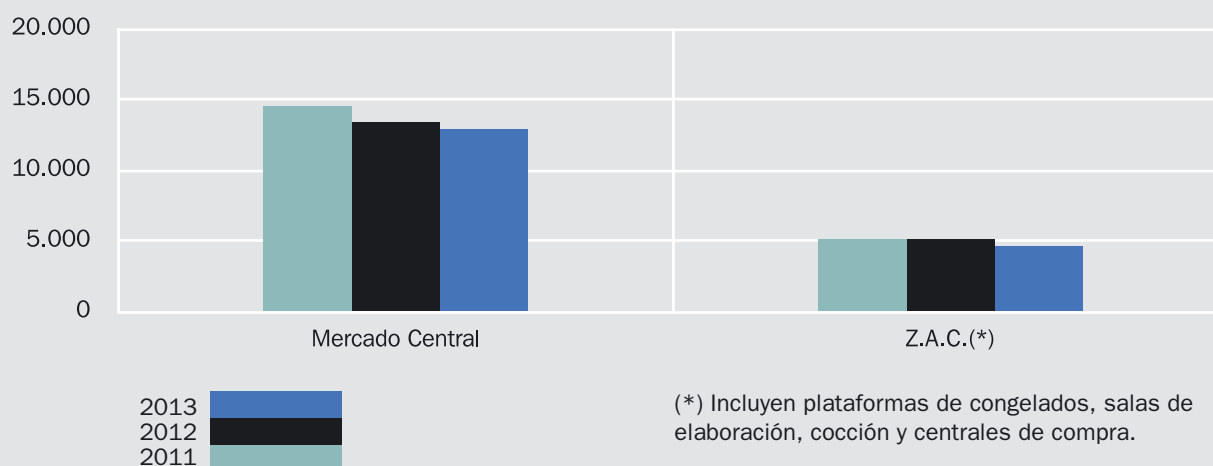
COMPARATIVA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS 2012-2013 (TM)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS (KG) 2013

	2013	2012	DIF. ABSOLUTA	DIF. RELATIVA %	% COMERC. ANUAL
ENERO	1.269.879	1.338.003	-68.124	-5,09%	7,23%
FEBRERO	1.254.697	1.394.110	-139.413	-10,00%	7,14%
MARZO	1.312.997	1.551.436	-238.439	-15,37%	7,48%
ABRIL	1.273.908	1.392.620	-118.712	-8,52%	7,25%
MAYO	1.506.128	1.697.034	-190.906	-11,25%	8,58%
JUNIO	1.425.317	1.648.075	-222.758	-13,52%	8,12%
JULIO	1.554.812	1.528.386	26.426	1,73%	8,85%
AGOSTO	1.492.405	1.543.926	-51.521	-3,34%	8,50%
SEPTIEMBRE	1.528.320	1.541.548	-13.228	-0,86%	8,70%
OCTUBRE	1.640.890	1.595.602	45.288	2,84%	9,34%
NOVIEMBRE	1.538.809	1.602.016	-63.207	-3,95%	8,76%
DICIEMBRE	1.765.206	1.801.766	-36.560	-2,03%	10,05%
TOTAL	17.563.368	18.634.522	-1.071.154	-5,75%	100,00%

EVOLUCIÓN COMERCIAL SECTOR PESCADOS 2011-2013 (KG)



(*) Incluyen plataformas de congelados, salas de elaboración, cocción y centrales de compra.

PRODUCTOS PESQUEROS MÁS COMERCIALIZADOS 2013

PESCADOS FRESCOS (KG)

PRODUCTOS	2013	2012	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
MERLUZA	1.436.876	1.510.911	-4,90%	13,89%
PESCADILLA	1.226.131	1.270.865	-3,52%	11,85%
GALLO	891.471	903.213	-1,30%	8,62%
BOQUERÓN	849.915	905.707	-6,16%	8,22%
DORADA	714.045	730.406	-2,24%	6,90%
LUBINA	713.748	722.490	-1,21%	6,90%
SALMÓN	618.357	651.588	-5,10%	5,98%
CHICHARRO	601.867	628.779	-4,28%	5,82%
SARDINA	582.463	593.865	-1,92%	5,63%
BACALAO	507.459	495.614	2,39%	4,91%
ATÚN - BONITO	492.835	514.710	-4,25%	4,76%
CONGRIO	407.053	438.824	-7,24%	3,94%
BACALADILLA - LIRIO	317.037	333.267	-4,87%	3,06%
TRUCHA	239.348	244.283	-2,02%	2,31%
PALOMETA	175.651	200.423	-12,36%	1,70%

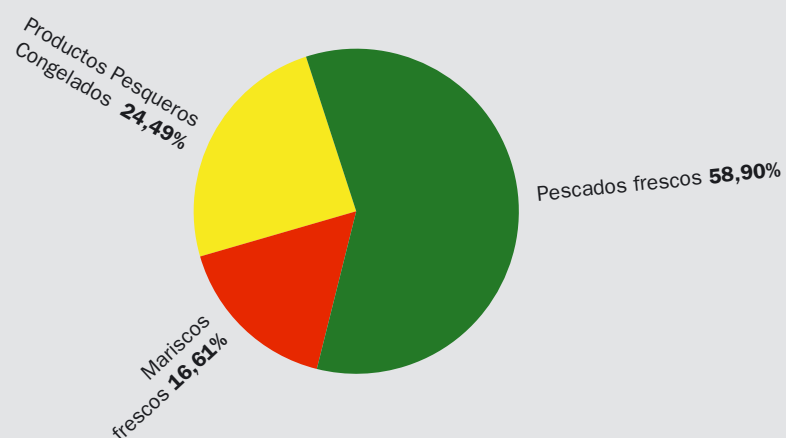
MARISCOS FRESCOS (KG)

PRODUCTOS	2013	2012	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
MEJILLÓN	833.705	860.821	-3,15%	28,57%
CALAMAR	437.169	448.424	-2,51%	14,98%
PULPO	302.791	309.286	-2,10%	10,38%
ALMEJA	292.347	305.483	-4,30%	10,02%
NÉCOR	149.283	155.795	-4,18%	5,12%
GAMBA	138.916	140.717	-1,28%	4,76%
BUEY	112.827	120.400	-6,29%	3,87%
CENTOLLO	64.602	67.859	-4,80%	2,21%
BOGAVANTE	53.636	57.236	-6,29%	1,84%
CHIRLA	43.986	46.364	-5,13%	1,51%
LANGOSTINO	35.804	35.013	2,26%	1,23%
BÍGAR	32.191	34.764	-7,40%	1,10%

CONGELADOS

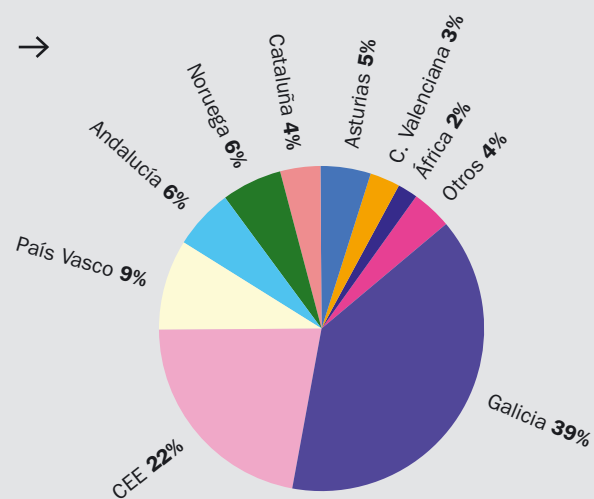
PRODUCTOS	2013	2012	DIFERENCIA RELATIVA(%)	% SOBRE FAMILIA
CALAMAR	825.213	834.813	-1,15%	19,19%
LANGOSTINO	619.156	625.853	-1,07%	14,40%
MERLÚCIDOS	476.310	552.307	-13,76%	11,07%
GAMBA	462.011	493.654	-6,41%	10,74%
PULPO	304.271	303.906	0,12%	7,07%
POTA	190.300	197.817	-3,80%	4,42%
SEPIA	129.661	126.932	2,15%	3,01%
CRUSTÁCEOS	124.571	138.567	-10,10%	2,90%
CHIPIRÓN	101.904	117.415	-13,21%	2,37%

COMERCIALIZACIÓN POR FAMILIAS 2013 (%)

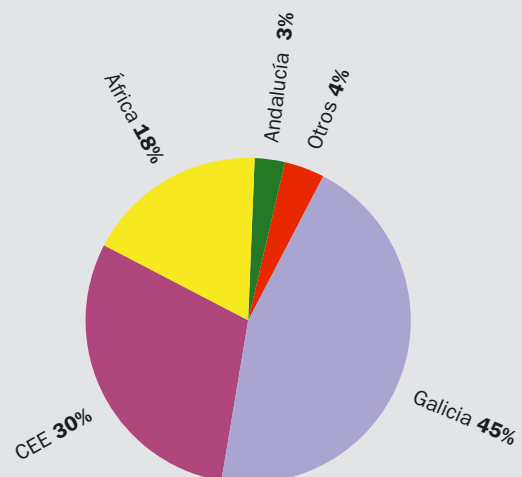


PROCEDENCIA DE PRODUCTOS PESQUEROS 2013

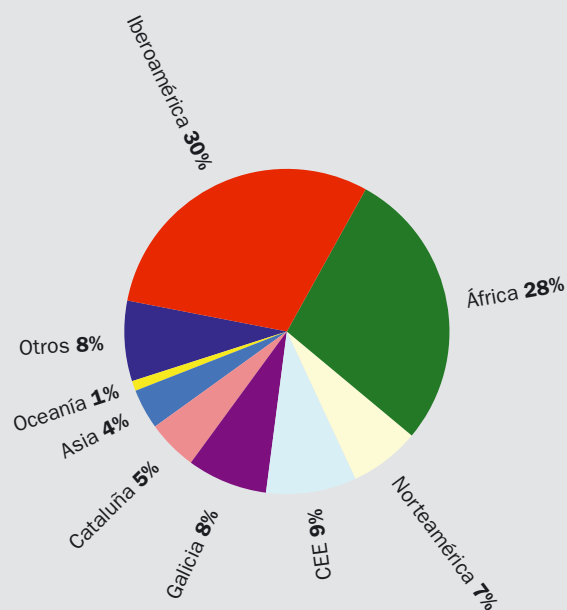
PROCEDENCIAS PESCADOS FRESCOS (%)



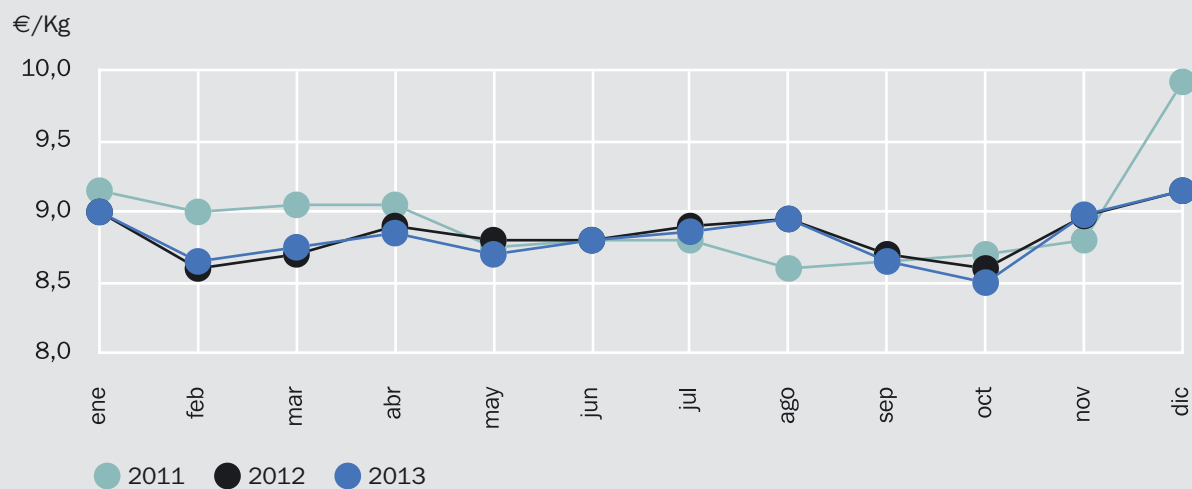
PROCEDENCIAS CONGELADOS (%)



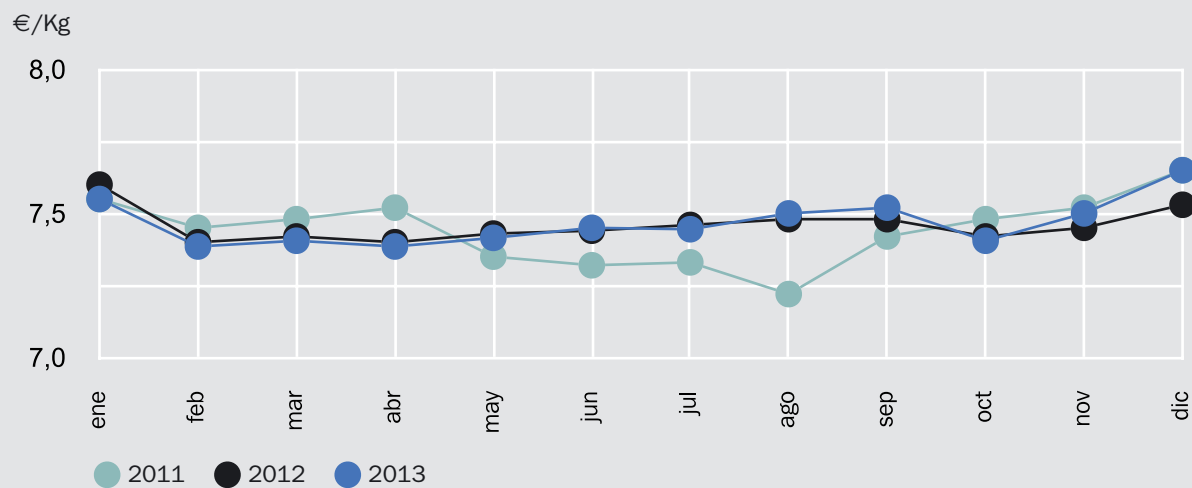
PROCEDENCIAS MARISCOS FRESCOS (%)



PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS 2011-2013



PRECIOS MEDIOS PONDERADOS DE PESCADOS Y MARISCOS CONGELADOS 2011-2013



mercaolid

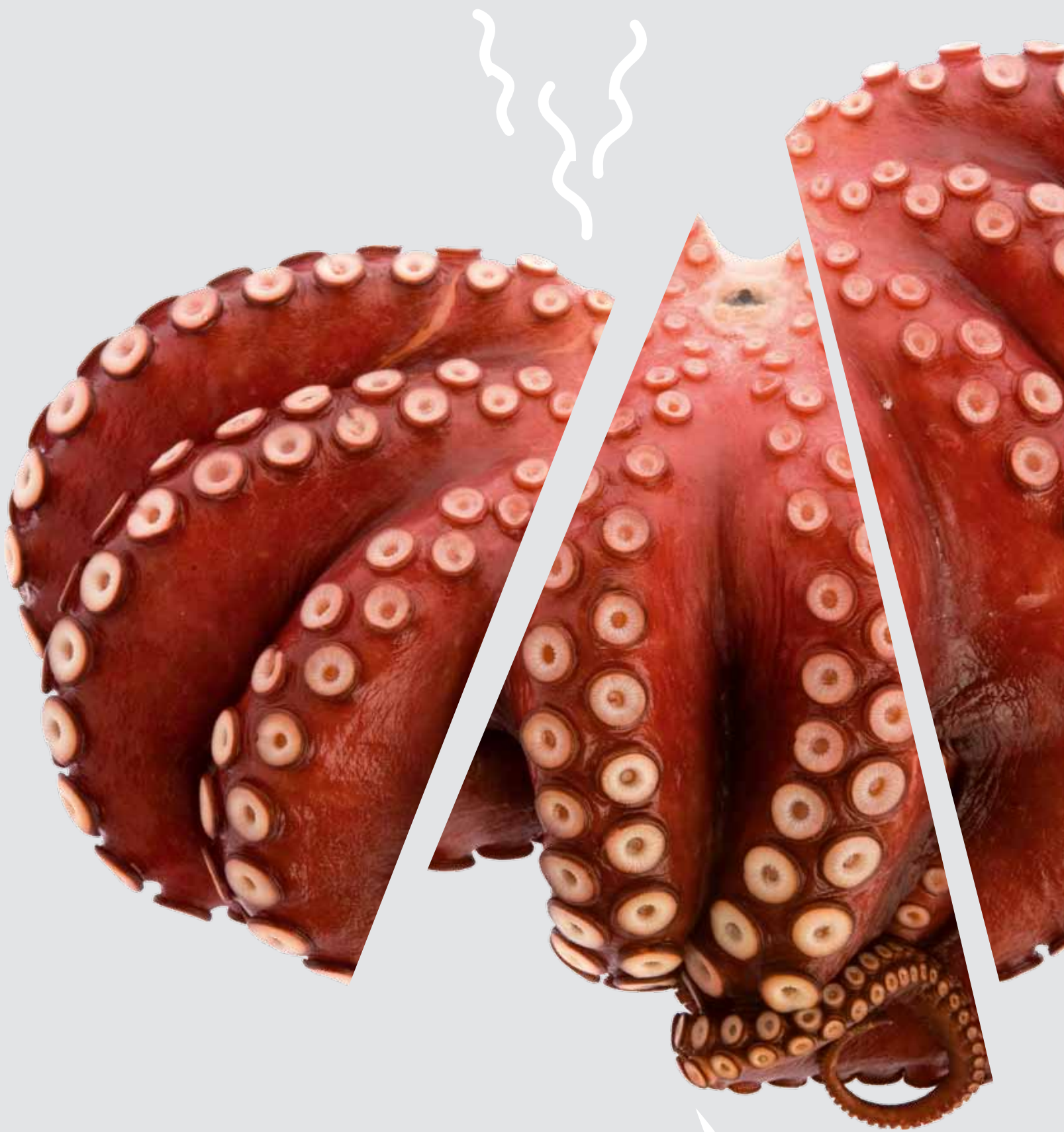
ZONA DE ACTIVIDADES CO

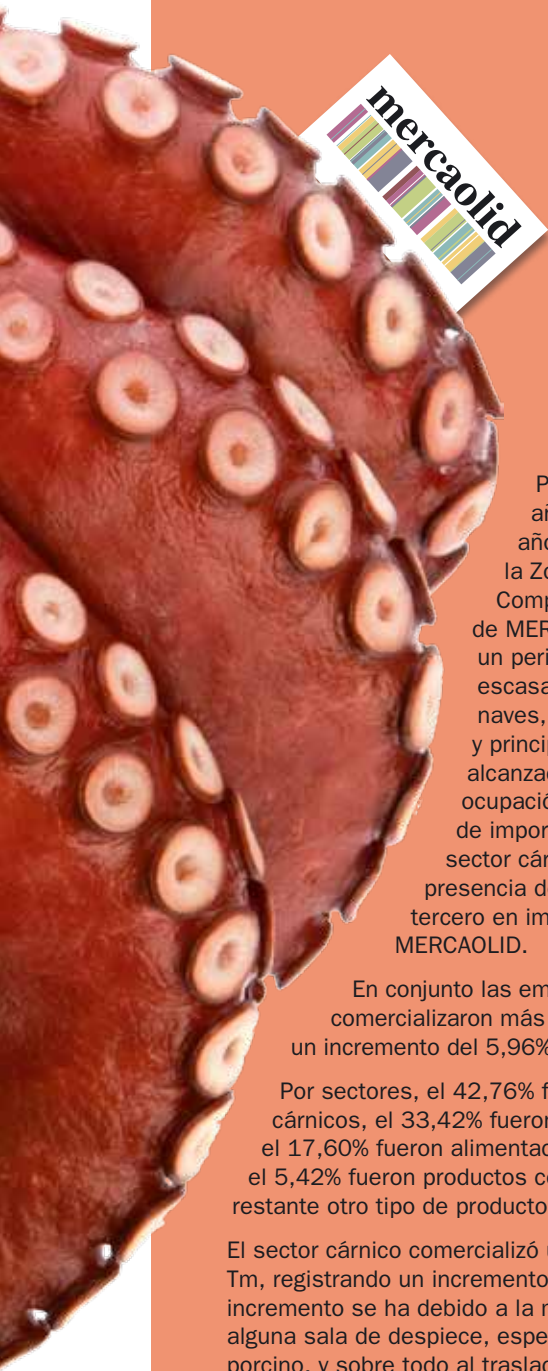




MPLEMENTARIAS







Podríamos definir el año 2013 como un año de consolidación de la Zona de Actividades Complementarias (ZAC) de MERCAOLID ya que tras un periodo de tiempo de escasa actividad de algunas naves, a lo largo del 2013 y principios del 2014 se ha alcanzado un grado total de ocupación con la incorporación de importantes empresas del sector cárnico que fortalecen la presencia de ese sector como el tercero en importancia dentro de MERCAOLID.

En conjunto las empresas de la ZAC comercializaron más de 47.357 Tm., con un incremento del 5,96% respecto al año 2012.

Por sectores, el 42,76% fueron productos cárnicos, el 33,42% fueron frutas y hortalizas, el 17,60% fueron alimentación seca o envasada, el 5,42% fueron productos congelados, y el 0,80% restante otro tipo de productos.

El sector cárnico comercializó un total de 20.248 Tm, registrando un incremento del 3,12%. Este incremento se ha debido a la mayor actividad de alguna sala de despiece, especialmente del sector porcino, y sobre todo al traslado a las instalaciones de MERCAOLID de la totalidad de su actividad de despiece por parte de una importante empresa del sector vacuno.

Para el ejercicio 2014 está prevista la puesta en funcionamiento de una empresa del grupo Vall Companys que fortalecerá los datos conjuntos del sector porcino y avícola.

Dentro del sector cárnico destaca la importancia de la carne de vacuno (64,81%), seguida por orden de entradas de la carne de porcino (25,85%), otros productos cárnicos (4,93%), carne de ave (3,59%) y ovino (0,82%).

Según datos facilitados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente el consumo de productos cárnicos disminuyó en un 0,1% al igual que el gasto en España.

El consumo de carne fresca descendió en los hogares españoles un 0,4%. Destacando el descenso de consumo de vacuno equivalente a un -4,5%, ovino (-1,6%) y pollo (-1,2%). Por el contrario creció el consumo de productos como el cerdo (+0,8%), conejo (+6,3%) y pavo (+9,1%). Datos muy típicos en un contexto de pérdida de disponibilidades de renta para el consumo.

En las salas de despiece de MERCAOLID ha crecido notablemente la entrada de producto cárnico de importación en especial de países de la CEE como Polonia.

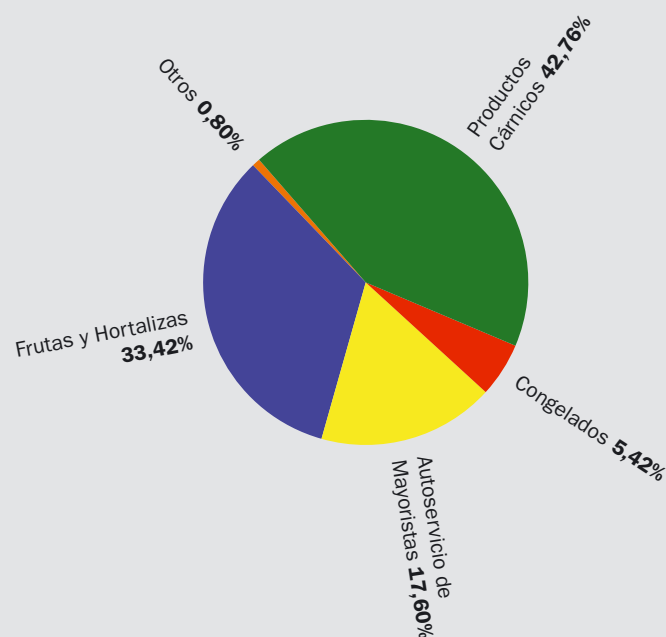
Por lo demás, es reseñable el incremento de la maduración de plátanos por parte de las empresas asentadas en la ZAC como hemos destacado en otras partes del Informe. Incremento que se hará más visible el próximo año como consecuencia de los acuerdos de aprovisionamiento a algunas plataformas de la cadena de supermercados importantes.

Si bien la actividad de la mayoría de empresas de la ZAC ha sido estable o han incrementado su actividad a lo largo del 2013, el único sector con claros descensos ha sido el de las plataformas de productos congelados.

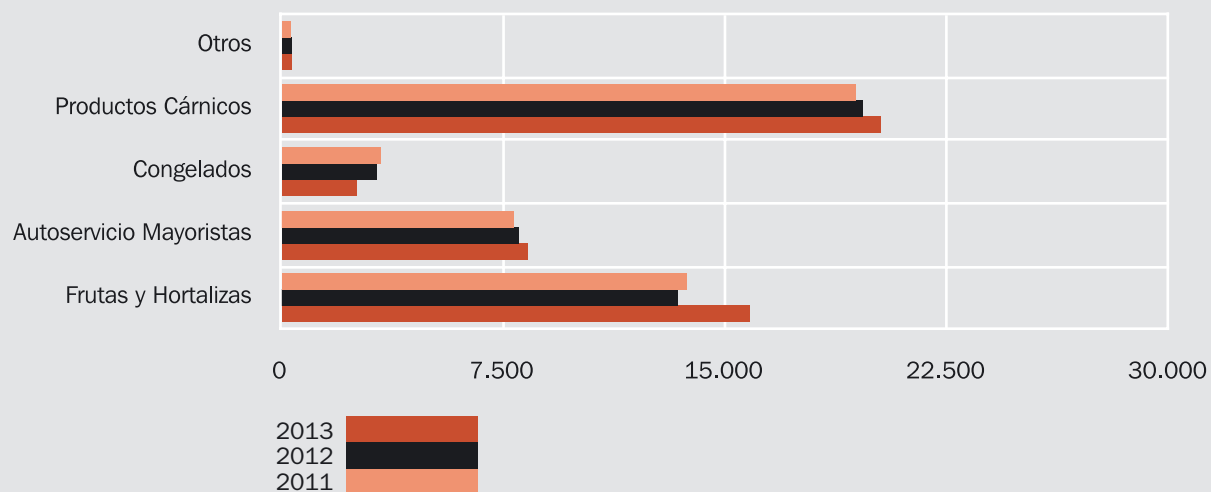
COMERCIALIZACIÓN Z.A.C. 2013 (KG)

PRODUCTOS	2013(KG)	2012(KG)	DIFERENCIA ABSOLUTA	DIFERENCIA RELATIVA (%)	% SOBRE TOTAL
PRODUCTOS CÁRNICOS	20.248.800	19.636.010	612.790	3,12	42,76%
CONGELADOS	2.566.755	3.227.773	-661.018	-20,48	5,42%
AUTOSERVICIO DE MAYORISTAS	8.334.765	8.046.904	287.861	3,58	17,60%
FRUTAS Y HORTALIZAS	15.826.055	13.420.315	2.405.740	17,93	33,42%
OTROS	381.017	362.415	18.602	5,13	0,80%
TOTALES	47.357.392	44.693.417	2.663.975	5,96	100,00%

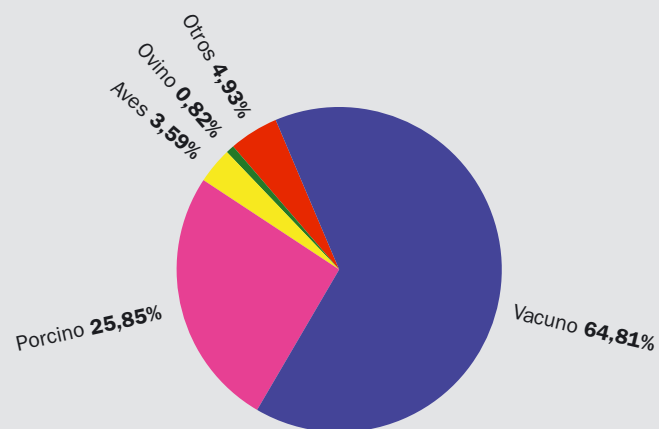
Z.A.C. COMERCIALIZACIÓN 2013 (% SOBRE TOTAL)



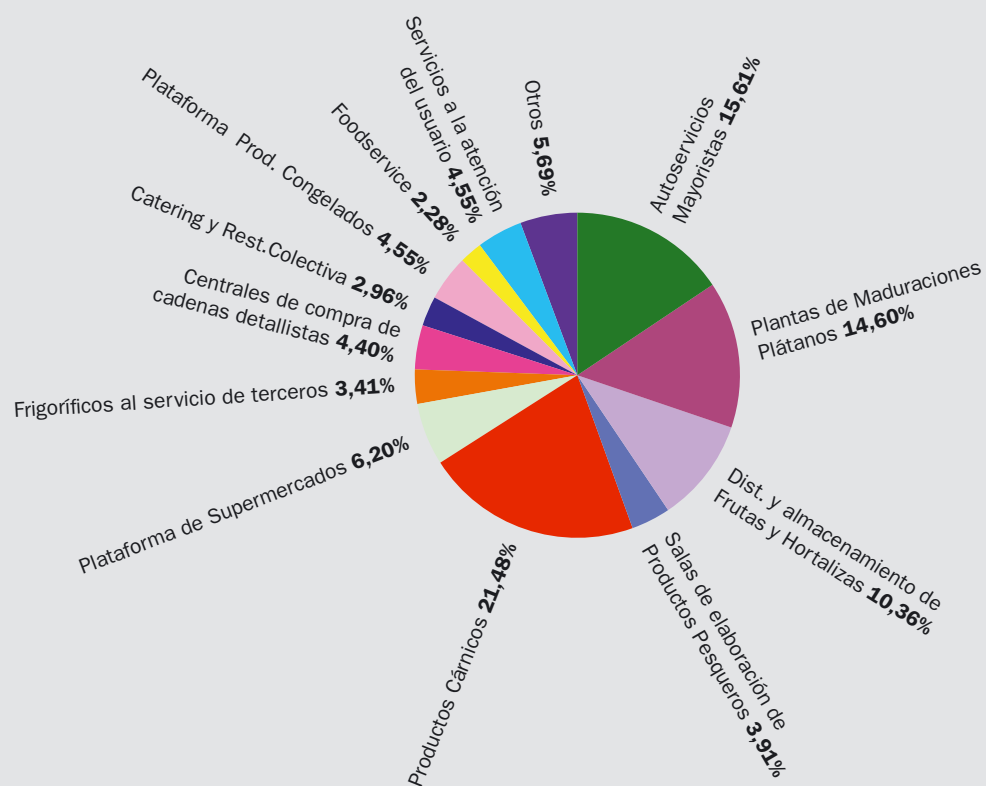
EVOLUCIÓN COMERCIAL 2011-2013 (TM)



COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS 2013 (% SOBRE TOTAL FAMILIA)



DISTRIBUCIÓN DE SUPERFICIE POR SECTORES Z.A.C.







SERVICIOS Y ACTIVIDADES



SERVICIOS Y ACTIVIDADES



ACCESOS Y MOVILIDAD

A lo largo del 2013 los vehículos de desabastecimiento o compradores que accedieron al recinto de MERCAOLID fueron 288.259, con un incremento porcentual del 3,32% respecto al año anterior.

Datos que ponen de manifiesto una media diaria de 1.153 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. Los lunes son un día de gran concentración y aprovisionamiento para el sector hortofrutícola.

En el año 2013 se incrementaron las entradas previo pago frente a la fórmula de abonos, lo que pone de manifiesto la realización de un menor número de actos de compra semanales por parte de los usuarios.

La media mensual de actos de desabastecimiento ha quedado fijada en 24.022 vehículos, existiendo repuntes al alza en los meses de verano y diciembre como viene siendo habitual.

Por lo que a vehículos de abastecimiento se refiere, a lo largo del año 2013 accedieron al recinto un total de 39.542 vehículos, registrando un incremento de entrada de vehículos del 1,79% respecto al año 2012.

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

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

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

SEGURIDAD Y RIESGOS LABORALES

A pesar de la complicada situación socio-económica que vivimos, el 2013 fue un año en el que no se detectaron incidentes graves desde el punto de vista de la seguridad, lo que pone de manifiesto un índice bajo de conflictividad desde el punto de vista de seguridad en el recinto de MERCAOLID.

A lo largo del año el servicio integral de Seguridad y Vigilancia de MERCAOLID fue prestado por la empresa "Grupo Norte Soluciones de Seguridad S.A.", empleando como años anteriores 10 recursos humanos con una cobertura integral de 24 horas los 365 días del año. Con presencia reforzada en horarios de mercados y en campañas especiales.

A finales del año 2013 fue convocado concurso

para la prestación del servicio Integral de Vigilancia y Seguridad de MERCAOLID al que se presentaron cinco empresas, siendo adjudicado el servicio de nuevo a la empresa Grupo Norte Soluciones de Seguridad S.A.. El nuevo contrato tendrá una vigencia de dos años prorrogable por dos años más.

Asimismo a lo largo de 2013 se ha procedido a la sustitución de la empresa encargada del mantenimiento de los medios e instrumentos tecnológicos que dispone MERCAOLID para garantizar la seguridad pasiva del recinto, habiéndose suscrito convenio con la empresa "Grupo Eulen Seguridad". Empresa que continuará con la tarea de sustitución del cable por fibra óptica para mejorar los sistemas de información de datos y seguridad del recinto.

Con la finalidad de mejorar el tránsito de personas y mercaderías en el interior del Mercado Central de Frutas se mantienen las reglas de funcionamiento interno pactadas en el año 2012 que afectan a la utilización de pasillos, muelles y zonas comunes. Habiendo mejorado sensiblemente a lo largo del 2013 el tránsito fluido tanto de personas como mercaderías en dicho Mercado.

Asimismo se mantiene el lugar de recepción de envases retornables, logrando diferenciar claramente los espacios de ventas de otras actividades, minimizando los riesgos.

Durante este 2013 se ha realizado un importante esfuerzo de erradicación de la venta fuera de parada no autorizada dentro del recinto, con intervención en algún caso de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Finalmente se han vuelto a realizar actividades de comunicación a las Asociaciones Profesionales o de Usuarios relativas al cumplimiento de la normativa vigente en materia de riesgos laborales en lo que a coordinación de actividades empresariales se refiere. En dicho contexto se han intensificado las tareas de policía y control en la realización de obras o de mantenimiento en general, por terceras empresas, en el recinto de MERCAOLID.

MEDIO AMBIENTE

Ya han transcurrido tres años desde la puesta en funcionamiento del "punto limpio", de MERCAOLID. Servicio prestado por la empresa especializada "EUROPAC RECICLA, S.L.U.". El desarrollo del mismo nos permite garantizar una recuperación y reutilización como materia prima de más el 90% del residuo inorgánico generado por las empresas asentadas en el polígono alimentario.

La operativa del punto limpio ha permitido la recuperación de 482 Tm de cartón, de 57 Tm de poriexpan, 130 Tm de envase de madera y 2 Tm de film de polietileno. Lo que ha representado un incremento del 66% en envase de madera

recuperado y del 119% en el poriexpan.

Asimismo siguen manteniéndose los acuerdos con la mercantil Recuperaciones Olid Merca S.L. para la gestión del envase de plástico abandonado, con la posibilidad de la recuperación por parte de las empresas mayoristas o su destino final a trituración para recuperación de materia prima a través de operador autorizado.

En general debemos valorar positivamente la implantación de las nuevas normas relativas al depósito de envases ya que ha permitido una mejora del aspecto de los muelles de los mercados en horarios de venta, así como un mayor porcentaje de recuperación. En este sentido es de reseñar un mejor comportamiento de los usuarios tras el desarrollo de campañas de sensibilización.

Los residuos orgánicos siguen siendo remitidos a la Planta de Tratamiento Especializada (CTR) de Valladolid para su posterior tratamiento y transformación.

En el año 2013 entraron en funcionamiento las plantas fotovoltaicas de autoconsumo instaladas sobre techumbre con la finalidad de abastecer de energía eléctrica al Área Administrativa y Centro de Control de Datos de MERCAOLID. Asimismo se desarrollaron proyectos privados por parte de algunas empresas, instalando plantas fotovoltaicas de autoconsumo para suministrar sus equipos frigoríficos.

A lo largo del 2013 continuó la ejecución del programa de sustitución de luminaria de los mercados a favor del LED.

Todo este conjunto de medidas nos han permitido un ahorro en consumo de energía eléctrica.

CONTROL SANITARIO

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

Dichos inspectores desarrollaron a lo largo del 2013 los siguientes programas y actuaciones:

- Tramitación de la inscripción de empresas y establecimientos alimentarios ubicados en MERCAOLID, en los Registros Nacional y Autonómico, 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 y actividades) de todas las industrias y establecimientos.

- Inspecciones realizadas.
 - Restauración y comidas preparadas: 32
 - Inspecciones diarias con controles normalizados:
 - 4.712 al año en establecimientos de pescados
 - 7.440 al año en establecimientos de fruta
 - Frutas y verduras: 187 controles normalizados.
 - Pescados, crustáceos y moluscos: 92 controles normalizados.
 - Carnes y derivados: 302 controles normalizados.
 - Almacenes: 54 controles normalizados.
- Retirada del consumo, por presentar alteradas sus características organolépticas, un total de 11.135 kg. de productos diversos. Correspondiendo 10.380 kg. a frutas y verduras y 755 kg. a productos de la pesca y marisco.
- Toma de muestras para su determinación microbiológica y/o físicoquímica, con un total de 41 muestras reglamentarias y/o prospectivas de las cuales:
 - 23 muestras correspondieron a productos y preparados cárnicos.
 - 15 muestras a pescados, moluscos y crustáceos.
 - 3 muestras a hortalizas.

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

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

OBRAS E INVERSIONES

El año 2013 puede catalogarse de un año en que la sociedad ha realizado un importante esfuerzo inversor por un montante de 542.671.-€.

Montante que básicamente corresponde a la incorporación de inmuebles al Patrimonio Societario así como de instalaciones frigoríficas diversas, dos plantas fotovoltaicas de autoconsumo e instalaciones diversas.

También fue un año en el que la Sociedad, dentro de su política de adecuada conservación de instalaciones, realizó gastos en mantenimiento de muelles, pasillos, suelos, luminarias e instalaciones diversas por importe de 256.018-€, lo que representó un incremento del 22,81% respecto al año 2012. En este último apartado debemos de incluir todas las partidas de gastos para el acondicionamiento de puestos, debido al importante número de cambios de titularidad habidos en los últimos años.

CALIDAD

Por undécimo año consecutivo MERCAOLID tiene implantado un sistema de calidad que afecta a los principales procesos y actividades que afectan al servicio público prestado por la Sociedad conforme a la Norma ISO 9001. Habiendo superado satisfactoriamente la auditoría realizada por la empresa auditora S.G.S. en el mes de julio de 2013.

Un año más MERCAOLID recibe opiniones de los usuarios mayoristas o empresas de la ZAC, a través de la encuesta que mide la satisfacción con la gestión llevada a cabo por la Sociedad. Sus opiniones permiten valorar la calidad de los servicios prestados y extraer conclusiones sobre los siguientes apartados:

- Limpieza de instalaciones
- Gestión de residuos
- Mantenimiento de instalaciones
- Seguridad y vigilancia
- Atención al Cliente del Área Administrativa
- Servicios a la atención del usuario existentes en MERCAOLID.

Los resultados de las encuestas contestadas fueron los siguientes.*

ÁREA DE FORMACIÓN

Para el mes de mayo de 2014 está prevista la conclusión de las obras de acondicionamiento del Centro de Formación de MERCAOLID. Obras e instalaciones realizadas conforme a las exigencias derivadas de la normativa vigente aplicable a este tipo de centros.

El Área de Formación está integrada por cuatro aulas polivalentes de formación y una sala de profesorado-atención al cliente. Todo ello sobre una superficie aproximada de 370 m², anexa al Área Administrativa de MERCAOLID.

En el mes de junio está prevista la presentación de toda la documentación necesaria para la homologación y acreditación del centro ante la Administración competente. El Área de Formación de MERCAOLID será gestionada por "Marsdigital, S.L.", un grupo de empresas especializadas en formación, con centros de formación en distintas capitales de la geografía española.

Realizado un trabajo previo mediante encuestas especializadas se ha logrado conocer un mapa de necesidades de formación de las empresas asentadas en MERCAOLID.

Los objetivos del Área de Formación son varios:

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

Finalmente es voluntad de los responsables del Área de Formación el desarrollo de acciones formativas a partir de inicios de otoño del 2014.

IMPLICACIÓN SOCIAL

A lo largo del 2013 y como viene siendo habitual, se articularon visitas al recinto de MERCAOLID para distintos tipos de colectivos, entre los que cabe destacar:

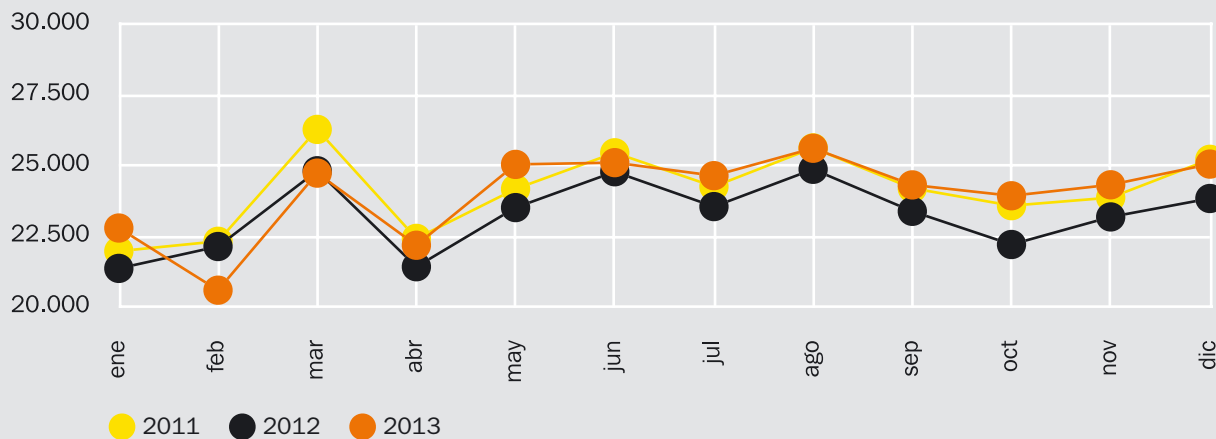
- Centros escolares de nuestra capital a través del programa municipal "conoce tu ciudad".
- Centros escolares de la provincia de Valladolid o limítrofes a través de la Junta de Castilla y León.
- Colectivos de Escuelas de Formación de cadenas de supermercados.
- Colectivos de Escuelas de Formación de restauración a través de la Escuela Internacional de Cocina de Valladolid o de otros centros de formación.
- Visitas institucionales de diversa naturaleza, tanto nacionales como internacionales.

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

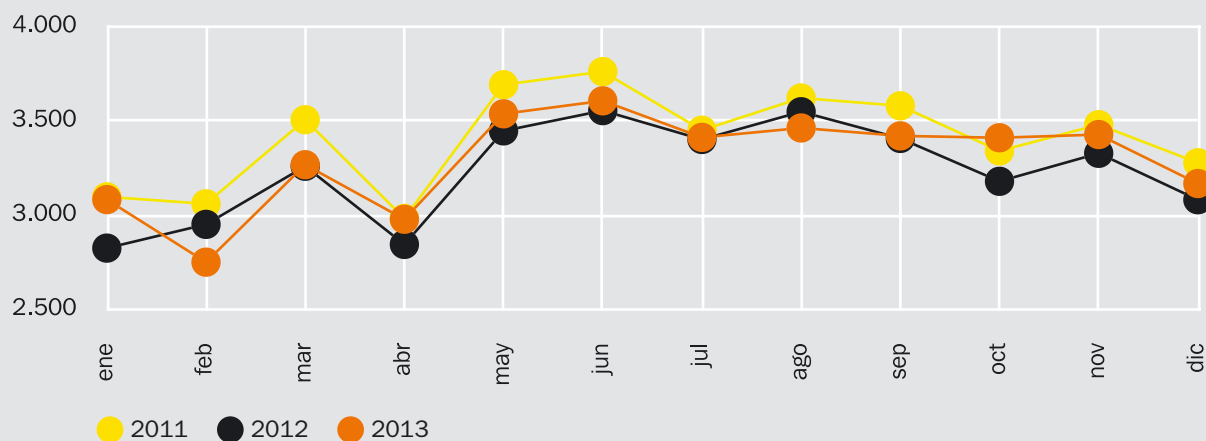
*

ÁREAS	VALORACIÓN				
	Deficiente	Pasable	Satisfactorio	Bueno	Muy bueno
Limpieza		18,75%	18,75%	43,75%	18,75%
Gestión residuos	12,5%		25%	31,25%	31,25%
Mantenimiento Instalaciones		6,25%	31,25%	43,75%	18,75%
Seguridad y vigilancia	6,25%	18,75%	25%	31,25%	18,75%
Atención al cliente		6,25%	12,50%	18,75%	62,50%
Servicios a los usuarios		12,50%	31,25%	31,25%	25%

VEHÍCULOS DE DESABASTECIMIENTO 2013



VEHÍCULOS DE APROVISIONAMIENTO 2013





mercado

COMENTARIOS A LOS





ESTADOS FINANCIEROS



COMENTARIOS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

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

El resultado económico del ejercicio 2013 de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. (MERCAOLID), presenta un beneficio antes de impuestos (BAI) de 1.015.900 euros, que supone un incremento porcentual del 40,63% respecto a los resultados del ejercicio anterior.

En dicho resultado han influido de forma especial un crecimiento exponencial de la partida de ingresos extraordinarios ya que de lo contrario los resultados se hubieran mantenido en parámetros similares a los de años anteriores.

Los resultados tienen especial significación si se tiene en consideración, que atendiendo al contexto existente, la Sociedad acordó la congelación de rentas y de todo tipo de precios o cánones desde hace dos años. Habiendo acordado su prórroga hasta al menos julio de 2015.

CUENTA DE RESULTADOS

Los datos al cierre del ejercicio 2013 recogidos en la Cuenta de Resultados de Unidad Alimentaria de Valladolid S.A. reflejan una cifra de negocios de 2.078.954 euros, registrando un descenso de 1,67% respecto al ejercicio anterior.

Desglosada los ingresos de la sociedad, 1.934.254 euros (68,09%) correspondieron a ingresos corrientes o propios de la actividad, descendiendo moderadamente en un 0,89% respecto al ejercicio anterior; los ingresos por entradas han supuesto 146.362 euros (5,15%), descendiendo en un 1,83% respecto al año anterior; otros ingresos de explotación se elevaron a la cifra de 697.872 euros (24,57%), incrementándose por encima del 97% respecto al ejercicio anterior; los ingresos financieros ascendieron a 62.290 euros (2,19%), lo que representó un incremento del 20,28% respecto al 2012.

Por lo que respecta a los ingresos corrientes de la sociedad, los ingresos procedentes de las rentas de ocupación de espacios en los Mercados Centrales ascendieron a 1.424.991 euros, reduciéndose en un 1,69% respecto al 2012; los procedentes de rentas de ocupación de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias) ascendieron a 509.263 euros, incrementándose en un 3,14%.

En cuanto al capítulo de gastos, estos ascendieron en su conjunto a 1.824.878 euros, registrando un

incremento del 2,27% respecto al ejercicio 2012.

Dentro de la estructura de gastos, los gastos de administración representaron el 1,47%, los gastos correspondientes a servicios exteriores el 38,96%, los de aprovisionamiento el 5,58%, los gastos de personal el 17,80%, los gastos tributarios el 2,64%, las amortizaciones y otras dotaciones el 32,23% y los gastos financieros el 1,32%.

El Resultado Económico Bruto de Explotación (R.E.B.E.) fue de 1.565.748 euros, lo que representa un incremento del 20,67% respecto al año 2012.

En el capítulo de dotaciones estas ascendieron a 587.991 euros, correspondiendo 576.950 euros a amortizaciones por inmovilizado y 11.041 euros a dotaciones para tráfico.

BALANCE

Por lo que se refiere al Estado Patrimonial de la Sociedad reflejado en el Balance de Situación a 31/12/2013, la cifra total de Activo y Pasivo se ha situado en 11.234.476 euros, incrementándose en 68.930 euros respecto al ejercicio anterior.

El pasivo de la Sociedad refleja una estructura financiera solvente y saneada con una cifra de Recursos Propios de 7.715.303 euros, de los que el 82,70% corresponden a Fondos Propios de la Sociedad.

Cabe destacar que durante el ejercicio 2013, la Sociedad tiene un endeudamiento por importe de 738.210 euros para sufragar el 75% de la inversión en plantas fotovoltaicas realizadas en años anteriores.

Finalmente y como indicadores de la estructura financiera saneada de la Sociedad, la ratio de exigible o endeudamiento a 31/12/2013 se sitúa en el 0,46. Siendo el endeudamiento a largo plazo 0,39 y a corto plazo 0,07.

NUEVAS INVERSIONES

En el ejercicio 2013 se realizaron como inversiones más significativas la adquisición de una nave industrial valorada en 246.475 euros, cámaras y equipos frigoríficos por importe de 252.187 euros, y equipos para el proceso de la información por importe de 4.010.-€

PREVISIONES PARA EL EJERCICIO 2014

La disponibilidad financiera de la Sociedad permite contemplar nuevas inversiones que garanticen incrementos de los ingresos típicos y atípicos en una política de diversificación. Asimismo se prevén

la realización de inversiones en la transformación de espacios comerciales por espacios destinados a manipulación y transformación.

Al no estar prevista la entrada de ingresos extraordinarios de la importancia de los generados en el 2013, las previsiones para el 2014 son volver a resultados económicos que se muevan en parámetros similares a los de años anteriores.



mercaolid

*Los estados financieros de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. correspondientes al ejercicio 2013 han sido auditados por Cauder, S.L.

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

ACTIVO	EJERCICIO 2013	EJERCICIO 2012
ACTIVO NO CORRIENTE	9.355.531,83	9.244.821,94
Inmovilizado intangible	38.833,33	0,00
Coste	54.987,26	14.987,26
Amortización	-16.153,93	-14.987,26
Inmoviliz. materiales	8.808.748,11	8.881.860,03
Coste	18.155.402,25	17.652.731,09
Amortización	-9.346.654,14	-8.770.871,06
Inversiones f ^{ne} a l/p	6.761,38	6.761,38
Instrum. patrimonio	6.761,38	6.761,38
ACTIVO CORRIENTE	1.834.530,30	1.996.532,15
Deudores ciales y otras ctas. a cobrar	71.848,90	85.969,61
Clientes por vtas y prest.de servicios	36.613,19	48.652,40
Deudores	4.677,89	6.759,39
Otros créditos con Admon Publicas	30.557,82	30.557,82
Inversiones f ^{ne} a c/p	1.912.174,66	1.923.792,49
Periodificaciones a c/p	0,00	3.795,71
Efectivo y otros activos liquidos equiv.	396.110,10	263.666,88
TOTAL ACTIVO	11.190.062,13	11.241.354,09

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

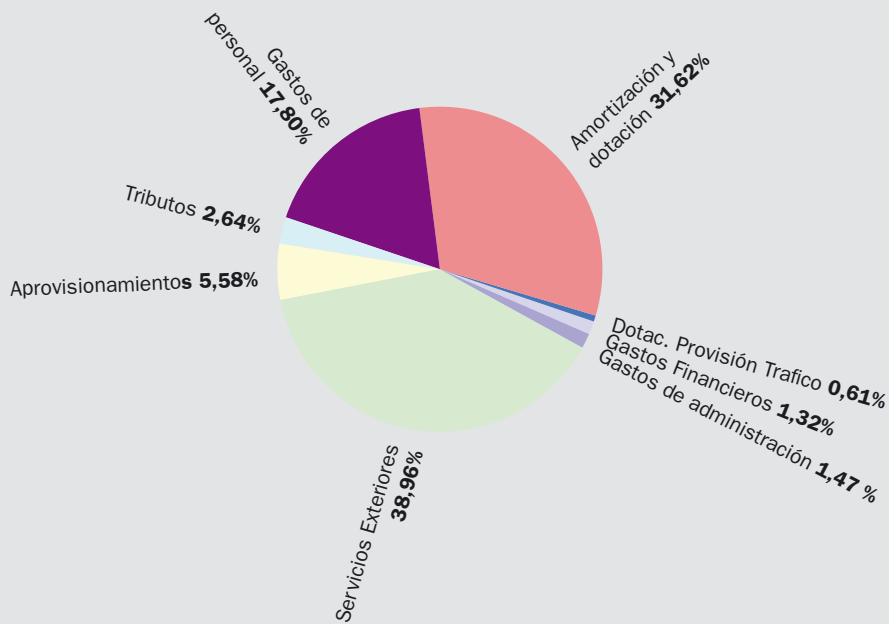
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2013	EJERCICIO 2012
PATRIMONIO NETO	7.715.302,55	7.484.380,14
Fondos Propios	6.331.878,66	6.009.530,99
Capital	4.207.070,00	4.207.070,00
Reservas	1.344.819,36	1.243.885,83
Resultado del ejercicio	779.989,30	558.575,16
Subvenciones, donac y legados	1.383.423,89	1.474.849,15
Pasivo no corriente	3.019.806,65	3.208.159,10
Deudas a largo plazo	2.372.920,34	2.499.737,40
Deudas con entidades de crédito	650.241,52	738.767,78
Otras deudas a largo plazo	1.722.678,82	1.760.969,62
Pasivo por impuesto diferido	592.866,28	632.048,54
Periodificaciones a largo plazo	54.020,03	76.373,16
PASIVO CORRIENTE	499.367,28	473.306,86
Deudas a corto plazo	89.573,27	88.785,49
Deudas con entid.crédito	88.526,26	88.526,26
Otras deudas a corto plazo	1.047,01	259,23
Acreedores ciales y o.ctas. a pagar	406.510,03	382.502,87
Proveedores	7.907,47	4.670,85
Otros acreedores	398.602,56	377.832,02
Periodificaciones a c/ plazo	3.283,98	2.018,50
TOTAL ACTIVO	11.190.062,13	11.241.354,09

UNIDAD ALIMENTARIA DE VALLADOLID S.A.

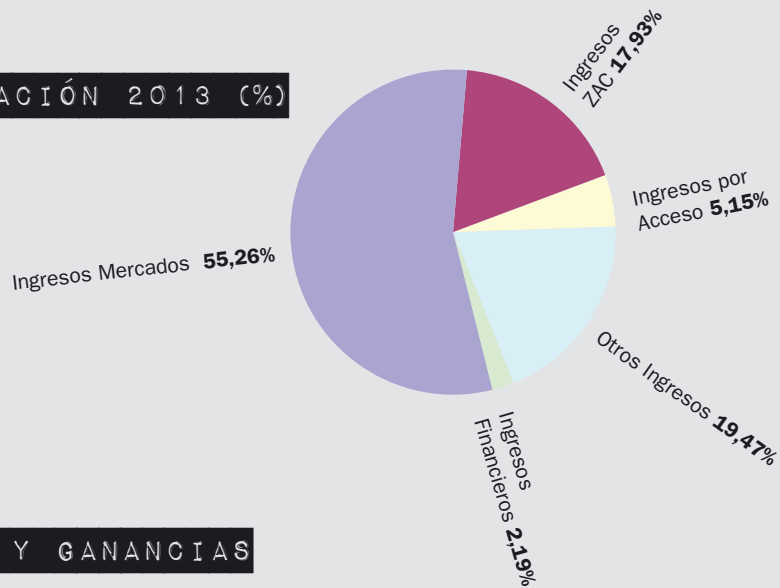
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS EJERCICIO 2013

	EJERCICIO 2013	EJERCICIO 2012
OPERACIONES CONTINUADAS		
Importe neto de la cifra de negocios	2.078.953,65	2.114.342,54
Otros ingresos de explotación.	228.960,38	210.006,63
Gastos de personal	-324.862,81	-320.559,54
Otros gastos de explotación	-558.951,55	-873.004,77
Amortización del Inmovilizado	-576.949,75	-550.346,58
Imputación de subv.de inmov.no fº y otras	130.607,52	130.607,52
RESULTADOS DE EXPLOTACION	977.757,44	711.045,80
Ingresos financieros	62.289,62	51.786,60
Gastos financieros	-24.147,38	-40.459,30
RESULTADO FINANCIERO	38.142,24	11.327,30
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1.015.899,68	722.373,10
Impuesto sobre beneficios	-235.910,38	-163.797,94
RDO DEL EJERC.PROCEDENTE DE OPERAC.CONTINUADAS	779.989,30	558.575,16
OPERACIONES INTERRUMPIDAS	779.989,30	558.575,16
Rdo.del ejerc.procedent.operac.interrumpidas		
RESULTADO DEL EJERCICIO	779.989,30	558.575,16

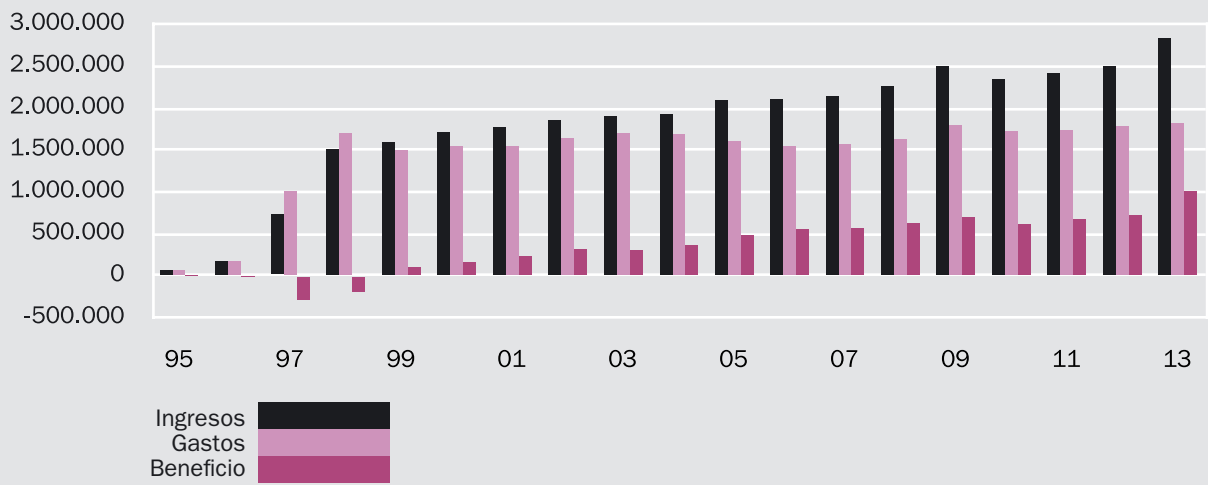
GASTOS DE EXPLOTACIÓN 2013 (%)



INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2013 (%)



EVOLUCIÓN PÉRDIDAS Y GANANCIAS



B

LISTADO DE





NAVE DE FRUTAS

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



NAVE DE HORTALIZAS

PRODUCTORES AGRARIOS	PTO
CESÁREO FARRÁN ABÓN	H-16B
JOSÉ IGNACIO TORRES GORDONCILLO	H-14AB
VICENTE FERNANDEZ MARTÍN	H-16A
JUAN HERRERA GÓMEZ	H-18AB
HORTALIZAS BAZAN,S.A.T.	H-19AB
MANUEL FRAILE MARTÍN y TIRSO FRAILE MARTIN	H-20AB
LUIS MIGUEL DIÉGUEZ GONZÁLEZ	H-21AB
HORTALIZAS HERMANOS CASADO	H-23A
CENTRAL HORTÍCOLA HNOS. MUÑOZ ARNAZ, S.L.	H-23B
CARLOS GARCIA IGLESIAS	H-25A
LUIS JAVIER ALONSO MUÑOZ	H-25B
ANDRÉS MARCOS MARTÍN	H-31A
Mª ISABEL DEL HOYO GARCIA	H-31B
GONZÁLEZ Y VERGARA, C.B.	H-33AB
JESÚS ANTOLÍN GARCÍA	H-35A
CIPRIANO PÉREZ CANO, MANUEL ÁLAMO DE LA FUENTE Y VICTOR CORRAL LARA	H-35B
JUAN ANTONIO CABERO ARIAS	C-1
JOSE MUÑOZ MUÑOZ	H-41B
OTROS USOS	
LUIS Y BEGOÑA C.B. (CENTRAL DE COMPRAS)	H-22AB
FRUVERGEL (CENTRAL DE COMPRAS)	H-27AB, H-29AB
CAPEFRUIT 2010 S.L. (CENTRAL DE COMPRAS)	L-1
DA SILVA GASTRONOMÍA (REPOSTERÍA)	L-2
PESCAHOME, S.L. (ELABORACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS)	L-3
FÉLIX GÓMEZ VARA (CENTRAL DE COMPRAS)	H-12A



NAVE DE PESCADOS

EMPRESA	PTO	ALMACÉN
VALLEJO Y MORAL S.L.	P-1	-
PESCADOS M. GARCÍA, S.L.	P-2	AP-4
HIPÓLITO VALDUNQUILLO CARLÓN	P-3	-
ARIAS CAL, S.L.	P-4	-
ARGO-FISH, S.L.	P-6	-
ALBAOLID 2009, S.L.	P-7, P-9	AP-5,6 y 13
PESCADOS CARLOS BLANCO, S.L.	P-10	-
CONGEMASA, S.L.	P-11	-
PESCAGALINDO, S.L.	P-13	AP-3
PESCAPASAJES, S.A.	P-14	-
AZUL MAR, S.L.	P-16	AP-14
PESCADOS PUERTO AZUL, S.L.	P-17	-
FELIX CASADO, S.L.	P-18	AP-15
CARDIOFISH	P-19, P-21	-
PESCADOS ENRIQUE S.L.	P-20	AP-16
ALVAREDO CONGELADOS, S.L.	P-22	-



LOCALES COMERCIALES

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





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

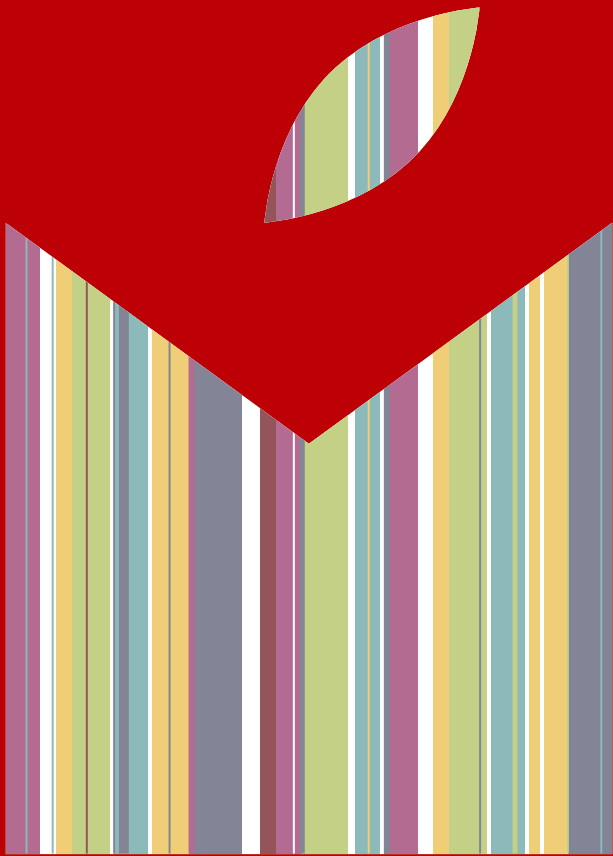




EMPRESA	PTO
CÁRNICAS	
CASTELLANA DE CARNES, S.A.	MZ-13, MZ-14, MZ-15
MARTÍN & GEIJO, S.L.	PZ-1
CÁRNICAS VILLACELES, S.L.	PZ-2, PZ-4
EMBUTIDOS RODRÍGUEZ S.L.U.	PZ-6
LA DESPENSA CASTELLANA, S.L.	PZ-3, PZ-5, PZ-7, PZ-9, PZ-11, PZ-13
SANTA VACA	PZ-8, PZ-10
COMERCIAL LA BUENA MESA	PZ-12
DELICATESSEN	PZ-14
T. MARCOS E HIJOS, S.L.	SC-6-2
AVÍCOLA DE GALICIA, S.A. (GRUPO VALL COMPANYYS)	SC-7
CARNICERÍAS GEÑÍN, S.L.	E-4
PLATAFORMA DE CONGELADOS	
CONDESA	MZ-20, 22
LUÍS FERNANDO, S.L. (ALQUILER DE FRÍO)	MZ-5
OTRAS ACTIVIDADES	
MKM DECOR, S.L.	MZ-7
ACEITUNAS DOMÍNGUEZ	MZ-18
CLECE (RESTAURACIÓN COLECTIVA)	MZ-19
RECUPERACIONES OLID MERCA, S.L.	
GADIS S.A. (PLATAFORMA)	D-1,3,5 (Subp. 8)
AUTO INYECCIÓN VICENTE (THERMO KING)	MZ-9
EUROPAC RECICLA S.A.U. (PUNTO LÍMPIO)	E-3



mercaolid



MEMORIA 2013



