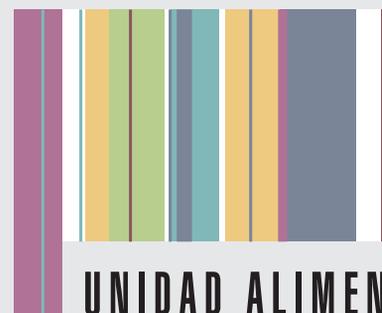


2010

merc



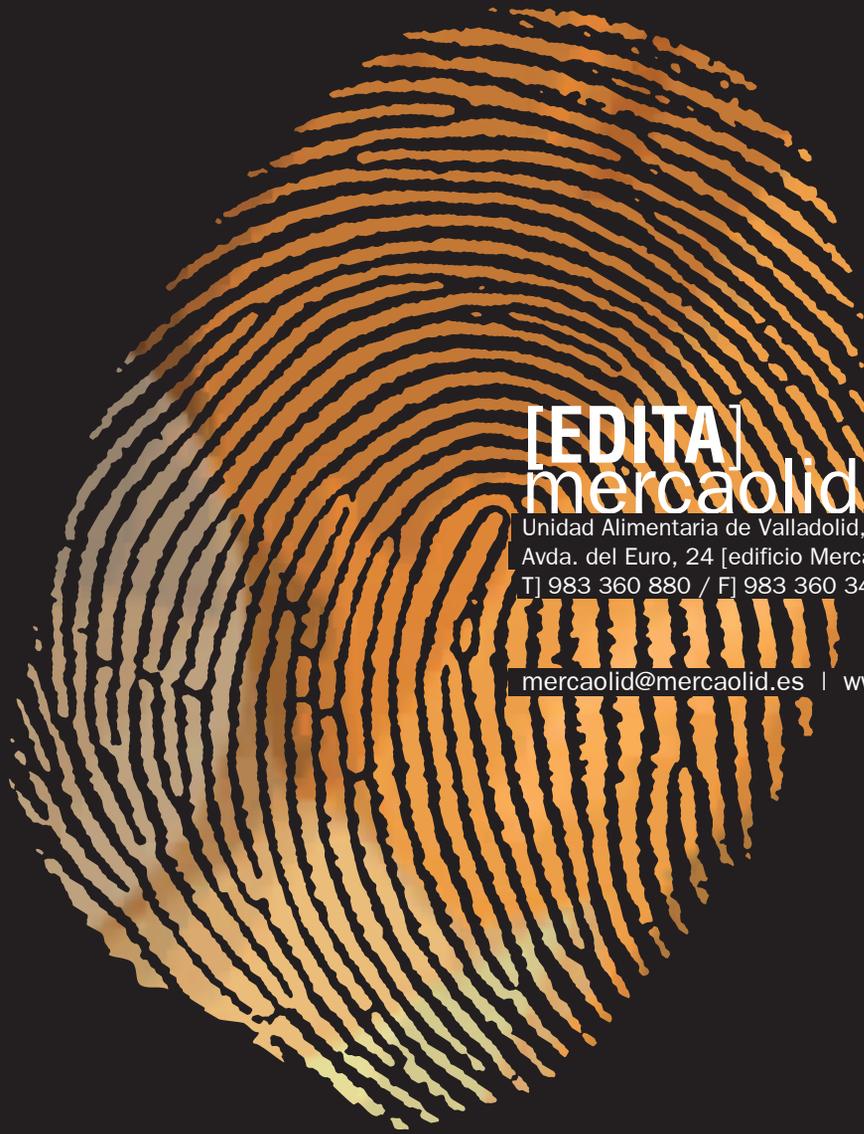
UNIDAD ALIMEN



caolid



AGENCIA DE VALLADOLID S.A.



[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 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE
CASTILLA Y LEÓN

5 PRESA

al Servicio

avda. del Cu

Valladolid

983 360 880

www.mercabolid.es







[ÍNDICE]

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





City of Phoenix Public Works

abrucciotta



Contexto Económico

Los efectos de la crisis económica-financiera que padece nuestro país y los de su entorno se han intensificado notablemente a lo largo del año 2010, en especial en el último cuatrimestre del ejercicio, afectando profundamente al modelo económico existente.

Al margen de que el contexto de débil crecimiento económico obligue a recortar el gasto público, lo cierto es que los indicadores de consumo continúan reflejando la debilidad de la recuperación del gasto privado.

La disminución de la renta salarial en términos nominales durante el 2010, unido a los elevados incrementos de precios, supone una seria amenaza para la recuperación del gasto privado al menos a lo largo del 2011.

Por otro lado, desde el punto de vista del empleo aunque el paro continúa ralentizándose gradualmente, nuestra economía todavía está en una situación de incapacidad de crear empleo.

En este contexto y como ponen de manifiesto los estudios de las principales consultoras, el índice de confianza de los consumidores españoles sigue cayendo por encima de la media europea, agudizado por la situación económica y de seguridad laboral.

No obstante lo anterior, hay algunos indicadores que permitirían albergar cambios de tendencias, como el buen comportamiento y crecimiento de nuestras exportaciones y la evolución favorable de la demanda por parte de las empresas, que continuó compensando parcialmente el deterioro del canal de particulares.

Este contexto también se refleja en el mundo de la distribución alimentaria y se ha puesto de manifiesto fundamentalmente en los siguientes aspectos: una retracción general de la demanda, una aparente preocupación al alza por el factor precio, una alteración en los hábitos de consumo, un nuevo reparto de la cuota por formatos en la oferta minorista, y un incremento del consumo en el hogar frente al extradoméstico.

Alteración de los hábitos de consumo y las nuevas estrategias de la distribución

El aumento del coste de la vida, las dificultades en el mercado laboral, el retroceso del valor del patrimonio de los hogares y el descenso de las rentas han frenado el desarrollo de los planes de gasto del consumidor español, al verse mermada su capacidad de gasto.

Al comienzo de la crisis, en el año 2008, prácticamente todos los estratos sociales recortaron gasto. En una segunda etapa se intensificó ese recorte por rentas bajas y personas con dificultades laborales. En la actualidad, el ajuste de gasto incluye a las clases

medias y media alta, tradicionalmente catalogadas como locomotoras de consumo.

En este contexto ha emergido un nuevo tipo de consumidor más racional y planificador.

Podemos afirmar que nos encontramos ante la configuración de un nuevo "ticket de compra" más pequeño, porque se ha intensificado la frecuencia de actos y limitado, en su mayoría, a productos de reposición donde la compra despensa ha empezado a regular.

En este contexto, la práctica totalidad de actores de la actividad agroalimentaria (proveedor-distribuidor) han desarrollado modelos de negocio anticrisis, con el precio como principal protagonista (reducción de costes directos; eliminación de productos o formatos de dudosa rentabilidad en los lineales; prestación de mayor atención a la cesta básica en todas sus categorías; intensificación de las ofertas o promociones; potenciación de las marcas de distribuidor; potenciación del formato de descuento ...etc.)

El mercado de la distribución de base alimentaria se ha vuelto permeable a la experimentación, en su camino por atender nuevos nichos, necesidades y demandas de un consumidor, que sólo responde a propuestas de valor individualizadas.

En este contexto, por ejemplo las expansiones vía orgánica o mediante adquisiciones se han paralizado, siendo el 2010 uno de los ejercicios con los registros más bajos en lo que a aperturas se refiere de los últimos tiempos. Asimismo se han activado palancas comerciales más cercanas al low-cost, sólo posible gracias a la reducción de precios y su traslado al precio final.

Otro ejemplo es la reducción superior al 20% de la presentación de novedades al mercado en el negocio de gran consumo de alimentación y bebidas.

Fuertes caídas en el consumo de alimentos frescos perecederos.

El sector de gran consumo alimentario era hasta ahora el que más habría resistido a los efectos de la crisis económica-financiera.

Según los estudios realizados por la consultora Kantar Nordpanel, las familias españolas gastaron 207 euros menos que el 2009, en el sector de gran consumo (incluye alimentación, droguería y perfumería), una caída que afecta sobre todo a los productos frescos perecederos, cuyo consumo cayó el 4,3% en volumen y el 3,5% en valor de mercado.

El sector de alimentos frescos se contrajo en 2010 en un valor de 1.300 millones de euros, de los que el 91% sale al mercado de la alimentación, es decir, se reduce consumo, ya que sólo un 5% se sustituye por

congelados y un 4% por otras variedades.

El promedio de reducción de alimentos frescos se sitúa en 73 kg por hogar, aunque son los consumidores de Castilla y León los que más dejaron de comprar, 173 kg menos.

Por lo que a las familias de productos perecederos presentes en MERCAOLID se refiere, los pescados y mariscos registraron un descenso nacional del 14%, las frutas y hortalizas el 6% y los productos cárnicos por encima del 1,6%.

La actividad comercial de MERCAOLID

A pesar del complicado contexto económico en que se ha desarrollado el ejercicio 2010, los datos de actividad comercial en MERCAOLID no han sido ni mucho menos malos.

Los volúmenes comercializados han registrado moderados incrementos en las distintas áreas o mercados presentes en MERCAOLID. En concreto el Sector de Frutas y Hortalizas registró un incremento de comercialización del 1,03%. El Sector de Productos Pesqueros incrementó su volumen conjunto de comercialización en un 2,27% y finalmente los sectores presentes en la Zona de Actividades Complementarias también registraron pequeños incrementos de comercialización exceptuando los autoservicios mayoristas.

Teniendo en consideración los descensos en consumo per cápita en productos alimenticios perecederos a lo largo del 2010, por efecto de una disminución en la disponibilidad de rentas, los datos ponen de manifiesto un incremento del área de influencia de MERCAOLID y sus operadores y un aumento de las operaciones comerciales con otros operadores tanto de nuestra región como de regiones limítrofes. Máxime si se tiene en consideración que al igual que en años anteriores, la venta en parada de forma conjunta sigue descendiendo a favor de una comercialización extra-muros.

Por lo que a cotizaciones se refiere, el año ha venido marcado por un descenso generalizado de los precios medios ponderados, en la práctica totalidad de familias de productos.

En concreto las frutas registraron una reducción del -1,98%; las hortalizas el -8,65%; los pescados y mariscos frescos en un -4,20%. Con la sola excepción de los productos pesqueros congelados que incrementaron sus precios medios en un 1,24%.

Otro indicador interesante ha sido el nivel de ocupación de paradas que ha sido óptimo a lo largo del año estando próximo al 100%.

Finalmente debemos resaltar que en el contexto socio-económico en que vivimos, las empresas asentadas en MERCAOLID nos trasladan problemas que afectan a su actividad económica y que han obligado a

reestructurar o reinventar sus negocios, como son la dificultad de acceso a financiación externa, que dificulta las inversiones o garantizarse un circulante necesario en su tipo de negocio; la reducción en los niveles de cobertura por las empresas de seguros o caución, que introduce una mayor incertidumbre en las relaciones comerciales; la morosidad y el correspondiente control de la cartera de clientes; y la reducción de márgenes en un contexto en el que el precio se ha convertido en eje fundamental de la comercialización.

Estados Financieros

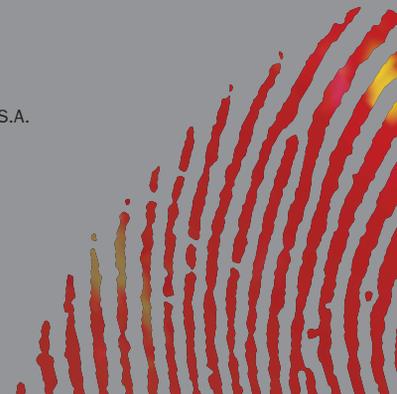
A lo largo del ejercicio 2010 el Consejo de Administración de la Sociedad Gestora de MERCAOLID, en un contexto de crisis económica aprobó dos líneas de ayuda para las empresas asentadas en MERCAOLID: una bonificación de rentas equivalente al índice de actualización de los contratos de arrendamiento (IPC) y la apertura de una línea de subvenciones para la mejora de instalaciones o de los ciclos de comercialización de las empresas, por un montante global de 120.000 euros. Siendo autorizados y liquidados más del 90% de los expedientes presentados.

A pesar de ese esfuerzo que redunda en todos los operadores de MERCAOLID, la sociedad obtuvo unos beneficios antes de impuestos de 621.425 euros, registrando un descenso del 12,13% respecto al año anterior.

La situación saneada y equilibrada de la sociedad ha permitido proponer al Consejo de Administración y aprobación definitiva en Junta General de Accionistas destinar, una vez constituidas Reservas Legales y Voluntarias pertinentes, casi el 81% los beneficios antes de impuestos al pago de dividendo y remuneración de sus accionistas.

Finalmente es obligado destacar que la Sociedad sigue realizando las inversiones necesarias para un mantenimiento adecuado de sus instalaciones y sigue realizando nuevas inversiones para la mejora de la estructura comercial. En este sentido se aprobó una inversión cercana a los 600.000 euros con destino a la contratación de una Central de Compras para una cadena de supermercados. Obras que se ejecutarán antes de concluir el ejercicio 2011.

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



[accionariado]

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

[consejo de administración]

Presidente

Jesús Enríquez Tauler

Consejeros

Ayuntamiento de Valladolid

Manuel Sánchez Fernández
Mercedes Cantalapiedra Álvarez
Mercedes Jiménez Crespo
Alfonso Sánchez de Castro

Promotora Vallisoletana de Mercados, S.A.

Justiniano Gutiérrez Prieto (Cons. Delegado)
Mariano García Vázquez (Cons. Delegado)
Ángel García Olea
Patricio Llorente Muñoz

Secretario

Valentín Merino Estrada

Asesoría Jurídica

Ángel Mingo Hidalgo

Asesoría Técnica

Juan Carlos Rodríguez Aguado
Jesús Velázquez Rodríguez

[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 subcontractados]

Seguridad y Vigilancia: PROSINTEL GRUPO NORTE, S.A.
(Desde 1 de Abril de 2010)

Limpieza: Isolux Corsán Servicios S.A.

Mantenimiento instalaciones: EULEN, S.A.

Mantenimiento de redes: F.C.C.

[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)

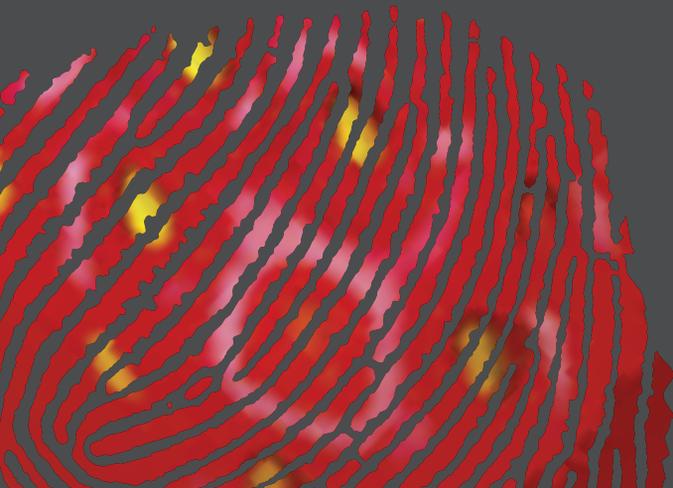
Responsable: D. Felipe Pollino Alonso

ASOCIACIÓN DE MAYORISTAS DE FRUTAS

Responsable: D. Jesús Manjón Miguel

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

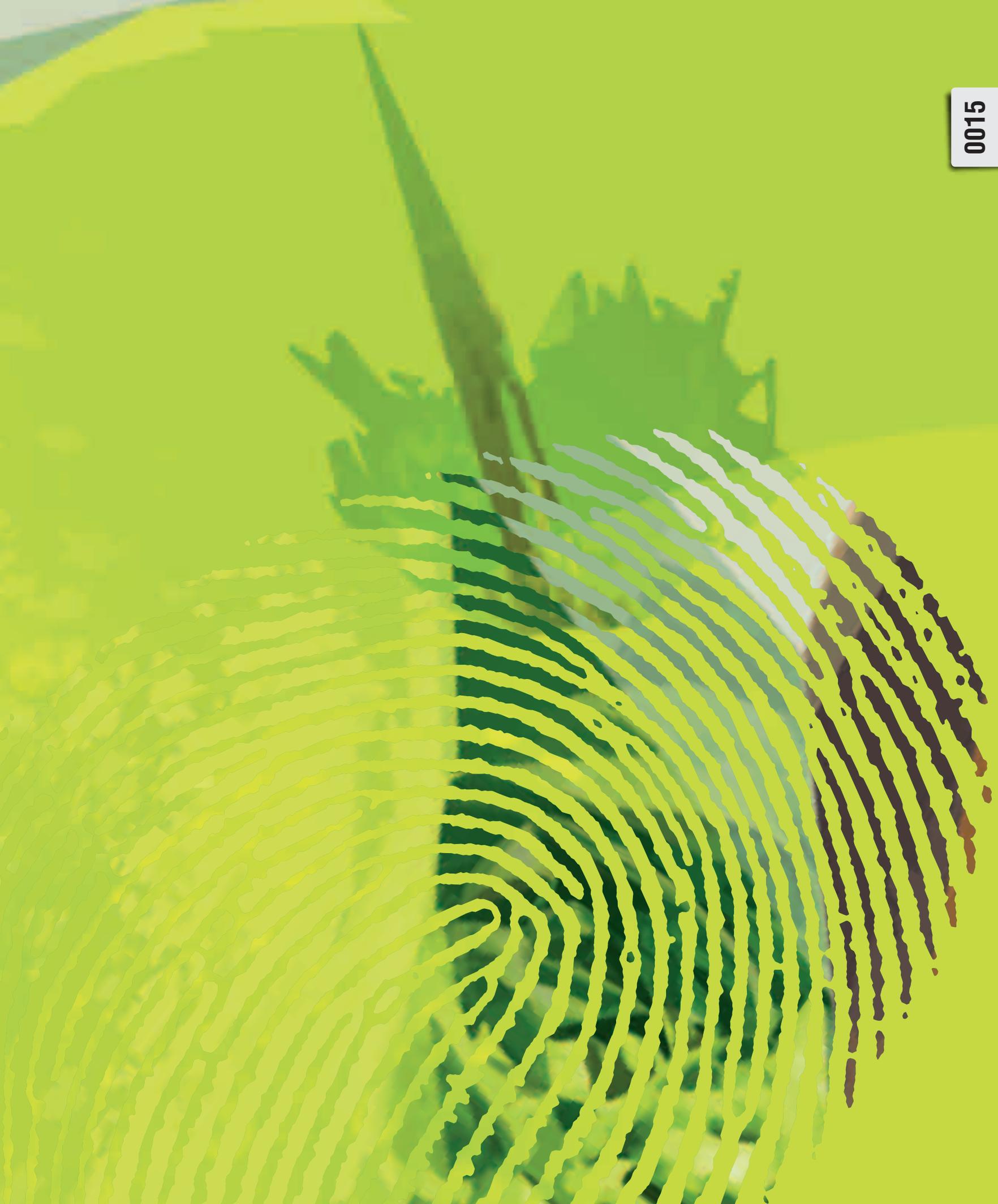
Responsable: D. Carlos García Revenga



0014

[MERCADO CENTRAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS]









Introducción

El sector hortofrutícola busca medidas urgentes para asegurar su viabilidad.

La concentración de productores y comercializadoras, la entrada de nuevos mercados, la apuesta por cultivos e instalaciones sostenibles o la modernización del campo son algunas medidas que se están adoptando en el sector, ante la paulatina pérdida de rentabilidad y competitividad frente a terceros países.

Esta creciente competitividad de otros países productores, junto con el retroceso de la demanda, la caída de precios y el incremento de los costes de producción, hace que nuestro sector se encuentre en una situación complicada.

En este complicado contexto el año 2010 dio un pequeño respiro al sector el buen comportamiento de la exportación, que aumentó en valor en casi un 10,5% respecto al 2010, aunque en volumen tuviera un pequeño descenso del -0,2%, según datos de FEPEX.

El comportamiento del año fue desigual, con una caída de las exportaciones hasta septiembre y una fuerte recuperación en el último cuatrimestre.

En concreto las hortalizas registraron un aumento en valor del 12% y las frutas del 9%.

Los motivos de este buen comportamiento hay que buscarlos, desde el punto de vista de la oferta, en una favorable climatología que permitió el desarrollo escalonado de las campañas; y desde el punto de vista del consumo, en la recuperación de algunos mercados exteriores (Reino Unido, Francia, Alemania, Sueciaetc).

Por lo que al consumo nacional doméstico de frutas y hortalizas se refiere, en el año 2010 éste cayó un -3,3% respecto al año anterior. En concreto el consumo de hortalizas cayó en -5,2%; destacando el descenso de productos básicos como el tomate , cebollas, lechuga o pimientos o patatas. Las frutas cayeron en su consumo doméstico un -1%, destacando los descensos de cítricos , manzanas y peras.

Por el contrario el gasto doméstico en estos productos creció un +0,6%.

Por lo que al consumo extradoméstico se refiere descendió en un -1,7% y el gasto en un -3,7%.

Sólo el sector de productos de IV gama (limpios, envasados y listos para consumir) creció en volumen comercializado entorno a un 6%, debido fundamentalmente a una reducción significativa del precio medio de venta.

En la comercialización de frutas y hortalizas sigue teniendo importancia el comercio especializado con una cuota próxima al 44%, seguidos de los supermercados (31%) e hipermercados (9,2%) y con una significativa cuota a día de hoy de mercadillos (5,3%) y autoconsumo (6,7%).

La actividad comercial en MERCAOLID a lo largo del 2010

A pesar del complicado contexto económico y siguiendo la pauta marcada en años anteriores, los operadores del sector de frutas y hortalizas volvieron a registrar un incremento moderado en volumen comercializado equivalente al 1,03%.

En este moderado crecimiento han influido diversos factores, entre los que cabe destacar:

- Una climatología que ha permitido un correcto escalonamiento de las campañas.
- El carácter crecientemente atractivo del mercado por su oferta y competitividad en precios.
- La incorporación de nuevos operadores de referencia regional.
- La creciente penetración comercial de los operadores de MERCAOLID tanto en la región como limítrofes.
- El incremento de la actividad en lo que a volumen se refiere de las centrales de compra de cadenas detallistas especializadas.
- El incremento o mantenimiento según los casos, de cuota de comercialización de algunos operadores con cadenas de supermercados.
- La consolidación de importantes compradores regionales con un incremento de venta presencial.

Por el contrario, los precios medios ponderados de los productos que integran la familia de frutas y hortalizas volvieron a registrar por segundo año consecutivo importantes descensos. En este sentido el grupo de frutas registró un precio medio ponderado de 0,99€/kg lo que supuso un descenso del -1,98%.

Las verduras y hortalizas alcanzaron un precio medio ponderado conjunto de 0,95€/kg, lo que representó un descenso más acusado de precios equivalente al -8,65%.

En la familia de frutas es destacable la reducción de precios medios especialmente en el último cuatrimestre y sobre todo entre productos de alto valor.

En la familia de hortalizas también ha sido acusado el descenso medio de cotizaciones, exceptuando dos casos como son el de la patata y el ajo, con cotizaciones medias más elevadas que el año anterior.

Al igual que en los años anteriores los operadores nos siguen señalando una serie de características básicas en el comportamiento del comprador muy centradas en precio: la creciente demanda y aceptación de los géneros de estrío; menos exigencia de la confección y clasificación de producto; incremento de compras de géneros a granel; menor demanda de género que aporte valor añadido; reducción de la demanda de producto de marca; menor demanda de producto de importación que incorpora el coste de transporte; mayor aceptación de producto de temporada ...etc.

Productos más comercializados

Como indicábamos anteriormente, el sector de frutas y hortalizas comercializó más de 121.749 tm, registrando un moderado aumento del 1,03%.

Del total de géneros comercializados, el 58,05% fueron frutas, el 34,08% hortalizas y el 7,87% patatas.

Las entradas de frutas crecieron un 1,14%, la de hortalizas en un 1,21% y por el contrario, la comercialización de patatas descendió en un -0,49%.

De nuevo podemos hablar de un año marcado por la estabilidad de entradas, a lo que sin lugar a dudas ha contribuido por razones climatológicas un adecuado escalonamiento de las campañas.

Como viene siendo tradicional el mayor volumen de entradas se registra en los últimos meses de primavera y verano debido a la importante contribución de las producciones estivales y aportaciones de los productores agrarios asentados en MERCAOLID.

Este año podemos destacar como hechos significativos la estabilidad de entradas de cítricos y un incremento en la comercialización de melón y sandía. Por el contrario es reseñable el descenso de entradas de plátanos, manzana y en general de productos exóticos o de importación.

En el ámbito de las hortalizas son destacables la reducción de entradas de productos básicos como patatas, lechugas, cebollas y ajo.

En el caso de la patata, sin lugar a dudas ha influido la escasez de patata temprana andaluza por condiciones adversas climatológicas y la menor presencia de patata de países de la CEE debido a los problemas de producción de países del Este Europeo.

Un año más es destacable la creciente penetración del producto de IV gama al registrar precios medios más moderados.

Los operadores

Del volumen total de productos hortofrutícolas el 81,72% fue comercializado por operadores del Mercado Central Mayorista; el 11,22% por empresas asentadas en la Z.A.C. entre las que se encuentran las maduradoras de plátanos, y el 7,06% por los productores agrarios, que año tras año siguen perdiendo cuota.

En el Mercado Central de Fruta tuvo un nivel de ocupación a lo largo del año del 100% y se incorporaron nuevos operadores que aportaron competitividad.

Por lo que se refiere a la Z.A.C. es destacable la desaparición de una empresa de maduración de plátanos y su rápida reposición por otra. A lo largo del 2011 se incorporarán nuevas cadenas para la atención al sector detallista y HORECO.

Al igual que en otros mercados se sigue consagrando el proceso de concentración en pocos operadores de grandes volúmenes de comercialización, sin que avancen seriamente procesos necesarios de absorción o colaboración.

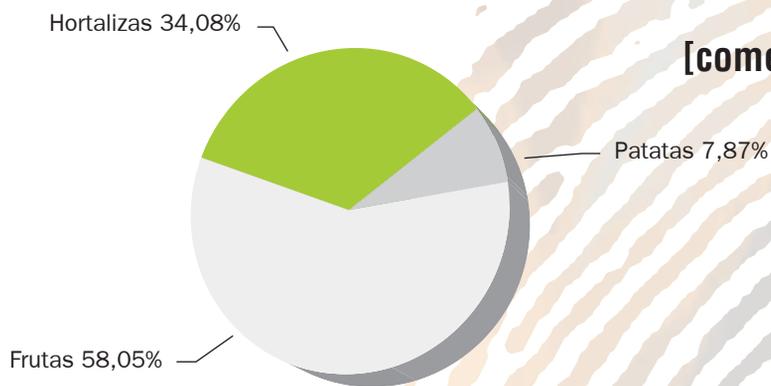


[movimiento mensual de toneladas comercializadas 2010]



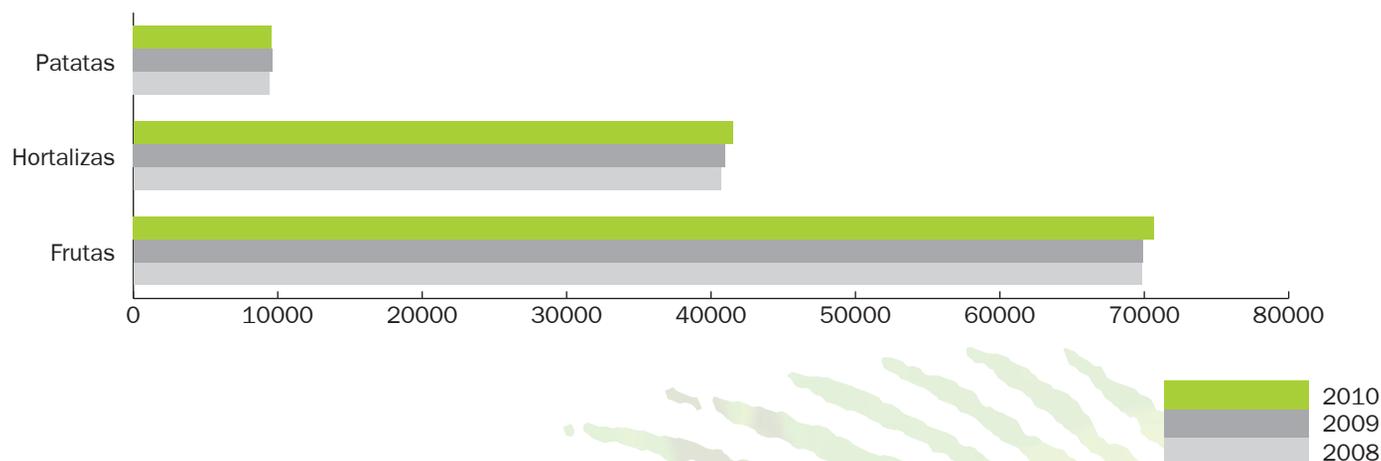
[comercialización de frutas y hortalizas (kg) 2010]

	2010	2009	Dif. Relativa %	% Comerc. anual
Enero	9.240.787	8.748.648	5,63	7,59%
Febrero	8.887.714	8.808.901	0,89	7,30%
Marzo	10.300.008	9.628.334	6,98	8,46%
Abril	9.825.185	10.267.009	-4,30	8,07%
Mayo	10.713.956	11.170.795	-4,09	8,80%
Junio	11.578.378	11.339.502	2,11	9,51%
Julio	11.249.654	11.122.593	1,14	9,24%
Agosto	10.178.258	10.050.100	1,28	8,36%
Septiembre	9.386.887	9.556.031	-1,77	7,71%
Octubre	10.117.384	9.845.242	2,76	8,31%
Noviembre	10.287.833	9.929.595	3,61	8,45%
Diciembre	9.983.459	10.038.050	-0,54	8,20%
Total	121.749.503	120.504.800	1,03	100,00

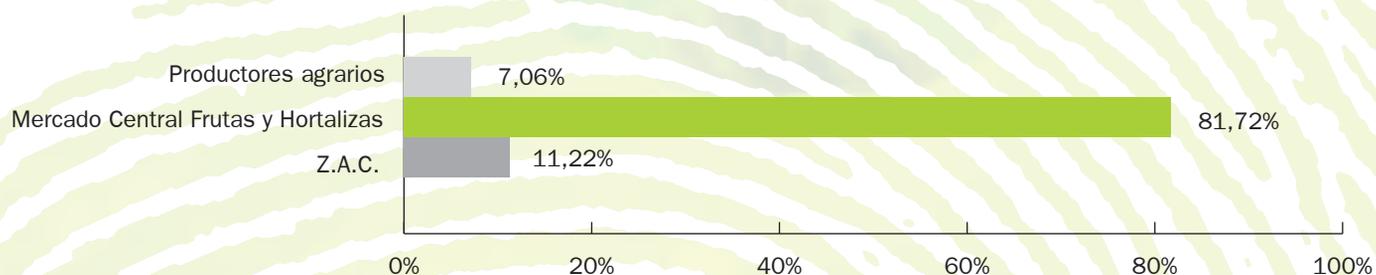


[comercialización por familias 2010]

[evolución comercial (Tm) por familias 2008-2010]



[comercialización según tipología de operador 2010]



[frutas más comercializadas 2010 (kg.)]

PRODUCTOS	2010	2009	Dif. Relativa %	% sobre familia
Naranjas	15.344.974	15.328.113	0,11%	21,71%
Plátanos	10.793.874	11.209.873	-3,71%	15,27%
Manzanas	6.640.769	6.654.077	-0,20%	9,40%
Melocotones	4.918.890	4.815.360	2,15%	6,96%
Peras	4.570.348	4.467.157	2,31%	6,47%
Mandarinas	4.458.123	4.292.435	3,86%	6,31%
Melones	4.304.354	4.259.628	1,05%	6,09%
Sandías	3.859.819	3.790.826	1,82%	5,46%
Fresa / Fresón	3.492.934	3.452.539	1,17%	4,94%
Kiwis	2.265.533	2.314.366	-2,11%	3,21%
Piñas	1.521.313	1.579.764	-3,70%	2,15%
Limones	1.492.809	1.467.134	1,75%	2,11%
Uvas	1.384.936	1.455.529	-4,85%	1,96%
Nectarinas	1.362.556	1.333.225	2,20%	1,93%
Cerezas	1.249.684	1.354.818	-7,76%	1,77%
Ciruelas	905.523	957.415	-5,42%	1,28%

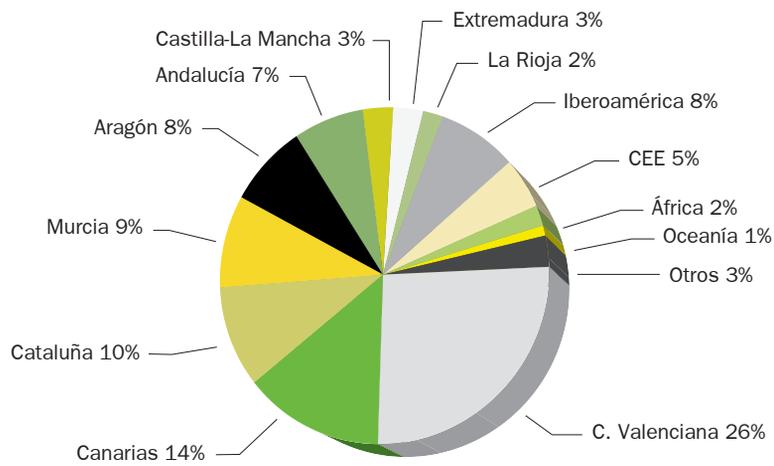




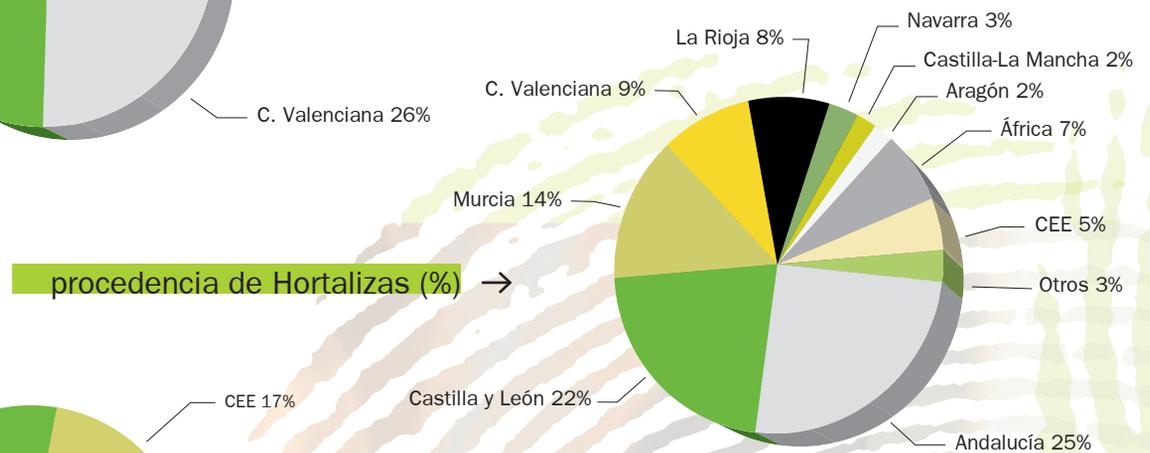
[hortalizas más comercializadas 2010 (Kg)]

PRODUCTOS	2010	2009	Dif. Relativa %	% sobre familia
Tomates	10.707.350	10.573.072	1,27%	20,97%
Patatas	9.580.516	9.627.692	-0,49%	18,76%
Lechugas	6.557.262	6.771.233	-3,16%	12,84%
Cebollas	4.067.541	4.243.653	-4,15%	7,96%
Pimientos	3.292.508	3.232.386	1,86%	6,45%
Zanahorias	2.530.927	2.496.968	1,36%	4,96%
J. Verdes	1.780.005	1.818.558	-2,12%	3,49%
Coliflores	1.720.826	1.708.016	0,75%	3,37%
Calabacines	1.624.024	1.611.775	0,76%	3,18%
Pepinos	1.264.565	1.266.211	-0,13%	2,48%
Puerros	1.184.805	1.159.300	2,20%	2,32%
Coles-repollo	1.122.224	1.133.789	-1,02%	2,20%
Champiñones/setas	1.098.064	1.103.582	-0,50%	2,15%
Acelgas	878.416	845.932	3,84%	1,72%
Alcachofas	743.548	745.113	-0,21%	1,46%

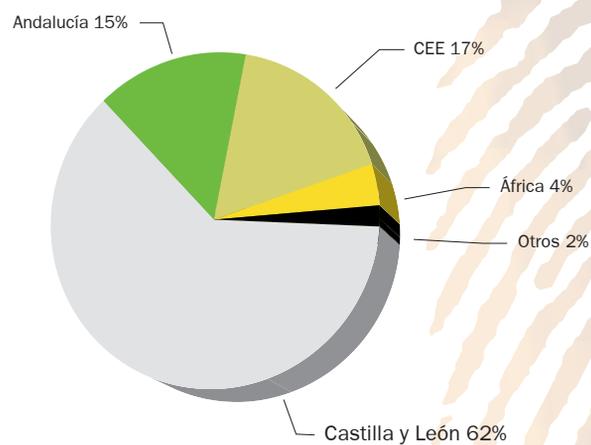
[procedencias 2010]



← procedencia de Frutas (%)

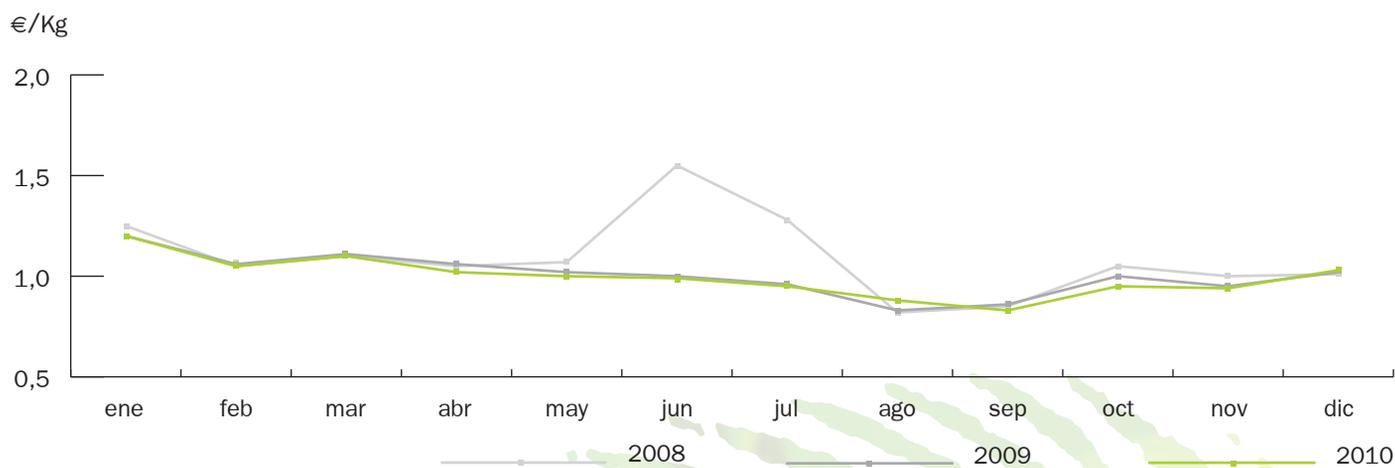


→ procedencia de Hortalizas (%)

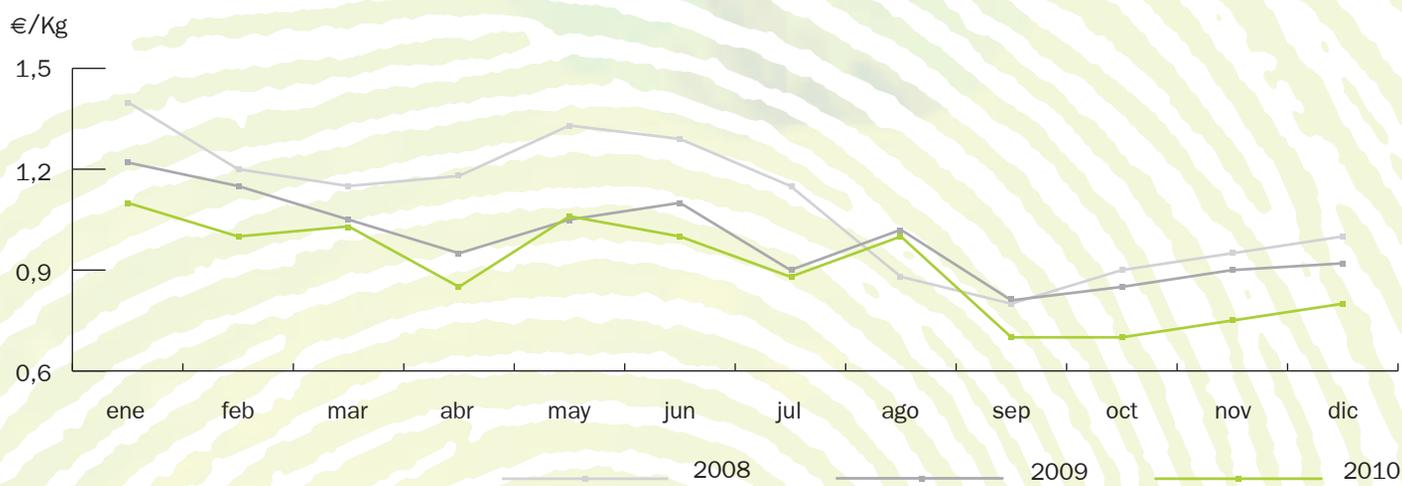


← procedencia de Patatas (%)

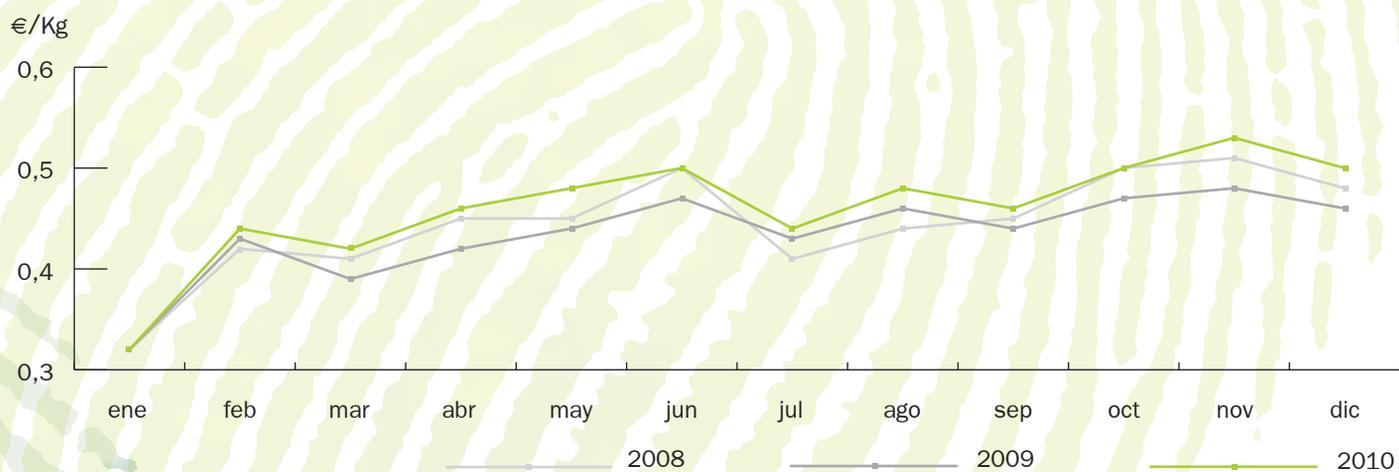
[precios medios ponderados de frutas 2008-2010]



[precios medios ponderados de hortalizas y verduras 2008-2010]

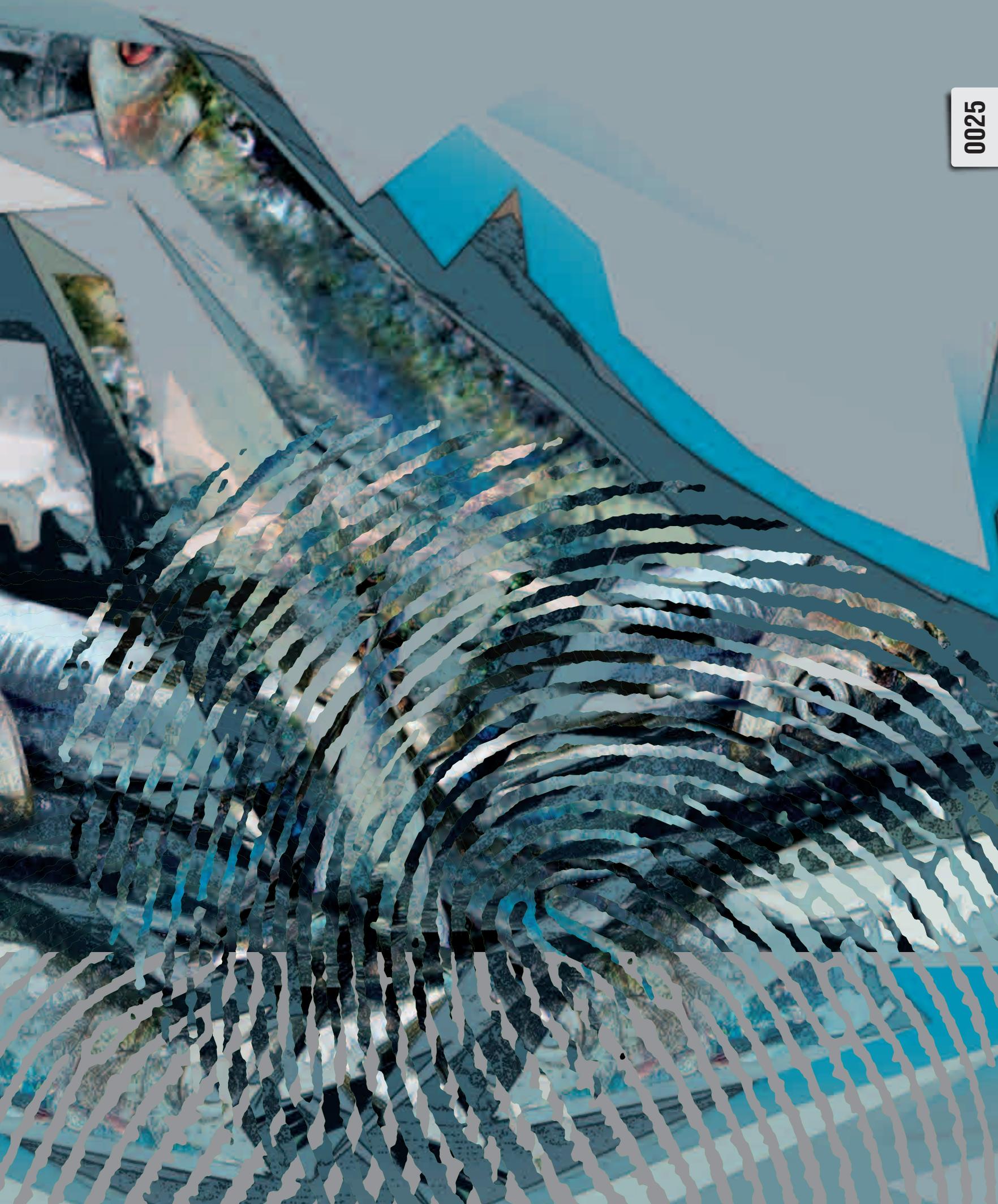


[precios medios ponderados de patatas 2008-2010]



[MERCADO CENTRAL DE PRODUCTOS PESQUEROS]





0026



Introducción

Tradicionalmente han venido siendo considerados como problemas estructurales del sector pesquero, el modelo de desarrollo sostenible de la pesca en la UE, la competitividad de costes, el acceso a los mercados, el establecimiento de medidas eficaces para acceder a los recursos pesqueros y la modernización de las flotas.

La crisis económica que vivimos ha empeorado significativamente estos problemas estructurales ya que se han incrementado los costes de explotación, en especial por el precio de los carburantes, y se ha producido una baja sistemática de precios tanto en primera venta como sucesivas.

Esta bajada de precios no sólo se debe a una menor disponibilidad de rentas para el consumo, sino también por un incremento de capturas de alguna pesquería que saturan los mercados.

A pesar de todo, España sigue siendo uno de los países con mayor consumo per-cápita de productos pesqueros en el hogar (27,59 kg) y con un gasto elevado anual per-cápita (191,65 euros) siendo de los más altos del mundo.

Por lo que a cuota de distribución se refiere, sigue creciendo la cuota de los supermercados (entorno al 42%) en detrimento de los establecimientos especializados (entorno al 38%), al detectarse una fuerte destrucción de negocios en este segundo grupo.

Los datos del año 2010 no son especialmente esperanzadores en lo que a consumo de estos productos se refiere a nivel nacional. Según el Índice General de Comercio Minorista publicado por el INE, la variación anual de compra de productos pesqueros ha descendido en un -8,2%. Dentro de este grupo el descenso es del -10,2% en pescados frescos y del -13,9% en mariscos y moluscos frescos. Sólo proporcionan datos positivos los productos congelados que crecen un 2,6% y las conservas con un crecimiento del 2,8%.

Todos estos datos avalan la tesis de la percepción del consumidor de los productos pesqueros frescos como productos caros, intensificándose los descensos de consumo entre las clases menos favorecidas económicamente.

La actividad comercial

El sector empresarial de productos pesqueros asentado en MERCAOLID, en su conjunto comercializa a lo largo del año un total de 21.148 tm, registrando un incremento porcentual del volumen comercializado del 2,27% respecto al ejercicio pasado.

El Mercado Central de Pescados comercializó un volumen global de 17.680 tm, con un descenso en volumen porcentual del 0,45% respecto al ejercicio 2009. Por el contrario las empresas asentadas fuera del Mercado (salas de elaboración, plataformas de congelados, salas de cocción, viveros ...etc) alcanzaron un volumen de 3.468 tm, alcanzando un incremento de actividad del 18,78%.

Un año más se ha reducido el volumen de ventas en parada a favor de una comercialización extra-mercado, poniendo de manifiesto la necesidad por parte de las empresas de buscar nuevos nichos para incrementar las oportunidades relacionados con el foodservice, canal HORECO, mejora en la interacción con otros operadores de la región...etc

Por otro lado, sigue siendo importante el Mercado Central de Pescados de MERCAOLID como plataforma logística por la ubicación y la proximidad con importantes abastecedores. Este es el motivo por el que en el 2010 se ha suscrito acuerdo con una importante cadena de distribución para la implantación de su central de compras de productos pesqueros en MERCAOLID y atender a su proceso de expansión. Plataforma que empezará a funcionar y ser operativa a finales de 2011.

Los factores determinantes del incremento de volumen comercializado a lo largo del 2010, han sido entre otros:

- Las bajas cotizaciones medias de productos básicos o populares (pescadilla, merluza, gallo ...etc)
- El importante rendimiento de algunas pesquerías provocando en excesivas situaciones saturación de oferta.
- El incremento de actividad comercial de algunas plataformas de congelados.
- El aumento de actividad de las salas de elaboración, cocción o fileteado.
- Finalmente, el incremento de intercambios y comercialización con otros operadores fundamentalmente de la región.

Por lo que a cotizaciones se refiere, los pescados y mariscos frescos registraron un precio medio ponderado de 8,89 euros/kg representando un descenso del -4,20%. Por el contrario los congelados registraron un precio medio ponderado de 7,33 euros/kg, con un incremento porcentual del 1,24%. Esta situación ha provocado una reducción de márgenes comerciales y de volúmenes de facturación en las empresas.

En lo referente a la estacionalidad de la comercialización, como viene siendo tradicional destacan los meses centrales del año y los próximos a Navidad. No obstante son reseñables los descensos porcentuales de los meses de septiembre, junio y diciembre; y crece notablemente el volumen de entradas en el mes de marzo.

Los productos más comercializados

Del volumen total de productos comercializados, el 59,04% fueron pescados frescos, que superaron las 12.486 tm, con un incremento del +0,54% respecto al año anterior.

Al igual que años anteriores, la subfamilia de merlúcidos fueron los pescados más comercializados, que representaron casi el 33,32% del total de pescados frescos. A estos datos estadísticos contribuyó notablemente las bajas cotizaciones habidas a lo largo de todo el año debido al buen comportamiento de su pesquería, provocando en muchas ocasiones incluso saturación de mercado, y destacando la aportación de las lonjas nacionales frente al producto importado.

Es reseñable también la estabilidad de los productos de acuicultura marina, consolidados en la demanda del consumidor y con precios sin apenas variaciones. Dentro de estos destacan la lubina (+1,87%), la dorada (+0,34%) y el bacalao fresco (+4,81%).

Por el contrario, registraron descenso de entradas productos populares como la sardina (-9,26%), bonito (-4,32%) y boqueron (-3,17%), debido a unos precios medios elevados para este tipo de productos.

Los elaborados siguen teniendo un crecimiento exponencial por la comodidad que aporta al consumidor final y con precios sin apenas variaciones. En este capítulo incluimos los productos cocidos, fileteados, anillas ...etc.

Los mariscos frescos, entre los que incluimos moluscos y cefalópodos, registraron una comercialización conjunta superior a las 3.578 tm, con un crecimiento del 3,55% y representando el 16,92% del total de productos pesqueros comercializados.

En esta familia tuvieron especial importancia la aportación de la acuicultura, en especial de mejillón, almeja y los crustáceos más populares. El mejillón representó casi el 25% del total de mariscos comercializados, con un moderado crecimiento del 0,86%.

Le siguen en importancia los cefalópodos, en especial el pulpo (fresco, descongelado y cocido ...etc) que representó el 12,43%, con un incremento del 1,22%, a pesar de sus elevados precios; y el calamar fresco que creció en entradas un 4,21%.

Por lo que a procedencias se refiere, siguiendo la senda del año anterior se ha incrementado la entrada

de géneros procedentes de las lonjas nacionales, por el buen comportamiento de ciertas pesquerías y unos precios bajos en primera subasta, en detrimento de géneros de importación. También se ha incrementado la aportación de acuicultura marina de origen nacional.

En mariscos frescos no ha habido variaciones significativas, excepción hecha de un incremento de la aportación de la acuicultura gallega por el aumento de entrada de bivalvos.

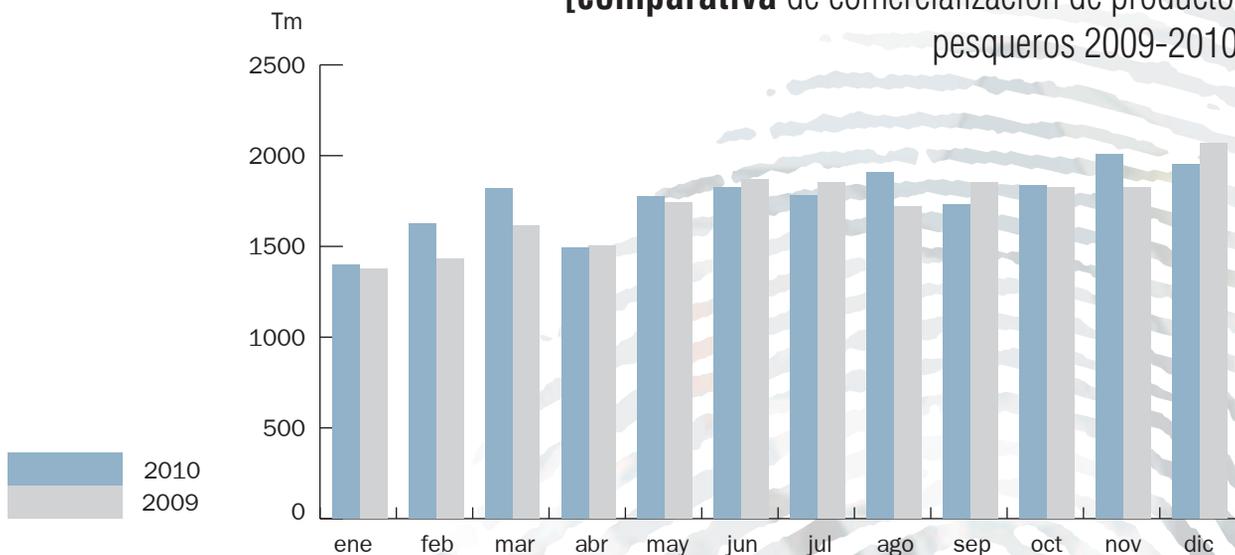
Por lo que a productos congelados se refiere, a lo largo del 2010 se han ido agudizando los problemas que venía arrastrando el sector. La falta de liquidez que perjudica seriamente los fondos de maniobra de las empresas del sector, unido a una retracción de consumo derivado de una demanda, que se refugia en producto barato, ha agudizado la progresiva pérdida de rentabilidad de negocio, la contracción de los márgenes y la sobrecapacidad productiva.

En este contexto hemos sido testigos de importantes cierres o políticas de estrictos ajustes empresariales y finalmente una aceleración de la concentración del sector. Es decir, son pocos grupos empresariales los que realmente están apalancando una cuota creciente.

En este contexto, son las compañías con mayor integración vertical en la cadena las que mejor sobrevivirán y las únicas activas en el sector en lo que absorciones o compras se refiere.

En MERCAOLID se comercializaron a lo largo del 2010, un total de 5.084 tm de productos pesqueros congelados, incrementándose un 5,78% respecto al año anterior, elevando la cuota al 24,04% del total de productos pesqueros comercializados. En este incremento han influido, una cierta recuperación de actividad comercial de algunas plataformas de congelados asentadas en la Z.A.C., la apertura de líneas de congelados por empresas mayoristas que estaban especializadas en producto fresco de forma exclusiva, y la mayor demanda de producto congelado por parte de las salas de elaboración y fileteado.

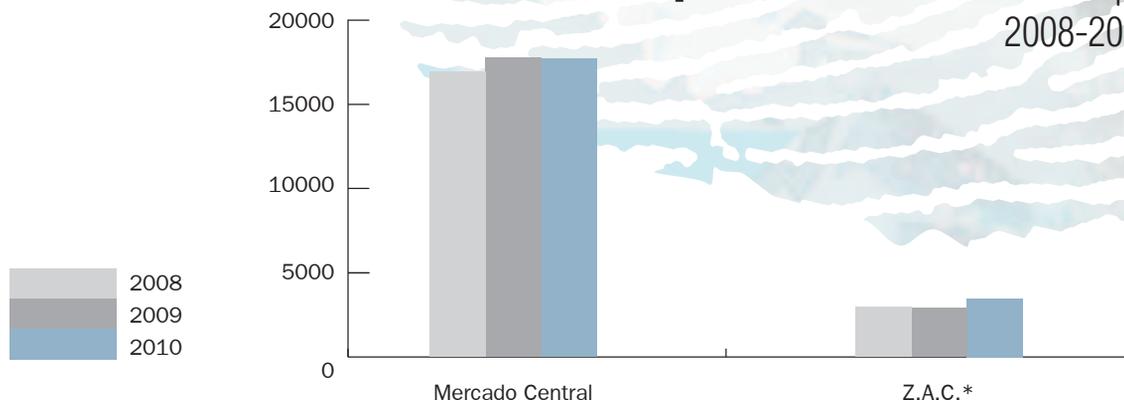
[comparativa de comercialización de productos pesqueros 2009-2010]



[comercialización de productos pesqueros (kg) 2010]

	2010	2009	Dif. Relativa %	% Comerc. anual
Enero	1.401.465	1.378.860	1,64%	6,63%
Febrero	1.625.630	1.433.440	13,41%	7,69%
Marzo	1.817.376	1.616.497	12,43%	8,59%
Abril	1.493.083	1.502.216	-0,61%	7,06%
Mayo	1.774.704	1.738.667	2,07%	8,39%
Junio	1.825.251	1.866.934	-2,23%	8,63%
Julio	1.778.610	1.855.013	-4,12%	8,41%
Agosto	1.907.326	1.720.488	10,86%	9,02%
Septiembre	1.730.810	1.854.433	-6,67%	8,18%
Octubre	1.837.161	1.825.257	0,65%	8,69%
Noviembre	2.004.888	1.822.575	10,00%	9,48%
Diciembre	1.952.515	2.065.987	-5,49%	9,23%
Total	21.148.819	20.680.367	2,27%	100,00%

[evolución comercial sector pescados 2008-2010 (Tm)]



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

[productos pesqueros más comercializados 2010]

pescados frescos (kg)

PRODUCTOS	2010	2009	Dif. Relativa %	% sobre familia
Pescadilla	1.476.163	1.444.669	2,18	11,82
Merluza	1.423.152	1.426.290	-0,22	11,40
Boquerón	937.342	968.028	-3,17	7,51
Gallo	923.708	889.464	3,85	7,40
Sardina	724.764	798.726	-9,26	5,80
Lubina	789.664	775.168	1,87	6,32
Dorada	776.563	773.932	0,34	6,22
Chicharro	667.365	659.061	1,26	5,34
Salmón	636.791	650.517	-2,11	5,10
Atún - Bonito	580.913	607.141	-4,32	4,65
Congrio	464.349	490.700	-5,37	3,72
Bacalao	438.501	418.377	4,81	3,51
Bacaladilla - Lirio	392.003	404.586	-3,11	3,14
Trucha	324.156	343.932	-5,75	2,60
Palometa	192.300	207.331	-7,25	1,54

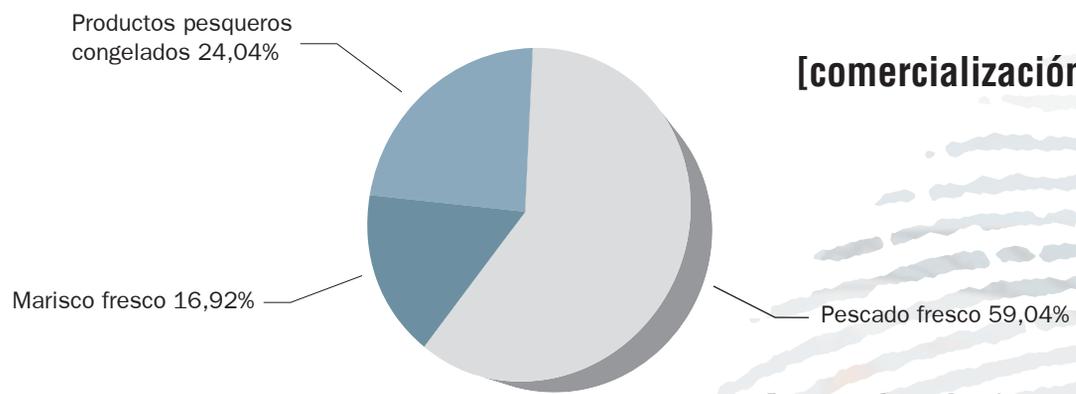
mariscos frescos (kg)

PRODUCTOS	2010	2009	Dif. Relativa %	% sobre familia
Mejillón	874.584	867.127	0,86	24,44
Pulpo	462.672	457.095	1,22	12,93
Calamar	455.496	437.094	4,21	12,73
Almeja	295.700	285.866	3,44	8,26
Nécora	186.153	190.341	-2,20	5,20
Gamba	134.923	132.057	2,17	3,77
Buey	128.236	131.067	-2,16	3,58
Centollo	70.012	74.743	-6,33	1,96
Bogavante	53.342	50.812	4,98	1,49
Chirla	44.330	47.878	-7,41	1,24
Langostino	43.924	45.381	-3,21	1,23
Bígaro	36.036	37.343	-3,50	1,01

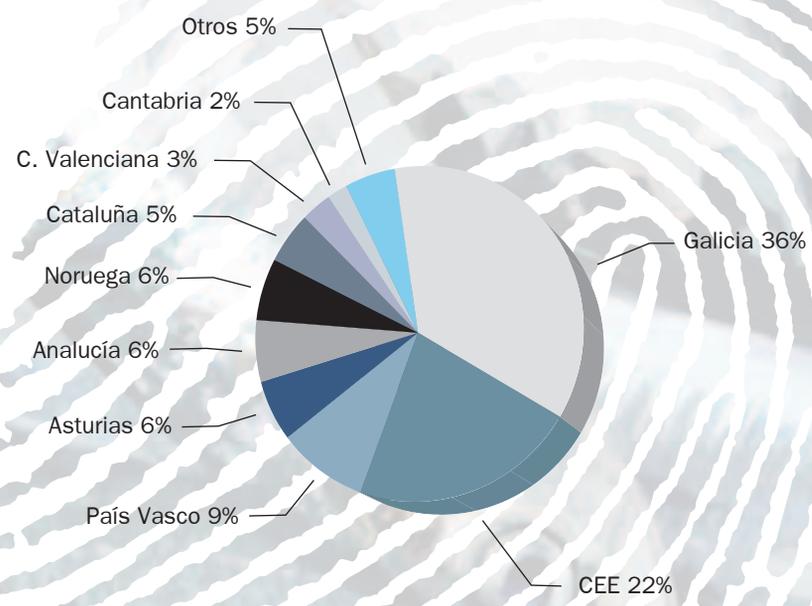
congelados

PRODUCTOS	2010	2009	Dif. Relativa %	% sobre familia
Calamar	872.425	936.782	-6,87	17,16
Langostino	647.565	690.000	-6,15	12,74
Merlúcidos	658.477	640.044	2,88	12,95
Pulpo	445.859	432.201	3,16	8,77
Gamba	449.799	462.518	-2,75	8,85
Pota	211.718	203.869	3,85	4,16
Sepia	130.740	115.413	13,28	2,57
Crustáceos	128.645	113.634	13,21	2,53
Chipirón	129.635	111.552	16,21	2,55

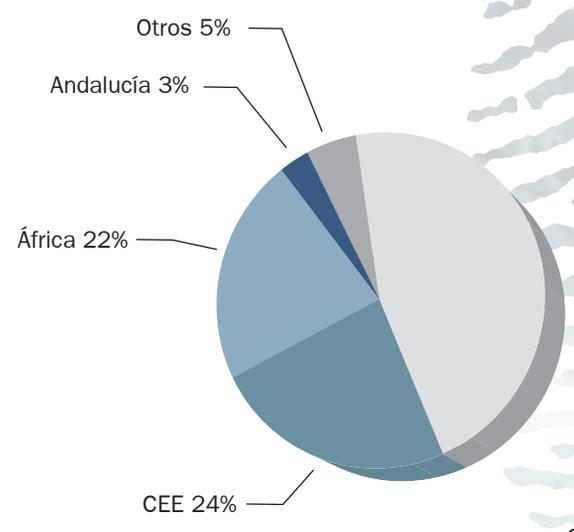
[comercialización por familias 2010 (%)]



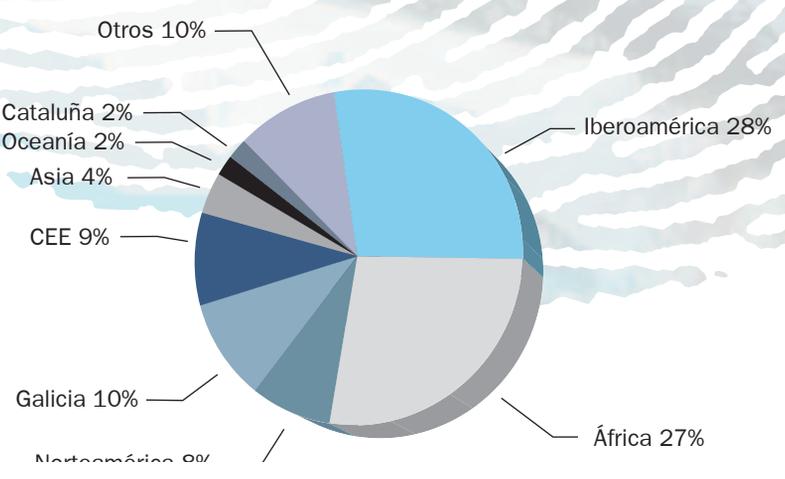
[procedencia de productos pesqueros 2010]



procedencias pescados frescos 2010 →

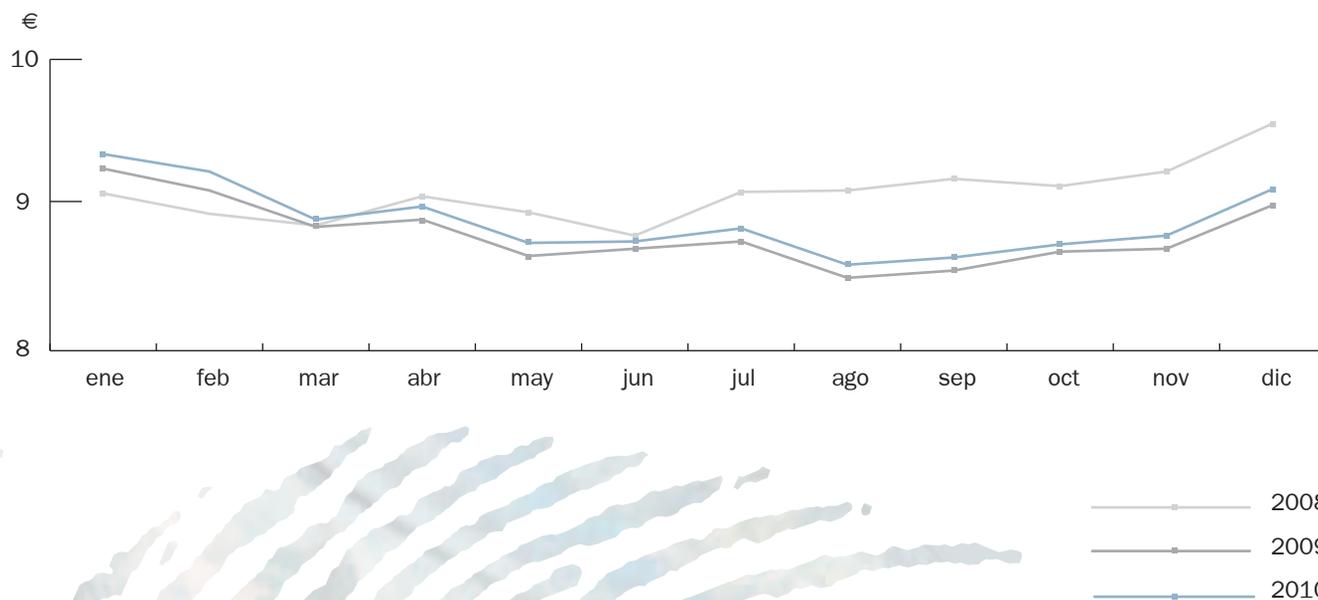


← procedencias mariscos frescos 2010

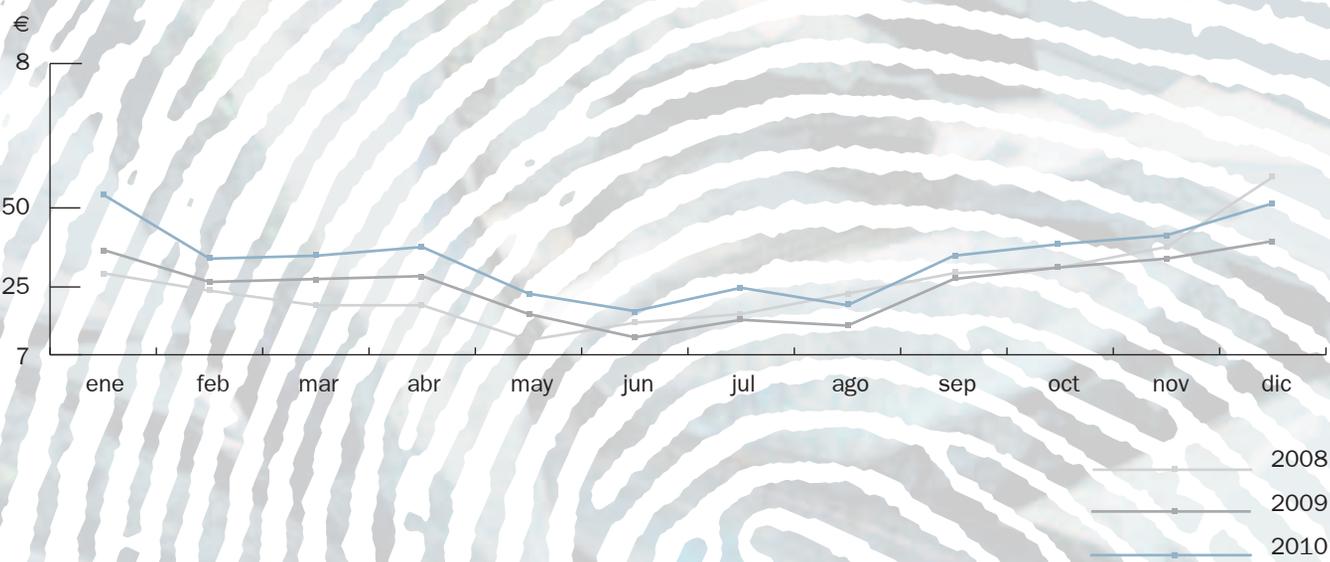


procedencias congelados 2010 →

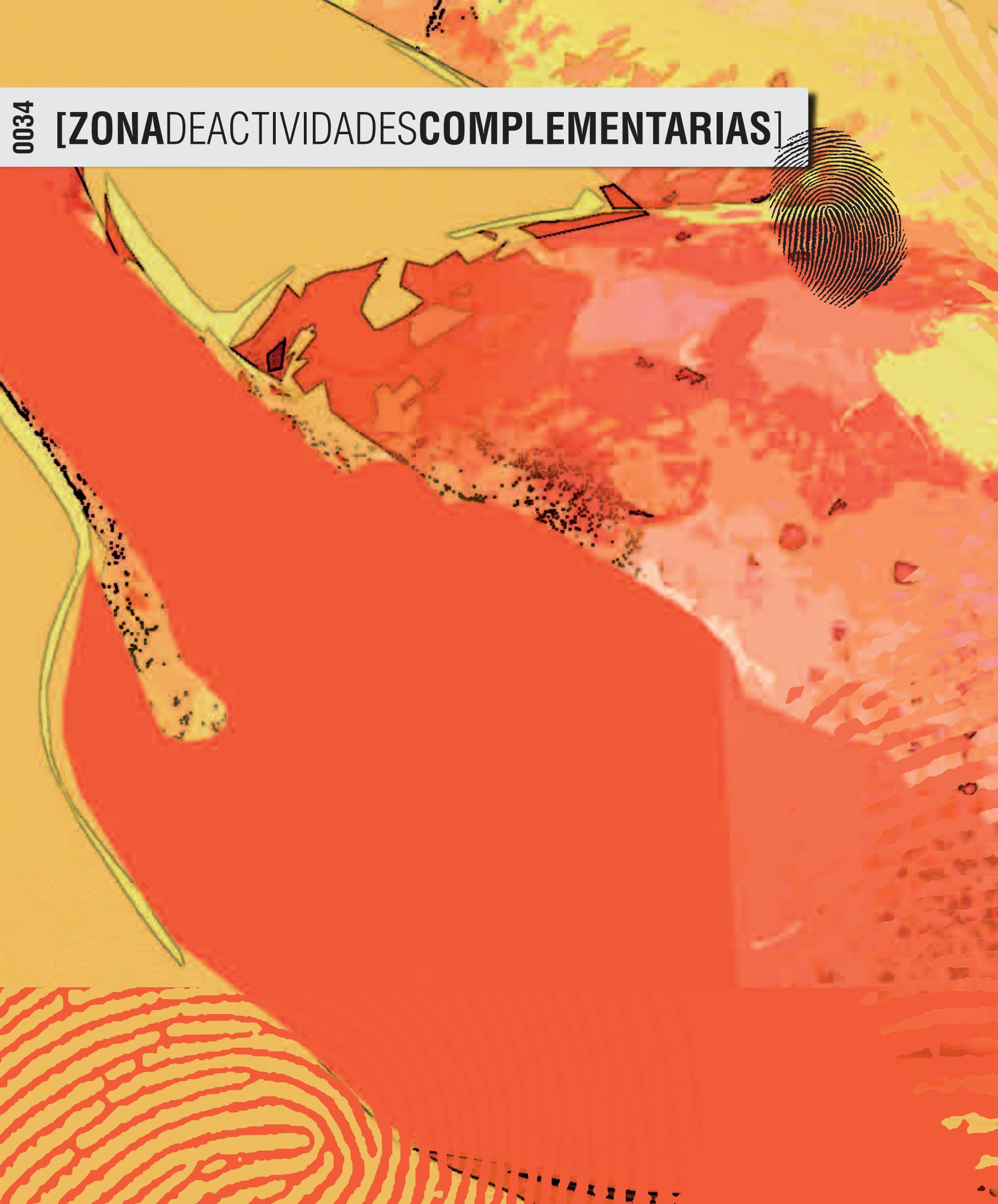
[precio medio pescados y mariscos frescos 2008-2010]

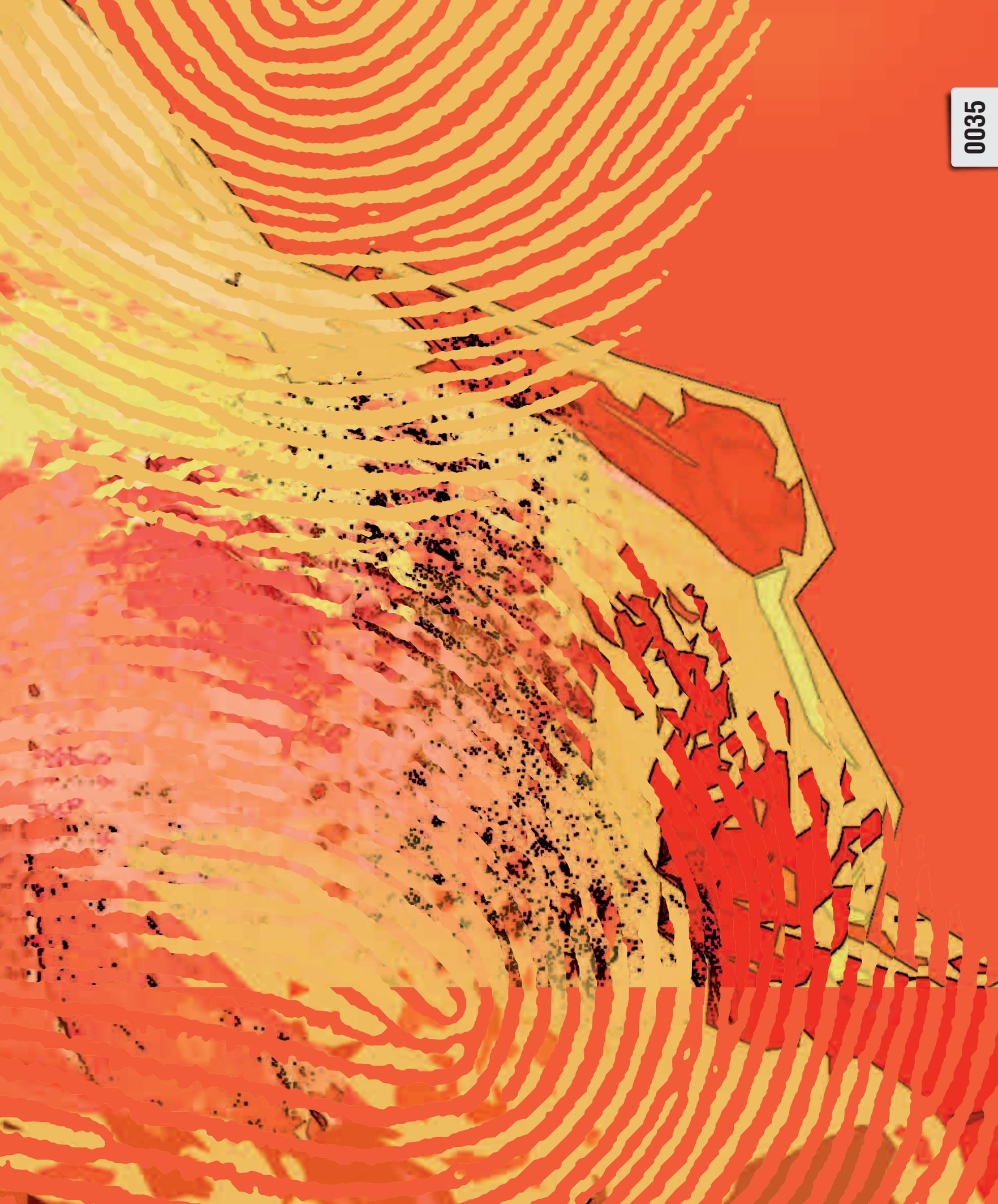


[precio medio pescados y mariscos congelados 2008-2010]



[ZONA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS]









El conjunto de empresas asentadas en la ZAC de MERCAOLID a lo largo del 2010 comercializó un total de 45.357 tm. Dato prácticamente equivalente al del año anterior.

El sector cárnico registró un volumen de entradas superior a 19.855 tm, representando el 43,77% del total de productos comercializados en la Z.A.C., con un crecimiento muy moderado del 0,08% respecto del año anterior.

El sector de frutas y hortalizas, incluidas salas de maduración de plátanos y almacenes de patatas, superó las 13.660 tm, representando el 30,12% del volumen total de productos y con un incremento del 1,75%.

El sector de productos congelados y frigoríficos de servicio registró unas entradas de 3.768 tm, representando el 8,31% del total de productos de la ZAC y con un incremento del 2,89% respecto al 2009.

Finalmente debemos destacar que el único sector que registró variaciones negativas fue el de los autoservicios mayoristas, con un descenso del 4,25% respecto al año anterior.

Como no podría ser de otra manera, a lo largo del último año los cambios producidos en los hábitos de consumo de los españoles por efecto de la crisis económica también han afectado al consumo de productos cárnicos.

De conformidad con los datos del Índice General del Comercio Minorista elaborado por el INE los productos cárnicos han registrado una variación negativa de compra de -1,7% respecto al 2009. Con descenso del volumen de compra en la práctica totalidad de carnes frescas, excepción hecha del pollo.

En concreto las carnes frescas en su conjunto, registran una desviación negativa del 3,4%; destacando en variaciones negativas la carne de vacuno (-9,7%), ovino (-10,4) y cerdo (-4,8%), y sólo registrando variaciones positivas el pollo (+1,5%). También las carnes transformadas registran variaciones negativas del -0,8%.

Como podemos deducir de estos datos, el consumidor se ha refugiado en los productos más baratos y ha aumentado el consumo de carne congelada.

Esta depresión de consumo complica aún más la difícil situación que lastra el sector desde hace años acuciado por recuperar rentabilidad. El alza de los precios de las materias primas en los últimos años y la dificultad de trasladar a sus clientes estos incrementos ha presionado mucho sus márgenes y rentabilidad.

La situación esta provocando la desaparición de muchas explotaciones ganaderas así como la reducción del volumen de sacrificio y optimización al máximo de las estructuras productivas por parte de la industria cárnica.

Sólo han encontrado respiro aquellos sectores que han encontrado salida en la exportación, como es el de elaborados cárnicos especialmente, buscando consumidores extranjeros con mayores disponibilidades de renta.

Por lo que se refiere a la actividad del sector cárnico en MERCAOLID el año fue estable en volúmenes comercializados ya que sólo creció el 0,08% respecto al 2009.

Descendió la actividad de las salas de despiece y fileteado de vacuno en -1,35% y se incrementó el despiece de cerdo y la comercialización de productos avícolas.

A lo largo del año se incorporaron nuevas empresas de productos elaborados y cerró delegación alguna empresa de productos avícolas.

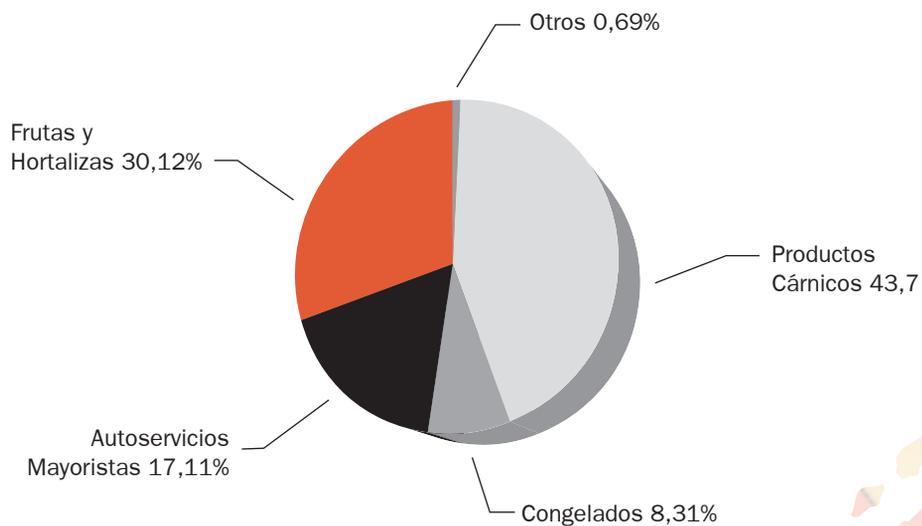
Como bien es conocido, las Zonas de Actividades Complementarias tienen fundamentalmente una doble finalidad, que es la de ampliar la oferta de productos y servicios y la de garantizar la expansión de las empresas mayoristas asentadas en los mercados, para ampliar su dotación de almacenamiento y frío o desarrollar actividades que aporten valor añadido. En este sentido dentro de la dotación espacial de la ZAC de MERCAOLID, el 41,98% del espacio tiene relación directa con empresas mayoristas de los mercados, frente al 58% dedicadas a otros sectores complementarios, donde destaca el sector cárnico con casi el 25% de la dotación espacial.

A lo largo del 2010 el grado de ocupación de la ZAC superó de media el 95% de la dotación espacial.

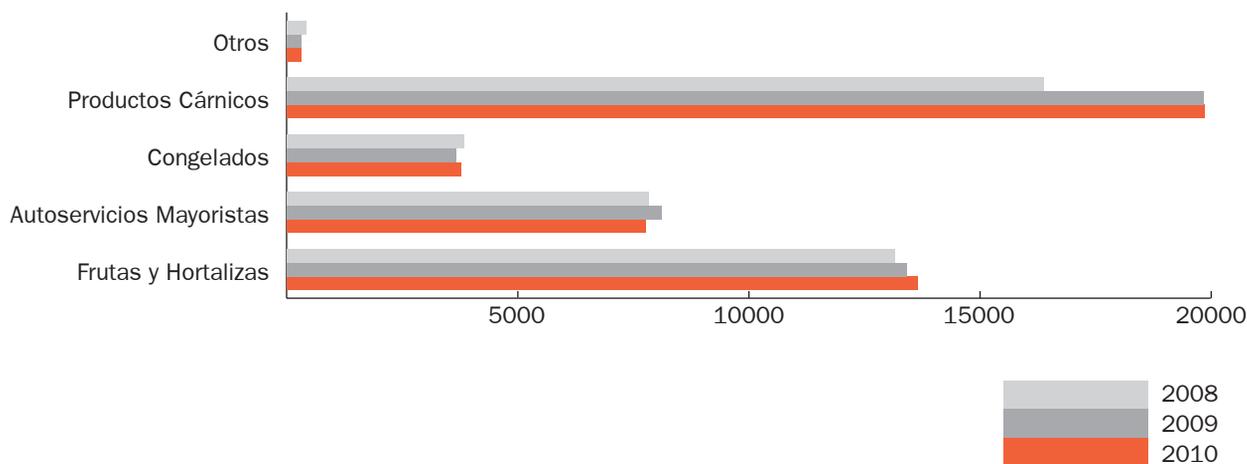
[comercialización Z.A.C. 2010 (kg)]

PRODUCTOS	2010	2009	Diferencia absoluta	Dif. Relativa %	% sobre Total
Productos Cárnicos	19.855.341	19.839.618	15.723	0,08	43,77%
Congelados	3.768.648	3.662.881	105.767	2,89	8,31%
Autoservicios Mayoristas	7.761.098	8.105.310	-344.212	-4,25	17,11%
Frutas y Hortalizas	13.660.294	13.424.747	235.547	1,75	30,12%
Otros	312.400	320.500	-8.100	-2,53	0,69%

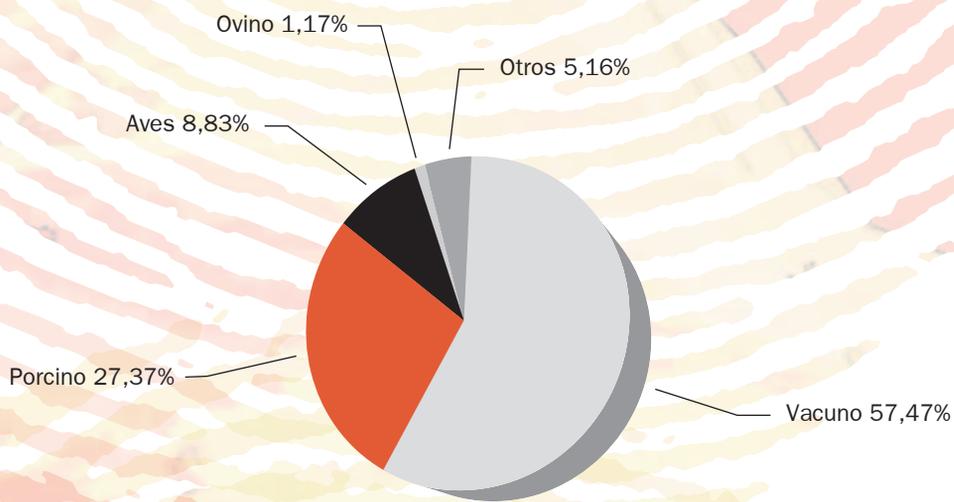
[Z.A.C. comercialización 2010 (% sobre total)]



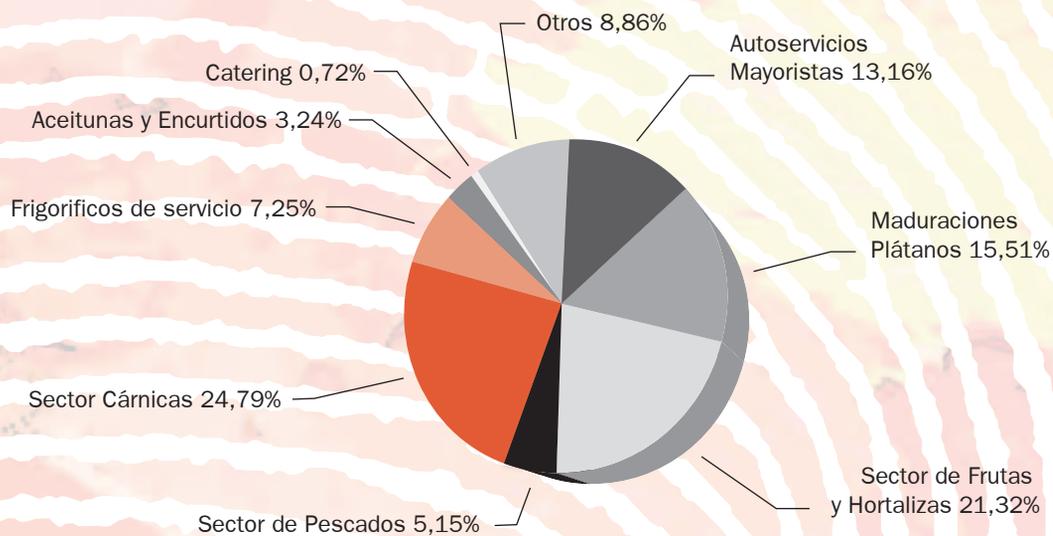
[evolución comercial 2008-2010 (Tm)]



[comercialización de productos cárnicos 2010 (% sobre total familia)]



[distribución de superficie por sectores Z.A.C.]

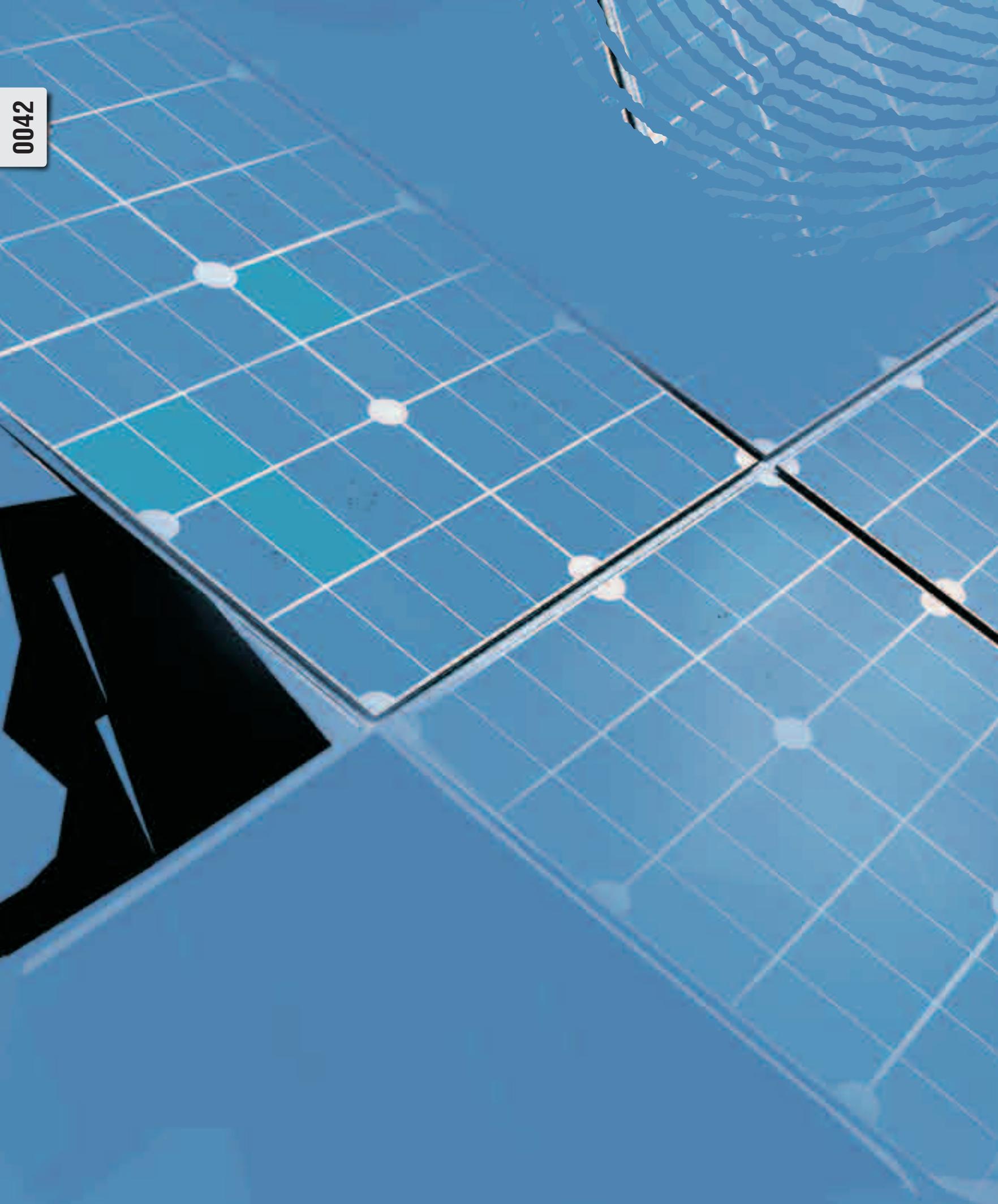


0040

[SERVICIOS Y ACTIVIDADES]









Accesos y movilidad

A lo largo del 2010 los vehículos de desabastecimiento que accedieron al recinto ascendieron a la cifra de 290.966, con un descenso porcentual del -1,93% respecto al año anterior. Datos que ponen de manifiesto una media diaria de 1.188 vehículos de días de mercado.

Desde hace unos años se viene confirmando la reducción de los actos de aprovisionamiento por parte de los detallistas y una concentración de actividad comercial determinados días según cada mercado. El Mercado Central de Frutas concentra su actividad comercial los lunes, jueves y viernes y el Mercado Central de Pescados los martes, jueves y viernes.

El registro de entradas de vehículos de desabastecimiento muestra cierta estabilidad a lo largo del año, con pequeños puntas al alza en el mes de marzo, diciembre y meses de verano.

En estos descensos, que vienen detectándose desde hace algunos años, influye sin lugar a dudas diversos factores: destrucción de tejido detallista especializado, mejora en la dotación de almacenamiento y frío de los negocios minoristas, expansión de las cadenas detallistas especializadas y desarrollo de la figura de proveedor especializado para negocios con escasa capacidad de compra.

La fluidez de entradas en los momentos de apertura de los mercados ha mejorado notablemente con la puesta en funcionamiento desde hace dos años de un nuevo acceso y con el desarrollo de la figura de "abono nocturno" que permite a los vehículos de detallistas permanecer estacionados en el interior del recinto durante la noche.

Por lo que a vehículos de abastecimiento se refiere, a lo largo del año 2010 accedieron al recinto un total de 41.741 vehículos, registrando un apenas significativo descenso del -0,30% respecto al año anterior.

La conversión de unas playas de aparcamiento en un futuro edificio destinado a nuevas plataformas de pe-

recederos va a incrementar el problema de saturación de estacionamientos en MERCAOLID, en especial para vehículos de trabajadores y elementos de transporte de las propias empresas mayoristas. Ello ha obligado a realizar estudios de racionalización de espacios e intensificación del aprovechamiento de zonas más libres.

Seguridad y Riesgos Laborales

Las Unidades Alimentarias son Polígonos Alimentarios especializados a los que diariamente acceden un importante número de personas y trabajadores y donde se desarrollan actividades prácticamente las 24 horas del día. Para ello es necesario el desarrollo de un Plan Integral de Seguridad que minimice en la medida de lo posible situaciones que afecten a la seguridad de las personas o bienes patrimoniales.

A pesar de la complicada situación socio-económica que vivimos, el año 2010 fue un año en el que no se detectaron incidentes graves desde el punto de vista de la seguridad, siendo mínimo el número de delitos cometidos contra la propiedad y resueltos satisfactoriamente en la mayoría de los casos.

Sin lugar a dudas a ello contribuye un importante esfuerzo económico de la Sociedad para dotarse de un presupuesto importante en materia de Seguridad.

En el año 2010 el servicio integral de Seguridad y Vigilancia de MERCAOLID fue adjudicado vía concurso a la empresa "Prosintel Grupo Norte", 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 (Navidad...etc)

Desde el punto de vista de la Seguridad pasiva se ha continuado realizando esfuerzos inversores para mejorar los sistemas de videovigilancia, protección y detección perimetral, desarrollo del sistema integral de alarmas y mejora de los sistemas de antiincendios de las naves y mercados.

Debido a la particularidad de las instalaciones y del tipo de actividades desarrolladas, otra línea importante de actuación de MERCAOLID a lo largo del 2010, ha sido la intensificación de acciones en materia de riesgos laborales.

En este sentido se ha profundizado en un Plan de Evaluación de Riesgos encaminado a identificar los riesgos existentes y las medidas encaminadas a la reducción de los mismos. Asimismo se ha diseñado un Plan de Coordinación de Actividades de Empresas, en desarrollo de la normativa vigente aplicable a la materia, que pretende una mejor interconexión entre MERCAOLID y las empresas asentadas en el recinto en materia de riesgos laborales.

Finalmente se han desarrollado unas normas de seguridad y salud para los usuarios de las distintas áreas, que serán divulgadas mediante trípticos y cartelera en los puntos de acceso a las distintas naves, que inciden en aspectos como normas de circulación, equipos de protección, orden y limpieza, manipulación manual de cargas, empleo de carretillas, traspaleas y rampas de carga.

Medio Ambiente

A lo largo del 2010 se ha ido desarrollando la implantación de un sistema de gestión de residuos inorgánicos (punto limpio) que da solución al crecimiento de este tipo de residuo en MERCAOLID y su posterior reutilización mediante la recuperación como materia prima.

El nuevo punto limpio pretende ampliar el objeto de residuos a tratar y recuperar. En la actualidad sólo existe implantado un sistema para dar solución al cartón y papel. El nuevo sistema se extendería a la madera, poriespan y film plástico.

Dicho sistema pretende ponerse en funcionamiento en verano del 2011, en colaboración con un operador especializado a través de la incorporación de nuevos recursos humanos y medios materiales (prensas especializadas, contenedores compactadores, jaulas especiales para el poriespan, medios móviles compactadores, ecopapeleras...etc)

El objetivo es alcanzar un nivel de reciclaje cercano al 85% de dicho tipo de residuo, para lo cual será indispensable el desarrollo de campañas de comunicación y sensibilización entre las empresas y usuarios compradores de MERCAOLID.

MERCAOLID sigue apostando por las energías limpias. A lo largo del año 2010 las instalaciones fotovoltaicas colocadas en las techumbres de las naves de MERCAOLID produjeron más de 668.000 kw de electricidad. La Sociedad esta valorando la posibilidad de realizar unas inversiones en plantas fotovoltaicas sobre techumbres de naves que en estos momentos se están construyendo en un claro compromiso con las energías renovables.

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 2010 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: 37 inspecciones diarias con controles normalizados.
 - Frutas y verduras: 226 inspecciones diarias con controles normalizados.
 - Pescados, crustáceos, moluscos: inspecciones diarias y 137 controles normalizados.
 - Carnes y derivados: 245 controles normalizados.
 - Almacenes: 34 controles normalizados.
 - Intervenciones en talla mínima de pescados y moluscos: 10 intervenciones, afectando a un total de 1.181 Kg., de los cuales 929 kg. fueron de pescados y 252 kg. de moluscos.
 - Retirada del consumo por presentar alteradas sus características organolépticas en un total de 14.408 Kg de productos diversos, correspondiendo 13.983Kg. a frutas y verduras y 425 kg. a productos de la pesca.
 - Toma de muestras para su determinación microbiológica y/o fisicoquímica, con un total de 99 muestras reglamentarias y/o prospectivas de las cuales:
 - 60 muestras correspondieron a productos y preparados cárnicos.
 - 30 muestras a pescados, moluscos y crustáceos.
 - 5 muestras a hortalizas y verduras.
 - 4 muestras a comidas preparadas.
- Como resultado de estos análisis se procedió al "cierre cautelar" de dos empresas cárnicas por presentar tasas microbiológicas superiores a las permitidas en la reglamentación, hasta subsanar esta incidencia.
- 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, la verificación del plan APPCC en Industrias.

Actualmente se ha ampliado la aplicación de estos cuestionarios a las salas de despiece y almacenes.

Obras e inversiones

A lo largo del 2010 se alcanzó un acuerdo con la compañía de Supermercados GADISA, para la construcción en el recinto de MERCAOLID y posterior arrendamiento de una nave con destino a una plataforma o central de compras de productos pesqueros.

Fruto del acuerdo se encargó la redacción del proyecto a una Ingeniería especializada con un presupuesto inicial de 562.441 euros, IVA excluido. En el año 2011 se procedió a la adjudicación vía concurso de las obras, estando prevista su conclusión para noviembre de 2011.

Asimismo, a lo largo del 2010 fue aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad, una dotación presupuestaria por importe de 120.000 euros para la apertura de una línea de subvenciones a las empresas asentadas en MERCAOLID para obras o inversiones destinadas a la mejora de instalaciones o ciclos de comercialización. Fueron atendidas más del 92% de las solicitudes formuladas, presentándose proyectos de naturaleza individual y colectivos. Entre estos últimos destacamos la ejecución de un proyecto de mejora de iluminación del mercado de pescados y de cerramiento y mejora de las condiciones climáticas de los puestos de productores agrarios.

Finalmente, y como no podría ser de otra forma, se fueron realizando todas las mejoras necesarias para un adecuado mantenimiento de instalaciones.

Educación para la salud

A lo largo del 2010 y como empresa prestataria de un servicio público relacionado con el abastecimiento de productos frescos perecederos, se han desarrollado una serie de acciones encaminadas al fomento de una alimentación sana y equilibrada. En dicho contexto a lo largo del año visitaron las instalaciones de MERCAOLID entorno a 700 escolares a través del programa municipal "Conoce tu ciudad", proporcionándoles información sobre hábitos saludables de consumo. A lo largo del 2011 está previsto, previo concierto con la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, la ampliación de esa actividad para escolares de centros educativos de la provincia de Valladolid y limítrofes.

Se atendieron también las visitas de alumnos de las Escuelas de Formación de alguna cadena de supermercados, así como la presencia vía intercambio de alumnos extranjeros a través de la Escuela Internacional de Restauración Fernando Pérez de Valladolid.

Finalmente MERCAOLID se ha adherido a la Asociación "5 al día" que tiene como fundamental objetivo el fomento de consumo de frutas y hortalizas.

Calidad

En un claro compromiso con la calidad de los servicios prestados, por octavo año consecutivo MERCAOLID tiene implantado un sistema de calidad que afecta a los principales procesos y actividades del servicio público prestado. Habiendo superado satisfactoriamente la auditoría realizada por la firma especializada S.G.S en el mes de julio de 2010.

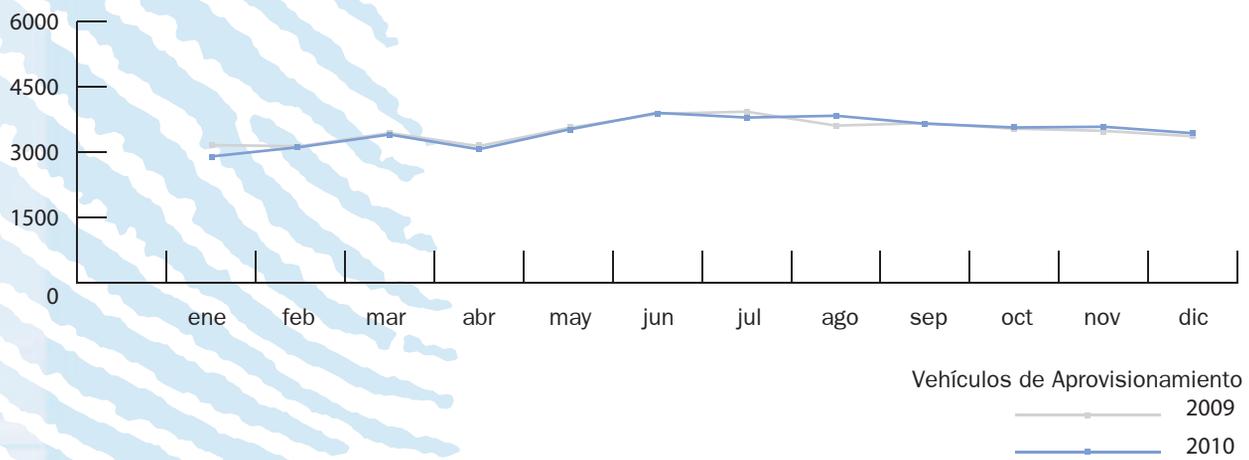
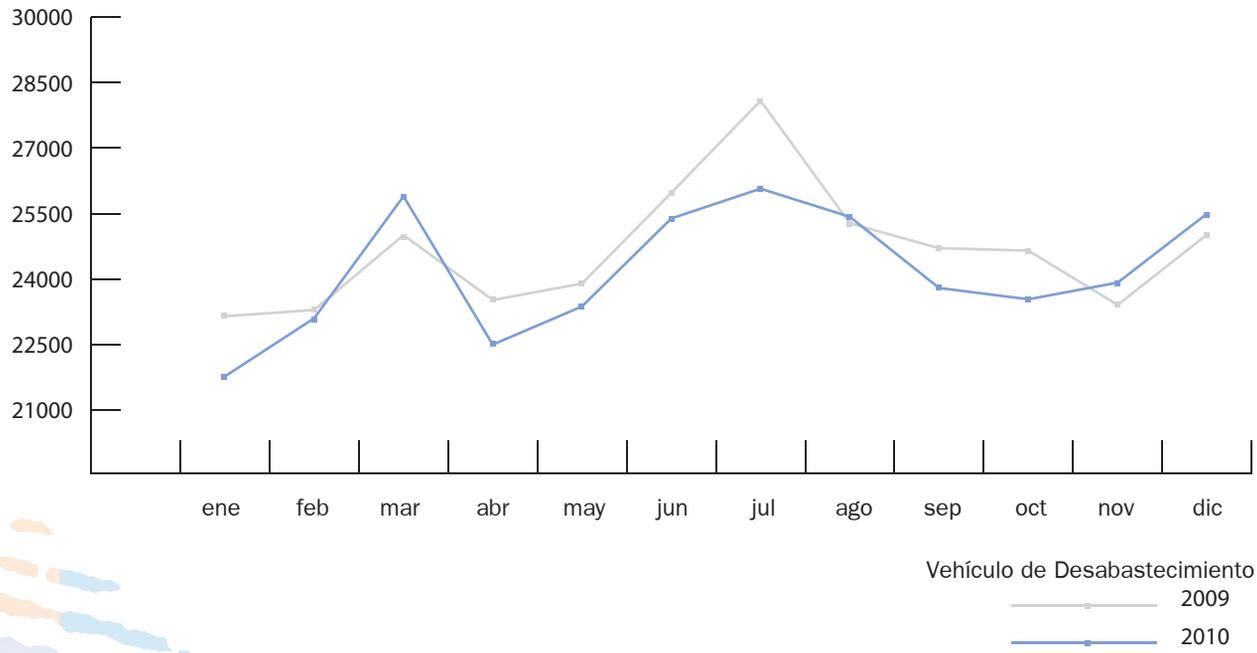
En relación con la encuesta interna realizada para la valoración por parte de los usuarios de los servicios prestados, ésta sólo fue rellenada por el 27% de los usuarios. Los aspectos objeto de la encuesta-consulta afectaron a los principales servicios prestados: limpieza, mantenimiento, seguridad y vigilancia, atención y asesoramiento por los responsables de las diversas áreas y dotación de servicios de MERCAOLID. En general los resultados son muy óptimos, con una excelente valoración de la atención y asesoramiento, así como de la dotación de servicios y en menor medida la seguridad y limpieza de instalaciones.





0046

[vehículos de desabastecimiento y aprovisionamiento 2008]







A pesar del contexto socio-económico complicado en que vivimos, los resultados correspondientes al ejercicio 2010 deben de ser valorados positivamente. Los beneficios antes de impuestos (BAI) de la sociedad ascendieron a 621.425 euros, con una variación negativa del 12,13% en relación a los resultados del ejercicio anterior. La justificación a dicha variación negativa la encontramos en las medidas adoptadas por los Órganos de Gobierno de la Sociedad en apoyo a las empresas asentadas en MERCAOLID y que fueron:

Bonificaciones en las rentas de locales o naves y de los cánones de los derechos reales de superficie con

una vigencia temporal de un año equivalentes a los índices de actualización de las mismas derivadas de la aplicación del IPC.

Apertura de unas líneas de subvenciones, con una dotación presupuestaria de 120.000 euros, para inversiones en instalaciones o mejora de los ciclos de comercialización de las empresas asentadas en MERCAOLID.

Dichas medidas han provocado una reducción de los ingresos corrientes e incremento de los gastos de explotación, minorando los beneficios antes de impuestos de la Sociedad.

La adopción de dichas medidas ha sido posible gracias a una saneada estructura de la sociedad y en base al objeto social de Unidad Alimentaria de Valladolid como prestataria de un servicio público.

Cuenta de Resultados

Los datos al cierre del ejercicio 2010 recogidos en la Cuenta de Resultados de Unidad Alimentaria de Valladolid S.A. reflejan una cifra de negocios de 2.345.395 euros, registrando una reducción del 6,47% respecto al ejercicio anterior.

Desglosada la cifra de negocio, 2.125.829 euros (90,64%) correspondieron a ingresos corrientes o propios de la actividad, reduciéndose en un 4,71% respecto al ejercicio anterior; otros ingresos periodificados de explotación (7,40%) ascendieron a 173.681 euros; los ingresos financieros ascendieron a 45.886 euros, es decir, el (1,96%) sobre el total de ingresos.

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 1.344.708 euros, reduciéndose en un 10,61% respecto al 2009; los procedentes de rentas de ocupación de la Z.A.C. (Zona de Actividades Complementarias) ascendieron a 466.686 euros, aminorándose en un 11,83%; y los ingresos procedentes de las tarifas de accesos ascendieron a 139.733 euros, decreciendo en un 4,73% respecto al ejercicio anterior.

En cuanto al capítulo de gastos, éstos ascendieron en su conjunto a 1.723.970 euros, registrando una disminución del 4,25% respecto al ejercicio 2009.

Dentro de la estructura de gastos, los gastos de administración representaron el 1,86%, los gastos correspondientes a servicios exteriores el 37,61%, los de aprovisionamiento el 4,99%, los gastos de personal el 18,32%, los gastos tributarios el 2,12%, las amortizaciones y otras dotaciones el 32,53% y los gastos financieros 2,57%.

El Resultado Económico Bruto de Explotación (R.E.B.E.) fue de 1.180.606 euros, lo que representa una disminución del 13,53% respecto al año 2009.

En el capítulo de dotaciones éstas ascendieron a 560.793 euros, correspondiendo 533.959 euros a amortizaciones por inmovilizado y 26.834 euros a dotaciones para tráfico.

Balance

Por lo que se refiere al Estado Patrimonial de la sociedad reflejado en el Balance de Situación a 31-12-2010, la cifra total de Activo y Pasivo se ha situado en 11.241.354 euros, aminorándose en 245.575 euros respecto al ejercicio anterior.

El pasivo de la sociedad refleja una estructura financiera solvente y saneada con una cifra de Recursos Propios de 7.395.796 euros, de los que el 77,84% corresponden a Fondos Propios de la sociedad.

Cabe destacar que durante el ejercicio 2010, la sociedad tiene un endeudamiento por importe de 885.262 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 31-12-2010 se sitúa en el 0,54. La ratio de disponibilidad inmediata en el 3,95% y la de liquidez en el 4,21%.

Nuevas inversiones

La Sociedad acordó la redacción de proyecto para la construcción de una nueva nave en la subparcela 7, con destino a una central de compras para una cadena de supermercados, con un presupuesto inicial calculado de 562.441 euros.

Convocado concurso, la obra ha sido adjudicada por importe de 522.958 euros, IVA excluido, y será acometida con recursos propios. La obra está prevista que concluya antes de finalizar el 2011.

El resto de inversiones son de menor cuantía y tuvieron por objeto adquisición de equipos y mejora de instalaciones.

Previsiones ejercicio 2011

A pesar de tener que acometer importantes inversiones a lo largo del ejercicio 2011, la Sociedad tiene previsto un incremento de los ingresos corrientes y una minoración de los gastos de explotación que permitirá a la sociedad tener unos beneficios antes de impuestos entorno a un 5% superiores al ejercicio 2010.

* Los estados financieros de Unidad Alimentaria de Valladolid, S.A. correspondientes al ejercicio 2010 han sido auditados por Cauder S.L.



**[unidad
alimentaria de
valladolid s.a.]**

ACTIVO	EJERCICIO 2010	EJERCICIO 2009
A) ACTIVO NO CORRIENTE	9.244.821,94	9.772.115,85
I. Inmovilizado intangible	312,09	779,31
II. Inmovilizado materiales	9.244.509,85	9.771.336,54
B) ACTIVO CORRIENTE	1.996.532,15	1.714.813,31
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	101.437,40	107.971,46
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	101.437,40	107.971,46
V. Inversiones financieras a corto plazo	1.600.094,17	1.200.094,17
VI. Periodificaciones	36.315,25	6.927,84
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	258.685,33	399.819,84
TOTAL ACTIVO	11.241.354,09	11.486.929,16

[balance de situación al 31 de diciembre de 2010]

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	EJERCICIO 2010	EJERCICIO 2009
A) PATRIMONIO NETO	7.395.796,14	7.450.051,55
A-1) Fondos propios	5.759.507,71	5.722.289,39
I. Capital	4.207.070,00	4.207.070,00
1. Capital escriturado	4.207.070,00	4.207.070,00
III. Reservas	1.052.030,89	950.481,04
VII. Resultado del ejercicio	500.406,82	564.738,35
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1.636.288,43	1.727.762,16
PASIVO NO CORRIENTE	3.418.993,19	3.631.416,31
II. Deudas a largo plazo	2.717.726,71	2.844.969,33
1. Deudas con entidades de crédito	885.262,48	973.788,74
2. Otras deudas a largo plazo	1.832.464,23	1.871.180,59
IV. Pasivos por impuesto diferido	701.266,48	786.446,98
C) PASIVO CORRIENTE	426.564,76	405.461,30
III. Deudas a corto plazo	88.463,95	88.551,75
1. Deudas con entidades de crédito	88.526,26	88.526,26
3. Otras deudas a corto plazo	-62,31	25,49
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	333.912,81	311.662,07
1. Proveedores	5.003,95	1.931,88
2. Otros acreedores	328.908,86	309.730,19
VI. Periodificaciones a corto plazo	4.188,00	5.247,48
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	11.241.354,09	11.486.929,16

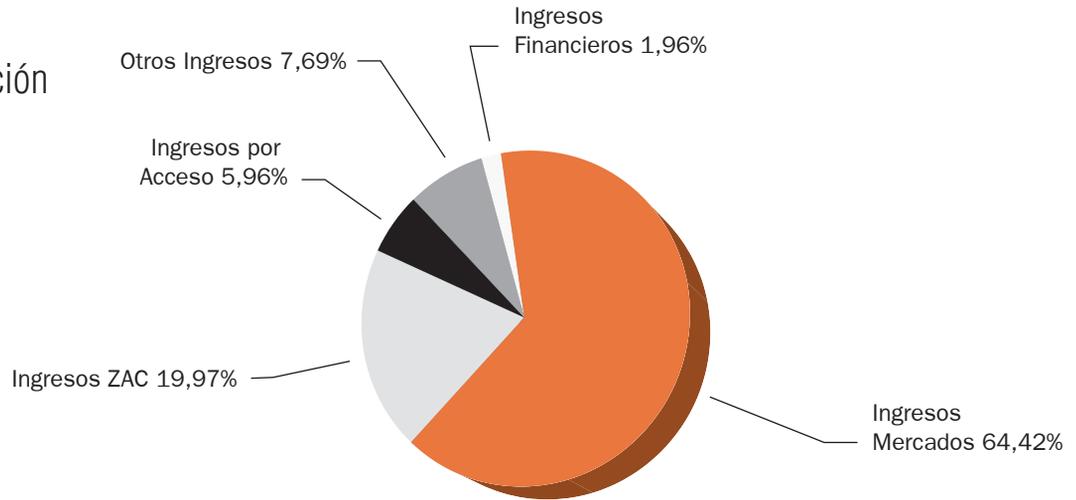
[balance de situación al 31 de diciembre de 2010]

**[unidad
alimentaria de
valladolid s.a.]**

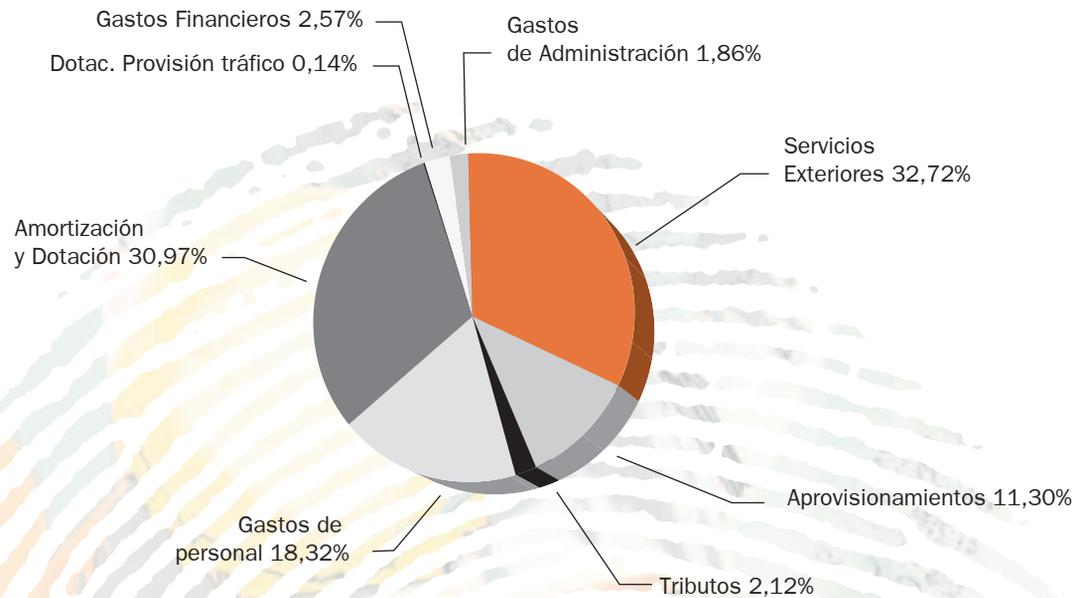
	EJERCICIO 2010	EJERCICIO 2009
Importe neto de la cifra de negocios	1.979.323,97	2.033.683,35
Aprovisionamientos	0,00	-26.324,09
Otros ingresos de explotación	189.508,66	237.595,29
Gastos de personal	-315.860,53	-307.819,91
Otros gastos de explotación	-829.876,62	-760.470,68
Amortización del inmovilizado	-533.958,61	-664.107,72
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	130.676,76	188.621,88
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	619.813,63	701.178,12
Ingresos financieros	45.885,53	47.787,66
Gastos financieros	-44.274,63	-41.766,01
RESULTADO FINANCIERO	1.610,90	6.021,65
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	621.424,53	707.199,77
Impuestos sobre beneficios	-121.017,71	-142.461,42
RESULTADO DEL EJERCICIO	500.406,82	564.738,35

[cuenta de pérdidas y ganancias ejercicio 2010]

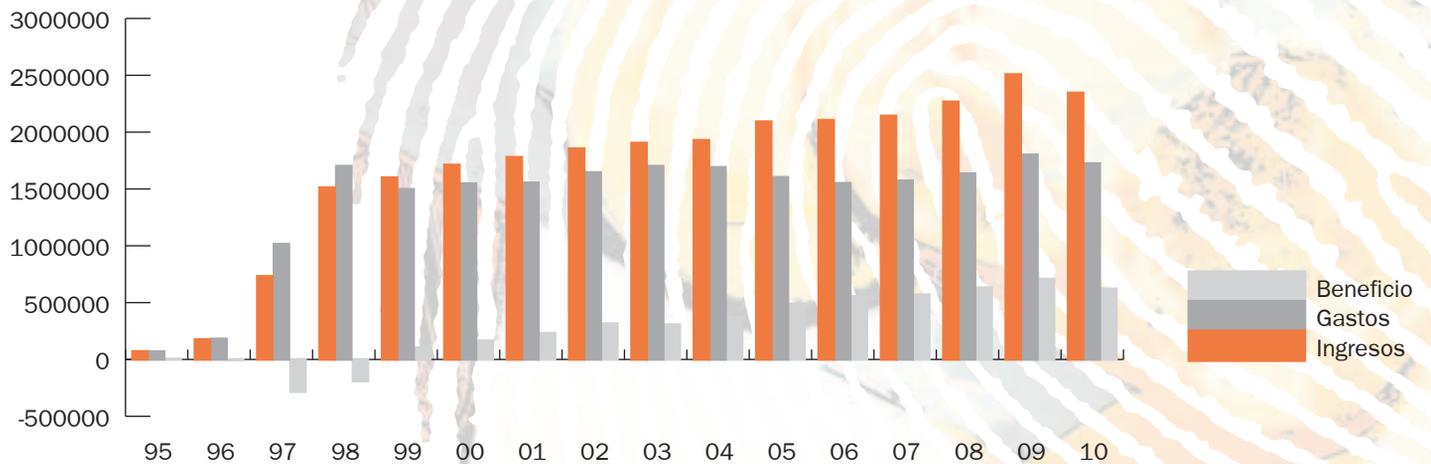
[Ingresos de explotación 2010 (%)]

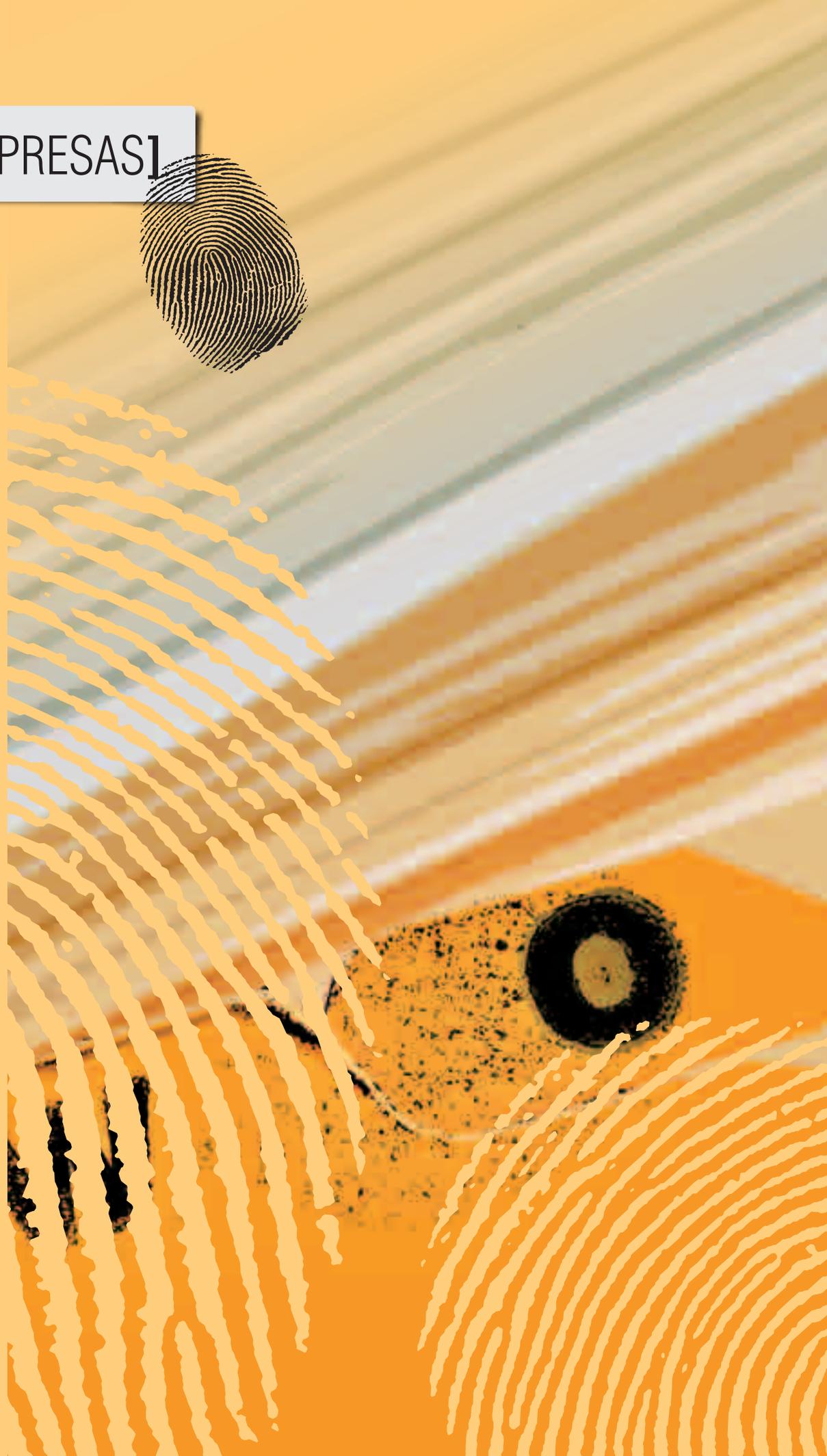


[gastos de explotación 2010 (%)]



[evolución pérdidas y ganancias]





F

K



[nave de frutas]

EMPRESA

PTO

ALMACÉN

FRUTAS TERRADOS S.L.	F-1, 2	AF-3
FRUTAS MI CAPRICHIO S.L.	F-3	AF-7
JESÚS MANJÓN MIGUEL	F-4A	AF-5
FRUTAS HNOS. MORO C. B.	F-4B	AF-5
FRUTAS ES-MO S.L.	F-5,7	AF-30,27
HORTELANOS DE MERCAOLID, S.L.	F-6	AF-29
FRUTAS EL ZAGAL S.L.	F-8	-
HORTÍCOLAS HERMANOS VIEJO, S.L.	F-9	AF-25
FRUTAS PACO CABELLO, S.L.	F-10	AF-34
FRUTAS MAGO S.L.	F-11	AF-9
SANPESAN, S.A.L.	F-12	AF-22
FRUTAS V. TOMAS S.L.	F-13	AF-10
F. FERNÁNDEZ PASALODOS E HIJOS S.L.	F-14	AF-13
COMPAÑÍA MAYORISTA FRESA S.L.	F-15,17	-
F. GENARO CAMARÓN E HIJOS, S.L.	F-16	AF-6
FRUTAS JOSE LUIS S.L.L.	F-18	AF-24
VALLCEDIS, S.L.	F-19	AF-17
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.	F-20	AF-33
VALLAFRUIT S.A.	F-21,23	AF-15,16,18
DISHORVA S.L.	F-22, F-24	AF-11,12
FRUTAS CAMARÓN, S.L.	F-25, F-27	AF-35, 36
FRUTAS Y VERDURAS MONTENEGRO, S.L.	F-26,28	AF-20,21,26
VERDEOLIVO	F-29	-
FRUTAS MARBAN S.L.	F-30, F-32	AF-31, AF-32
FRUTAS DE EUROPA TABUENCA S.A.	F-31	AF-28
TABUENCA VELASCO, S.L.	F-33	AF-14
CAMARÓN SEVILLA HNOS. S.L.	F-34	AF-2
FRUTAS HERMANOS FLÓREZ S.L.	F-35, F-36AB	AF-8

[nave de hortalizas]

0059

EMPRESA

PTO

JOSÉ LUIS FALAGAN HERNÁNDEZ	H-12A
TOMAS ARRANZ MARTIN	H-12B
MANUEL ALAMO DE LA FUENTE	VICTOR CORRAL LARA
JOSE LUIS CABERO ARIAS	H-14AB
VICENTE FERNANDEZ MARTÍN	H-16AB
JUAN HERRERA GOMEZ	H-18A
JOSÉ IGNACIO TORRES GORDONCILLO	H-18B
HORTALIZAS BAZAN,S.A.T.	H-19B
MANUEL FRAILE MARTIN y	H-20AB
TIRSO FRAILE MARTIN	H-20AB
LUIS MIGUEL DIEGUEZ GONZALEZ	H-21AB
Mª ISABEL DEL HOYO GARCIA	H-22B
HORTALIZAS HERMANOS CASADO	H-23A
CENTRAL HORTICOLA HNOS. MUÑOZ ARNAZ, S.L.	H-23B
BENITA RODRIGUEZ MORO	H-25A
JULIO EUGENIO ALONSO MANCHADO	H-25B
HORTYVAL, C. B.	H-27AB, 29AB
CARLOS GARCIA IGLESIAS	H-31A
CONCEPCIÓN ESCRIBANO GUTIERREZ	H-31B
GONZALEZ Y VERGARA, C.B.	H-33AB
JESUS ANTOLIN GARCIA	H-35A
FERNANDO ARRANZ MARTIN	H-35B
JUAN ANTONIO CABERO ARIAS	H-37AB
CESAREO FARRAN ABON	H-39A
JOSE MUÑOZ MUÑOZ	H-41B
FRIO COMPLEMENTARIO	
VICTORIANO TOMÁS	H-49AB, H-51AB, H-53AB
FRUVERGEL	H-34AB
FÉLIX GÓMEZ VARA	H-32AB
TABUENCA VELASCO	H-36 AB
J.C. CAPELLÁN LÓPEZ S.L.	H-43, 45, 47
BANCO DE ALIMENTOS	H-47AB
Mª VICTORIA RODRÍGUEZ MÁLAGA	H-57AB



[nave de pescados]

EMPRESA

PTO

ALMACÉN

VALLEJO Y MORAL S.L.	P-1	-
PESCADOS M. GARCIA, S.L.	P-2	AP-4
HIPOLITO VALDUNQUILLO CARLON	P-3	-
ARIAS CAL, S.L.	P-4	-
MACARENA SEAFOOD, S.A.	P-5	AP- 5, 6
ARGO-FISH, S.L.	P-6	-
PESCASANTIAGO, S.L.	P-7	AP-7
CLIPPER SEAFOOD, S.L.	P-8	-
PESCADOS ALBA, S.L.	P-9	AP-8, 9,10, 11 y 12 y AF-19
PESCADOS CARLOS BLANCO, S.L.	P-10	-
CONGEMASA, S.L.	P-11	-
PESCADOS TEYMAR	P-12	-
PESCAGALINDO, S.L.	P-13, 15, 21	AP-3
PESCAPASAJES, S.A.	P-14	-
AZUL MAR, S.L.	P-16	AP-14
MERCAOLID AZUL, S.L.	P-17	-
FELIX CASADO, S.L.	P-18	AP-15
FISH INTERNACIONAL LOGISTIC S.L.	P-19	-
PESCADOS ENRIQUE S.L.	P-20	AP-16
ALVAREDO CONGELADOS, S.L.	P-22	-

[locales comerciales]

0061

EMPRESA

PTO

BIOCOM, S.L.U.	-
RESTAURANTE "IBALOR-2"	-
HIELOLID-1	-
MERCAGESTIÓN	E-1
LABORATORIOS CALIDAD SISCAL	E- 1 BIS
CAFETERIA "LA LONJA"	E-5
CAJA DUERO	E-6
COYAOLID, S.L.	E-8
ORALCOOP	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
FRAIKIN	OF-2
AQM LABORATORIOS	OF-3



[zac]

EMPRESA

PTO

CASH & CARRY

MAX DESCUENTO (EL ÁRBOL)	MZ-1,3
COMERCO (DIGASA)	PZ-15 A PZ-26

MADURACIÓN DE PLÁTANOS

COMPAÑÍA MAYORISTA FRESA, S.L.	MZ-2,4
PLAVASA	MZ-6,8
DISTRIBUIDORES DE FRUTA S.A.	MZ-8',10
AGUSTÍN CUADRADO	MZ-12

DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTAS MI CAPRICHIO, S.L.	MZ-17
FRUYOR, C.B.	MZ-16B
FRUTAS SÁNCHEZ FUSTER, S.L.	MZ-21
FRUTAS EL ZAGAL	MZ-21B
VALLAFRUIT, S.A.	MZ-23
FRUTAS TERRADOS S.L.	SC-2,3
DON TOMATE GRANDES FRUTERÍAS, S.A.	SC-4, 5
ORAL COOP	E-2

MULTIUSOS PESCADOS

ARIAS CAL, S.L.	MZ-16A
ENVASADOS VIMAR, S.L.	SC-6-1
SABOR A MAR	AP-8,9,10,11
PESCAGALINDO	E-7
PESCARMAR, S.L.	E-3

CÁRNICAS

CASTELLANA DE CARNES, S.A.	MZ-13,14
CÁRNICAS CALIDAD SALMANTINA	MZ-15
FRUTAS ÁNGEL ROMERO	MZ-24
MARTÍN & GEIJO, S.L.	PZ-1
CÁRNICAS VILLACELES, S.L.	PZ-2,4
EMBUTIDOS RODRIGUEZ S.L.U.	PZ-6
LA DESPENSA CASTELLANA, S.L.	PZ-3,5,7,9,11,13
LA SANTA VACA	PZ-8,10
EMBUTIDOS VALLINA, S.A.	PZ-12
DELICATESSEN	PZ-14
T. MARCOS E HIJOS, S.L.	SC-6-2
CÁRNICAS ZARATÁN, S.L.	SC-7
CARNICERÍAS GEÑIN, S.L.	E-4

[zac]

0063

EMPRESA

PTO

CONGELADOS

CONDESA (DELEGACIÓN)	MZ-20, 22
LUÍS FERNANDO, S.L. (ALQUILER DE FRÍO)	MZ-5

OTRAS ACTIVIDADES

MKM DECOR, S.L.	MZ-7,9
ACEITUNAS DOMINGUEZ	MZ-18
PRODUCTOS MARCOS, S.L.	PZ-6
SELECCIÓN TECNOALIMENTARIA	MZ-11
CLECE (SERVICIOS SOCIALES)	MZ-24
RECUPERACIONES OLID MERCA, S.L.	SC-1





2010
mercoid
UNDO ALBERT EINSTEIN
UNDO ALBERT EINSTEIN
UNDO ALBERT EINSTEIN