

Memoria Anual 2019



Memoria Anual



El compromiso	
colectivo es la fuerza	
para crecer y consolidar	
el liderazgo del Grupo.	

Memoria Anual 2019

01	Presentación			
	Carta del Presidente Cronología Cifras de negocio	08	Estructura empresarial Equipo directivo	
02	Plan estratégico 2016-	2020		1
	Internacionalización / EMD	20 22 26	Sector no alimentación Sector perfumería SVA: Servicios de Valor Añadido Logística Sostenibilidad	3 3
03	Informe de auditoría, b	alance	individual y consolidado) 4(
04	Socios Euromadi y cola	borad	ores	6(



PresentaciónCARTA DEL PRESIDENTE

Es cierto que rendir cuentas de una organización es una obligación legal e irrenunciable. Pero para el Grupo Euromadi y por el hecho de tratarse de una organización cuya fuerza y razón de ser son sus Asociados, creo oportuno aportar algunas consideraciones más allá de las cifras. Para empezar, soy de los que piensan que el futuro siempre nos está pisando los talones y por eso nuestra responsabilidad como Grupo nos exige analizar y responder con rapidez y eficacia a los cambios constantes de la sociedad en general así como a la incesante evolución del mercado en particular.

En el sector de servicios y de la distribución, creo que podemos coincidir al decir que estamos inmersos en un cambio cultural. Un cambio que afecta al comportamiento del consumidor y a las herramientas estratégicas y tecnológicas que permiten conocer su perfil, o mejor sus nuevos perfiles. Hoy, disponemos de multitud de datos que nos ayudan a comprender mejor al consumidor y, en consecuencia, a favorecer nuestra misión, es decir, facilitar al máximo la rentabilidad de los Asociados. En cualquier caso, el consumidor es el centro de atención donde focalizar nuestra inquietud empresarial.

Precisamente y para dar respuesta a este nuevo paradigma y a su misión, el Grupo Euromadi materializó el Plan Estratégico 2016–2020 a través de 12 proyectos ya implementados y que en este ejercicio y el próximo —que conforman el último tramo de aplicación— estamos dando el impulso definitivo especialmente a los centrados en Big Data y digitalización como aspectos clave para saber del consumidor; en sostenibilidad medioambiental y responsabilidad corporativa; y en la internacionalización por el impacto que aporta a la agrupación de volúmenes y la consecuente eficiencia de márgenes y costes. Una serie de proyectos que requieren también la participación del Grupo en foros y entidades para consolidar la indispensable estabilidad normativa.

Y en este escenario llega la hora de dar la palabra a los guarismos del ejercicio, objeto de esta memoria, cuyos datos nos permiten sentirnos satisfechos porque legitiman el acierto de una estrategia que, de la mano de Asociados y Proveedores, nos ha llevado a alcanzar una facturación agregada superior a los 21.500 millones de euros en este ejercicio 2019, una cifra que supone un incremento del 11% respecto al año anterior.

Jaime Rodríguez Bertiz Presidente

La realidad objetiva del ejercicio junto al crecimiento sostenido de nuestra trayectoria, revalida la bondad del *modus operandi* del Grupo cimentado, desde su fundación, en los valores de la transparencia, la innovación, la eficiencia, la confianza y la complicidad con los Asociados y los Proveedores. A todos y a nuestro equipo gestor, comercial y administrativo quiero expresar mi profundo agradecimiento con la certeza que juntos hemos forjado la grandeza de nuestro Grupo. No lo duden, todos somos arte y parte.

La publicación de la memoria 2019 nos atrapa sumidos en la pandemia global originada por el COVID-19. Necesito y quiero agradecer de corazón a todos los integrantes de la cadena de valor que desde los puntos de venta, producción, logística, administración, en el campo, en la granja o en la distribución... todos los que a diario hacéis posible mantener esa tarea esencial y vital como es la cadena agroalimentaria. Muchísimas gracias.

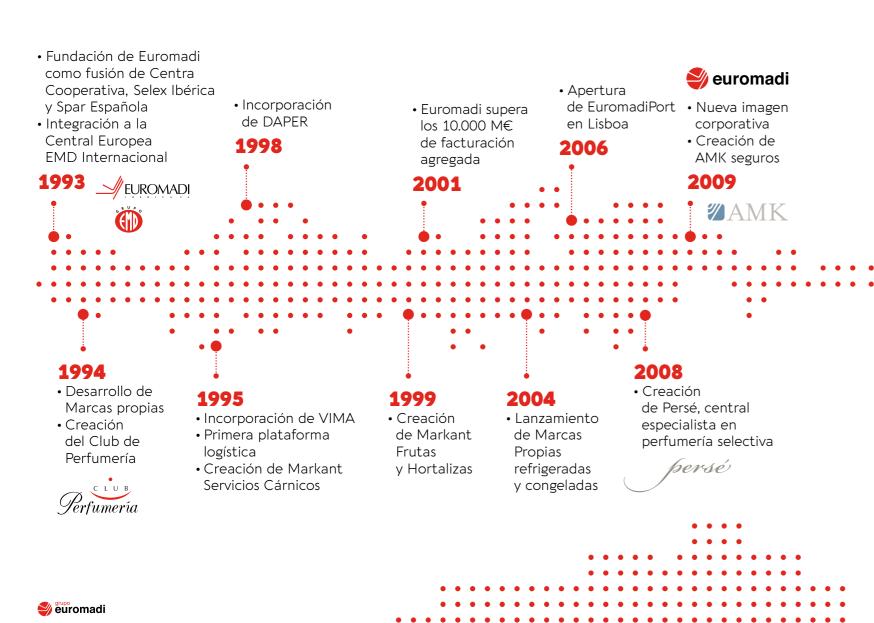
Con todo, me permito invitarles a seguir dinamizando la organización y a ratificar el compromiso colectivo para crecer y consolidar el liderazgo del Grupo. En beneficio mutuo.





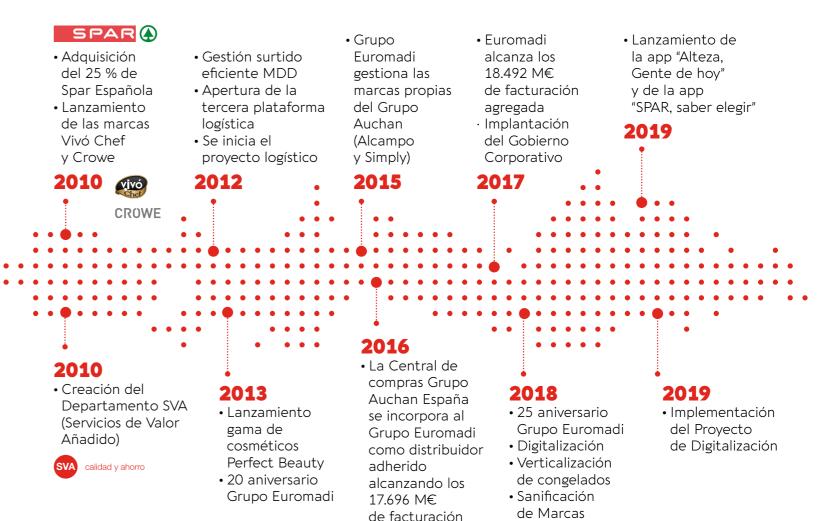


1993–2019 EPISODIOS QUE MODELAN EL GRUPO



De vez en cuando es saludable poner negro sobre blanco el relato que ha configurado tu hoy. Desde 1993. Se trata de fijar la memoria en los episodios que, paso a paso, han esculpido un modelo de negocio consolidado, de éxito y que mantiene el firme propósito de continuar por esta senda. Recordarlo nos remite a dos reflexiones. La primera aporta perspectiva, ayuda a tocar de pies en el suelo y a darse cuenta de que nada es gratuito.

Porque la realidad del Grupo se teje y se ha tejido a base de esfuerzo, ilusión, constancia, solvencia y sentido común. La segunda reflexión desvela que nuestra historia es el resultado del compromiso de cientos de personas que han desarrollado una gestión empresarial responsable y consciente, con transparencia, amplitud de miras y plena confianza en la fuerza de la unión.



agregada

Propias



Grupo Euromadi

DATOS DEL GRUPO La magnitud de los datos objetivos al final del ejercicio 2019, refleja la vitalidad y cordura de la larga trayectoria del Grupo Euromadi.

Año tras año, el crecimiento sostenido de la organización corona sus expectativas, consolida su posicionamiento como líder del mercado

nacional en el sector de la distribución, afianza la capacidad de generar respuestas satisfactorias a las necesidades de Asociados y Proveedores y, lo más importante, nos induce a pensar en futuro con sensatez, confianza y optimismo.



21.526 M€ *Ventas locales*



190.000 M€ Ventas agregadas internacionales



104.695 Empleados del Grupo



133Asociados



14.349
Puntos
de venta



+11% Crecimiento en ventas locales



390 Puntos Cash & Carry



2.176
Puntos de venta
canal PDM



Un crecimiento equilibrado y sostenido del conjunto

para diversificar y reconfigurar el ordenamiento

de la estructura de la organización en pro de consolidar la competitividad, la rentabilidad

y las expectativas de los Asociados.

de las empresas del Grupo perfila su visión estratégica

Grupo Euromadi

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A lo largo de los años la evolución del sector de la distribución conlleva la necesidad de reconfigurar la organización para sobreponerse a los retos que la competitividad y la cota de rentabilidad requieren. En nuestro Grupo, la réplica a este desafío se afronta desde el primer día con determinación y una mirada global e innovadora.

Actualmente, la posición del Grupo como Central de servicios –más allá de estricta central de compras-refleja una actitud diferencial con la finalidad de generar estrategias posibles y eficientes de alto valor cualitativo. En este sentido, la diversificación de servicios y proyectos ha sido y es uno de los activos fundamentales del Grupo y, de hecho, la causa de la creación de ocho empresas que constituyen la estructura societaria del Grupo Euromadi.

Diversificación y crecimiento equilibrado

Los parámetros que permiten evaluar y valorar el volumen, liderazgo y crecimiento global del Grupo vigorizan su visión estratégica en la medida que todas y cada una de las ocho sociedades han aumentado su volumen de negocio en este ejercicio y los anteriores, un apunte que indica que se trata de un crecimiento equilibrado, sostenido y transversal. En este mismo apartado se especifican y se apunta brevemente el área de actividad de las empresas.





Es la marca histórica del Grupo bajo la cual se desarrollan la planificación estratégica, las relaciones corporativas, la gestión de las marcas de fabricantes y la dirección empresarial del Grupo Euromadi.



En 2009 se creó esta sociedad para la gestión global de los seguros de los Asociados aportando una considerable reducción de coste en las pólizas de los Asociados del Grupo.



Creada en 1989 para la importación de productos de bazar. Con el tiempo ha ampliado su gestión a los sectores del producto fresco—frutas, hortalizas, carne, pescado—, congelados y no alimentación.



Esta compañía participada gestiona la enseña y tiene la titularidad en exclusiva de la marca SPAR en España. La empresa cuenta con 13 Asociados y 1.140 establecimientos con un volumen de facturación en 2019 de 1.480 M€.



Desde 1994, la sociedad pilota la gestión integral de las marcas propias. En 2004 incorpora a su portafolio las marcas propias en refrigerados y congelados, en 2017 la centralización de congelados mediante la gestión de surtidos eficientes y en 2018 la sanificación de productos de marcas propias.



En 2008 se constituyó la empresa como central especialista en Perfumería Selectiva. En los últimos años ha incorporado la creación de marcas propias exclusivas.



La experiencia del Grupo Euromadi en España activó en 2009 el desarrollo del modelo de negocio ejerciendo de Central de Compras y Servicios en Portugal.



Euromadi es miembro fundador de esta sociedad creada en 1993 a través de la cual se gestionan los acuerdos supranacionales de marcas propias y de marcas de fabricante. EMD está activo en 20 países y su cuota en el mercado europeo es del 14 %.



Grupo Euromadi

EQUIPO DIRECTIVO

Experiencia, dinamismo y conocimiento nos permiten conocer y entender al consumidor, tender puentes con los Proveedores e interpretar las claves para adaptar nuestra oferta de productos y servicios en términos de calidad y rentabilidad para los Asociados y de satisfacción para sus clientes.

Ejes y gestión corporativa

A modo de síntesis, el equipo directivo elabora y gestiona los planes estratégicos a corto y medio plazo en los que subyacen tres pautas: mantener el core business fundacional, es decir, incrementar la capacidad competitiva de los Asociados, facilitarles recursos para incrementar la cobertura de las necesidades de consumo de sus clientes y dotar al Grupo de herramientas para el mayor conocimiento del consumidor.

Actualmente, la complejidad del nexo consumidor-mercado incrementa notablemente el número de decisiones a tomar en mucho menos tiempo, con lo que dar las respuestas adecuadas requiere buen gobierno y colaboración entre todos los órganos corporativos y los comités de Asociados que gestionan la organización.



Jaime Rodríguez Bertiz Presidente



José M. Rodríguez Monteys Consejero Delegado



Antonio Font Soler Director General

Partiendo de la premisa que la gestión directiva del Grupo es parte del equipo de los Asociados, su tarea se centra en dar las respuestas que mejor se ajustan a las demandas de los clientes finales.



José Martínez Castro Director Área Comercial



Jaime Font Arnó Director Área Financiera



Pedro Rodríguez Monteys Director Área Jurídica



Iñaki Olaizola Juango Director Markant



José Antonio
García Enrici
Director
de Sistemas



Anna Fossas Felip Directora Recursos Humanos



Federico
Alcántara Vila
Director Club
de Perfumería



Daniel Vila Mondelo Director Arquitectura IT y Nuevos Proyectos





euromadi

17

Plan estratégico 2016-2020



José M. Rodríguez **Montevs** Consejero Delegado

El año 2019 nos ha acercado a la fase final de implantación del Plan Estratégico 2016-2020, cuyos doce proyectos han gozado de una favorable acogida entre los Asociados. La gestión, junto con los socios, de estos proyectos liderados y dinamizados por Euromadi, han comportado su óptima implantación.

Con esta complicidad estamos transitando hacia el nuevo Plan Estratégico 2021-2023, con la mirada puesta, por un lado, a esta nueva realidad de

> la era poscovid-19 en la que estamos inmersos y, por otro, a la incesante movilidad de los mercados.

> > La eficiencia, el consumidor y la sostenibilidad fueron los tres puntales -identificados como críticos en 2016- sobre los que se asentó el diseño del plan estratégico. A día de hoy, el feedback de su desarrollo anticipa una evaluación positiva y nos impulsa la planificación del nuevo Plan 2021-2023 cimentado en los mismos tres pilares, con más razón si cabe, porque siguen siendo cruciales y más protagonistas en la nueva normalidad.

Los 12 proyectos



{plan estratégico 2016-2020}

Eficiencia

El precio y la capacidad de competir será fundamental en los próximos años. Por eso el Plan Estratégico desarrolla e implementa proyectos que permitan a los socios competir en un mercado complejo y saturado.



y baja rotación



Operaciones In & Out



Centralización de congelados



Logística marca de fabricante



SVA inversiones



Consumidor

La saturación de la oferta comercial exige entender al cliente como pilar básico de la estrategia y situarlo en el centro de nuestras decisiones. Por eso el conocimiento del consumidor es una herramienta imprescindible para la gestión de los negocios y el objetivo se centra en detectar sus demandas para tener la capacidad de darle respuestas satisfactorias.



Innovación



Surtido eficiente



Fidelización



Big Data



Sostenibilidad

La realidad actual de las empresas no debe permanecer ajena a la realidad social, por ello solidaridad y sostenibilidad son valores que hemos de tener presentes en el día a día de las compañías. Por eso y por responsabilidad social corporativa, debemos fomentar y desarrollar acciones que reviertan en la sociedad bajo el criterio de creación de valor. Por fortuna, las nuevas generaciones son cada vez más exigentes y requieren más información sobre las prácticas sostenibles de las empresas.



Sanificación productos de marca propia



Desarrollo "Mundo Fresco"



18 **Memoria Anual** 2019

Internacionalización EMD INTERNACIONAL

La satisfacción del consumidor cierra el ciclo de nuestra gestión con acuerdos transnacionales en beneficio para el proveedor y para nuestros socios.

La apuesta por la internacionalización del Grupo Euromadi constituye otro aspecto clave vinculado a la economía de escala y la reducción de costes, es decir, a la eficiencia del modelo de negocio. Euromadi, como miembro fundador de la mayor central de compras europea (EMD-AG/European Marketing Distribution), se beneficia de las negociaciones y acuerdos con Proveedores multinacionales tanto a nivel de costes como de distribución logística, lo que se convierte en ventajas para sus Asociados.



La mayor eurocentral de productos de gran consumo.

Alta capacidad de agregación de volúmenes para generar una cuota de mercado del 14 %.



(European Marketing Distribution) La competitividad y potencial de una organización de distribuidores que

agrupa organizacio-

nes de 20 países.

EMD-AG

{internacionalización} 19

190.000 M€

Ventas agregadas





Marcas de fabricante EFICIENCIA Y RENTABILIDAD

Una vez más, el punto de encuentro y la colaboración recíproca entre el Grupo Euromadi y los Proveedores reside en estimar al fabricante como partner porque estamos en el mismo lado de la mesa. Por eso, compartir estrategias con el fin de descubrir nuevas áreas de crecimiento y entender la innovación como creadora de valor, son las claves para que los acuerdos reviertan en beneficio mutuo y de los Asociados.

Escalabilidad Sin duda se tr

Sin duda se trata de la piedra angular para competir en un mercado complejo y para dotar de eficiencia a la organización, es decir, de capacidad de reducir costes e incrementar márgenes. Efectivamente, la implementación de la economía de escala o agregación de volúmenes permite a los Asociados acceder a esa dilución de costes para consolidar su capacidad competitiva y de adaptación a los retos del mercado. Afortunadamente para el Grupo, la evolución de volúmenes por áreas de verticalización, en el ejercicio 2019, ha sido altamente favorable con un incremento que oscila entre el 6 y el 45%.

Lo mismo ocurre si se analizan los resultados por sector, los cuales continúan en crecimiento positivo y superior al del resto de la competencia en Alimentación y Cash&Carry, y con un relevante incremento del 12% en el canal PDM (Perfumería y Droguería Moderna) dato que permite, un año más, liderar el mercado con una cuota de mercado del 60%.

Compartir conocimiento para saber del consumidor y dar respuesta satisfactoria a cada uno de sus perfiles.

Digitalización | Fidelización

La apuesta del Grupo Euromadi para continuar operando en términos de eficiencia y rentabilidad para sus Asociados, tiene como punto de partida la progresiva individualización del consumo debido a la incorporación de nuevas generaciones, con pautas alejadas de lo estándar, y a la consecuente irrupción de valores emergentes como la salud, el tiempo o la sostenibilidad. Atender con éxito la diversidad de la demanda que, además, coincide en un mismo punto de venta, requiere conocer la conducta de todos los perfiles de consumidor y la implementación constante de nuevas herramientas de gestión para satisfacer a los consumidores y fortalecer su fidelización.

En este sentido, ha sido prioritaria la implementación del proyecto *Big Data* y fidelización como la herra-

mienta idónea para entender mejor los comportamientos y reacciones del consumidor. Así, la toma de decisiones, más allá de la intuición, se canaliza a través del análisis de los actos de compra para conocer las necesidades y hábitos de consumo y adecuar los lineales a las demandas del consumidor.

Verticalización | Surtido eficiente

En el contexto de la eficiencia, la implementación del proceso de verticalización se desarrolla con la indispensable colaboración de Asociados y Proveedores. Los primeros porque están en primera línea para preservar la buena salud de sus negocios, y los Proveedores porque son expertos en identificar nuevas necesidades que les permitan nutrir el mercado de los productos y categorías de producto más adecuados y acordes a la demanda.

En Euromadi entendemos el proceso de verticalización desde la raíz: analizar las tendencias, detectar necesidades comunes y desarrollar proyectos de manera centralizada para poder suministrar proyectos de verticalización como el proyecto de congelados, los servicios de valor añadido, el surtido eficiente, etc.

Las experiencias llevadas a cabo por nuestro Grupo revelan que estas acciones verticales funcionan como lo acredita la implantación de estos y otros proyectos en más del 50% de nuestros socios.







Marcas propias y sanificación

PROLIFERACIÓN DE NICHOS

Las marcas propias conforman una parte importante del volumen de la cesta de la compra por lo que la implantación del proceso de sanificación de las más de 2.500 referencias es vital para alcanzar y satisfacer la diversidad de demandas de los nuevos consumidores en las que aspectos asociados a la alimentación (calidad, salud, alergias, proximidad...) van de la mano de otras de tipo social (disponibilidad de tiempo, comodidad...). La punta del iceberg del éxito de las marcas propias reside en el entendimiento y sensatez entre la Central y los Proveedores.















EMDBRAU Powerking









Atomización del consumo

Plantear e implementar cualquier estrategia o proyecto exige conocer la evolución del mercado para afrontarlo con éxito. Sin duda, la atomización del consumo es uno de estos cambios cruciales que más afectan al sector de la distribución producido por un mecanismo muy simple: al inevitable factor calidad/precio que condiciona la decisión de compra, emergen factores que inducen a que el modelo del consumidor actual, quiere encontrar en "su" punto de venta y de forma fácil y rápida, no solo lo que busca, sino también productos frescos, comida preparada de calidad así como variedad de frutas y verduras. En segundo lugar, quiere una buena marca propia alternativa y, finalmente, percibir un ambiente agradable y profesional que proporcione una buena experiencia de compra.

La aportación del *Big Data* ya citado, afronta la atomización del consumo y permite sistematizar los nuevos nichos de productos alimentarios derivados de estos intereses por la salud, las intolerancias y alergias, la demanda de productos más naturales, de proximidad y sostenibles y de calidad. Por eso, el Grupo Euromadi desarrolla una amplia gama de productos premium, bio, más naturales, bebidas alternativas a la leche como las de soja, arroz o avena y otros productos sin alérgenos como el gluten o la lactosa.

El Big data afronta la atomización del consumo y permite sistematizar los nuevos nichos de productos alimentarios derivados del valor de la salud y el bienestar.

Necesidad de tiempo

Vinculado al valor que los nuevos perfiles de consumidor otorgan al disponer de tiempo, la categoría "Platos preparados" está incrementando día a día su presencia en los lineales de los puntos de venta. Para dar réplica a esta nueva realidad, el Grupo Euromadi ha creado en 2019 la marca propia "Rikisssimo", una gama de productos de calidad elaborada inicialmente con tres líneas de recetas: cocina tradicional, italiana y mejicana. El grueso del desarrollo y promoción de Rikisssimo se lleva a cabo en 2020.



euromadi







Marcas propias y sanificación

SALUD, TIEMPO Y SOSTENIBILIDAD

La satisfacción del consumidor cierra el ciclo de nuestra gestión con acuerdos transnacionales en beneficio para el Proveedor y para nuestros socios.

Sanificación

Parece evidente la eclosión de las valores de salud y bienestar y la preponderancia que adquieren en la sociedad actual, así como otros aspectos relacionados con la proximidad, la sostenibilidad o el bienestar animal. Por eso la alimentación healthy y de calidad formula otro reto que nuestra organización interioriza para dar la respuesta oportuna a través, principalmente, del proyecto de sanificación implementado en los productos de marca propia y que comporta la reformulación de los productos de acuerdo a las expectativas actuales.

Por ello no solo estamos trabajando para cumplir con la estrategia NAOS, sino que vamos más allá reduciendo ciertos ingredientes no beneficiosos y resaltando aquellos que aportan beneficios nutricionales.

Y todo esto a través de dos vías: por un lado, mediante una propuesta específica de reducción de ingredientes no recomendables (grasas, azúcares, sal, grasas hidrogenadas, etc.)

y, por otro lado, a través de una planificación de potenciación de propiedades saludables (fuente de calcio, ácidos grasos omega-3, fuente de proteínas, etc.).



La segunda aportación es la información clara y exhaustiva plasmada en el propio packaging: productos con el sello de bienestar animal, productos con envases reciclados o reciclables y la creación e incorporación del picto "Quiérete más" para evidenciar los atributos y ventajas saludables de los productos.

Cabe destacar el lanzamiento en 2019 de dos apps para dotar de valor añadido a nuestras marcas propias y ampliar la información sobre los atributos nutricionales y alérgenos. El proceso de sanificación en este año, ha supuesto la presencia en el mercado de más de 100 referencias de marcas propias.























animal



Sostenibilidad





Centralización de congelados VERTICALIZACIÓN Y LOGÍSTICA

Relacionado con los proyectos de verticalización y logística, la centralización de congelados se adscribe a la senda del éxito experimentada en los sectores de productos frescos, alimentación seca y no alimentación.

El análisis y la gestión de datos nos proporciona la información precisa para gestar esta iniciativa y dar respuesta al crecimiento, por encima de la media, que experimentan los congelados para convertirlos en categoría de presente y de futuro. Realmente, el sector de los congelados se acomoda a los nuevos hábitos de los consumidores que desean tiempo y premian la comodidad.

La centralización de congelados como apuesta de futuro de una categoría de producto con alto recorrido.

Obietivos

26

Obviamente, el primer objetivo de la centralización de congelados es el de incrementar las ventas garantizando la eficiencia y el surtido adecuado a cada necesidad. La centralización facilita también la gestión de los Proveedores, proporciona ahorro y posibilita la mejora del precio de venta final de una categoría en expansión. Por eso se ha convertido en una nueva herramienta alineada en el marco de los objetivos del Grupo reportando beneficio a nuestros Asociados y a los clientes finales que compran en sus tiendas.

A nivel funcional, la centralización de congelados agrupa toda la gestión en un solo almacén adecuando el servicio de entrega desde la plataforma principal hasta nuestros Asociados. Asimismo, prioriza garantizar, con una única gestión, la implantación de un surtido eficiente adaptada a los distintos tamaños de puntos de venta de los socios y que sean, a la vez, establecimientos más atractivos y competitivos.



Verticalización

{centralización de congelados}

La eficiencia logística es la pieza fundamental para el éxito de la centralización de congelados y la garantía de almacenamiento eficaz, la trazabilidad y la entrega de producto en los puntos de venta del Asociado.

Actitud y aptitud para el compromiso de los Asociados y el pacto con los Proveedores para alcanzar mejoras que repercutan en la oferta, el ahorro y la rentabilidad de los puntos de venta.



Hoy, la recopilación y análisis de datos es la herramienta informática esencial para la efectividad de la toma de decisiones y para el máximo aprovechamiento de las sinergias logísticas.



Implantación de campañas para la dinamización de los puntos de venta con la puesta en marcha de acciones promocionales resultantes del acuerdo entre los Asociados v el Grupo.





Gestión

Markant es la sociedad filial del Grupo Euromadi

creada para desarrollar y gestionar productos de

alimentación – y no alimentación – en exclusiva para

sinergias a través de la agregación de volúmenes para

suministrar productos de calidad y surtidos eficientes que aporten incremento competitivo y rentable.

regionales –la tipología más común entre los socios

La caducidad propia de la naturaleza de los produc-

del sector en su cometido de cumplir las expectativas

del consumidor que demanda calidad, proximidad y

amplitud de oferta. Para dar respuesta a esta realidad, el proyecto "Mundo fresco" del Grupo Euromadi

fija sus objetivos en la capacidad de adaptar estas demandas a cada zona sabedores de que el consumi-

dor de hoy las reconoce y proporcionan valor en la

relación entre el punto de venta y sus clientes.

tos frescos hace sensiblemente compleja la gestión

de Euromadi– un modelo muy bien posicionado

por el hecho de tener la capacidad de gestionar

localmente y obtener, a la vez, ventajas globales

derivadas de la escabilidad.

Mundo fresco

Estas consideraciones hacen de las empresas

sus Asociados. Su misión, a partir del conocimiento del consumidor, es aplicar la capacidad de generar

ESTRATEGIA Y DISTRIBUCIÓN



Los hábitos alimentarios y saludables de los nuevos consumidores han propiciado el ascenso de los frescos a la categoría de sector estratégico de la distribución alimentaria.

Las nuevas generaciones y el concepto "la salud es lo principal" están transformando los hábitos alimentarios y consecuentemente la distribución de los productos frescos y, significativamente, los propios puntos de venta en los que el producto fresco toma cada vez más protagonismo, una nueva coyuntura en la cual la decisión de compra se determina más allá de la relación calidad/precio.

El proyecto "Mundo fresco" es la respuesta a la priorización de la salud, un concepto muy interiorizado por nuestra sociedad.



Proyecto "Mundo fresco"

La gestión de frescos (frutas, hortalizas, carnes, etc.) conforman hoy una de las grandes categorías de producto y requieren grandes acuerdos con los Proveedores para obtener los mejores estándares en la relación calidad/precio.



Mercado nacional

Los productos de proximidad conforman nuestra preferencia y el conocimiento del mercado nacional nos facilita alcanzar satisfactorios acuerdos con nuestros Proveedores.



Importación

El suministro de productos de calidad durante todo el año conlleva la importación de frutas y verduras frescas de países tales como Francia, Italia, Chile, Costa Rica, Panamá, Perú o China.



Productos cárnicos y avícolas

Los acuerdos con el sector avícola permiten sostener un precio estable durante todo el año.



Pescado

La gestión nacional y de importación de frescos cierra el ciclo con la compra de pescado con especial esmero en la logística para asegurar la cadena de frío desde el origen hasta el punto de venta.



Sector no alimentaciónLA COMPRA INTEGRAL





El Grupo Euromadi gestiona el sector no alimentación a través de su filial Markant. En este ámbito ofrece a sus Asociados módulos de producto de menaje, bazar, textil o electrónica, aportando valor añadido a los establecimientos de alimentación. La generación de nuevas oportunidades de negocio se completa con la oferta de otros módulos de carácter estacional tales como juguetería, Navidad, camping-playa, vuelta al cole, etc.

La selección exclusiva tanto de productos de fabricación nacional como de importación directa, permite el suministro de productos con una excelente relación calidad/precio con el fin de facilitar la rentabilidad de los Asociados.

La respuesta eficiente y segura en productos de no alimentación para completar el ciclo de la estacionalidad en el punto de venta.

Módulos de producto Grupo B4

Compaginar la minimización de estocaje con el surtido eficiente en el punto de venta es clave para optimizar gestión, logística, rentabilidad y satisfacción del cliente. Para ello, la estrategia que aplica Markant se identifica como Grupo B4 y se basa en 3 tipos de acciones: oferta de módulos de productos clusterizables, acciones In&Out y campañas promocionales.

Todos los módulos *non food* son clusterizables en función de las necesidades de los diferentes supermercados de nuestros Asociados lo que supone una media de ahorro en torno al 25 % en los precios de coste sin generar stock ni almacenaje de ningún tipo de mercancía.



Showroom

En la sede central de Euromadi, Markant dispone de un *showroom* donde ver los productos y gestionar los pedidos para unificar volúmenes y obtener precios lo más competitivos posible.



Campañas promocionales

Sin duda la estacionalidad genera episodios de consumo específico a los que Markant responde con productos competitivos reforzados con campañas promocionales.



Acciones In&Out

Son las promociones propias de la oportunidad y del impulso de compra, que bajo la variable más buscada por el consumidor, es decir, el precio, Markant pone en manos de sus Asociados.



Sector perfumería

EFICIENCIA Y RENTABILIDAD





Desde sus inicios el Grupo Euromadi gestiona el canal PDM (Perfumería y Droguería Moderna) y en 2008 fundó la empresa filial Persé para desarrollar el canal de perfumería selectiva.



Club de Perfumería: liderazgo en el canal PDM

Los datos del análisis del sector son rotundos: continúa el crecimiento positivo y superior al resto de la competencia con un relevante incremento del 12% en el canal PDM, hecho que consolida el liderazgo del Club de Perfumería en el ejercicio 2019 con una cuota de mercado próxima al 60% refleiada especialmente en los productos de cuidado personal y belleza. El conocimiento del consumidor y de las tendencias del mercado son la base de la eficiencia a través de una operativa basada en los mecanismos que de manera transversal articula el Grupo Euromadi, es decir, escabilidad de volúmenes, verticalización y surtido eficiente, tanto en los productos nacionales como de importación. La actividad comercial del Club de Perfumería es el otro pilar donde se asienta su liderazgo con un doble tipo de aportación que constituye la naturaleza del

Por un lado, la actividad se centra en las diferentes categorías massmarket de productos de higiene, cuidado personal y perfumería así como los de limpieza y droguería. Por el otro, en el que cabe resaltar su singularidad, la significativa participación activa del Comité del Club, de los socios y de los grupos de trabajo de detallistas y mayoristas que, en su conjunto, contribuyen a la dinamización del Club y al desarrollo de las campañas promocionales como Top Market y Beauty Bonus, así como la publicación de catálogos estacionales. No cabe duda, que el modelo de actividad es causa y efecto de la bondad de los resultados del Club de Perfumería.

Conectar y satisfacer al consumidor para mejorar la competitividad de los socios



Persé: el mercado selectivo de perfumería

Filial del Grupo Euromadi especializada en la distribución del mercado selectivo de perfumería. En su estrategia comercial, la central Persé actúa en dos vertientes. Por un lado, la negociación de acuerdos estratégicos con determinadas marcas del mercado selectivo de perfumería con el fin de proporcionar surtido de calidad y rentabilidad a los Asociados.

La segunda fórmula consiste en el establecimiento de vínculos comerciales con Proveedores de marcas exclusivas para el desarrollo de marcas propias y marcas exclusivas en diversas categorías como maquillaje, tratamiento o accesorios, destinadas únicamente a las empresas asociadas al Grupo.

Marcas exclusivas que marcan la diferencia

Ante la irrupción imparable del comercio online, la actividad de Persé se focaliza en la ampliación del surtido de marcas propias y exclusivas a través de acuerdos de colaboración que impulsen la diferenciación respecto a otros operadores.

A nivel interno, una serie de actuaciones han marcado la ruta del ejercicio 2019, entre las que destacan la creación de experiencias relevantes para los clientes basadas en el concepto *Hair Salon* así como el desarrollo del universo de nuestra marca *Lola make up* con la incorporación de productos de las categorías de maquillaje y tratamientos faciales y corporales adaptados a la percepción y sensibilidad de los clientes.



SVASERVICIOS DE VALOR AÑADIDO



Los Servicios de Valor Añadido (SVA) se conciben como un plus de ventajas y ahorro para los Asociados en productos y servicios de autoconsumo que constituyen uno de los mayores costes de los Asociados en partidas de gastos e inversiones.



Sistematización

Optimizar costes por volumen de compra implica ahorro para los Asociados en partidas importantes de gastos e inversiones.



Ventaia:

Productos de autoconsumo, seguros, inversiones e infraestructura, un plus de ventajas al servicio de los Asociados del Grupo Euromadi.



En el contexto de la eficiencia y para acrecentar la capacidad de reducir costes, el Grupo Euromadi se sustenta en el departamento de Servicios de Valor Añadido para desarrollar otros proyectos al servicio de sus Asociados basados en la agregación de volúmenes.

Así, categorías como bolsas de papel, energía, renting de vehículos, carburantes, consumibles, material de oficina, entre otros, son algunas de las partidas en las que la aplicación de criterios de escalabilidad generan ventajas y mejores condiciones en las partidas presupuestarias de los Asociados.



SVA gestiona y negocia servicios adicionales con los principales Proveedores del mercado atendiendo a la mirada global del Grupo.



Otra de las partidas de mayor gasto que repercuten en las cuentas de los Asociados, son las primas de seguro. Euromadi cuenta con la correduría de seguros AMK para dar soporte en esta materia.

Los Asociados de Euromadi se benefician de productos negociados y contratados de manera global con las principales aseguradoras del mercado, dando soluciones eficaces y rentables a sus Asociados en este tipo de operaciones.



{servicios de valor añadido}





Logística

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA FUSIONADAS

En nuestro Grupo la eficiencia logística se entiende como gestionar a la perfección el círculo que dibujan a diario los fabricantes, los centros de distribución, las rutas y la entrega a los Asociados.

Logística, innovación y tecnología fusionadas para optimizar la cadena de suministro y convertir las redes logísticas del Grupo en las más eficientes del sector gestionando 30.000 rutas anuales.

Presente y futuro

A la par que la evolución del mercado, la dinámica logística debe considerarse siempre en futuro y, en este sentido, plantea 3 nuevos retos: aumentar la presencia de marcas líderes en nuestra plataforma a la que hoy más de 50 fabricantes ya confían sus entregas. En segundo lugar, utilizar las ventajas de las nuevas tecnologías en conectividad y compartir información relevante para planificar y gestionar stocks. Finalmente, posicionar la logística como base donde apoyar los nuevos proyectos del Plan Estratégico de la compañía.

Eficiencia hasta el punto de venta

La naturaleza y bondad del sistema logístico permite una extraordinaria eficiencia en términos de calidad de servicio y de rentabilidad. A día de hoy, la capacidad del Grupo absorbe el grueso de las preparaciones de picking de referencias de media y baja rotación con lo que reduce stocks y optimiza lineales, hasta el punto de que los socios, bajo la divisa servicio/fidelización cliente, pueden pedir incluso una pequeña entrega en función de sus necesidades.



Proyecto de media y baja rotación

La centralización de productos de media y baja rotación para reducir stocks y optimizar lineales es uno de los activos esenciales de los planes estratégicos de presente y de futuro del Grupo.



Transporte responsable

En el contexto del compromiso con la sostenibilidad, el Grupo Euromadi gestiona de manera eficiente las recogidas y entregas minimizando el tráfico y el impacto medioambiental.



Compromiso de servicio

La alta capacidad tecnológica del sistema permite facilitar a Asociados, fabricantes y transportistas la gestión de pedidos y entregas de manera eficaz ahorrando tiempo y combustible.



Centros logísticos

Actualmente el Grupo Euromadi cuenta con tres plataformas logísticas dotadas de la tecnología más avanzada para ejercer de puente entre la Central y los Asociados.



Proyecto congelados

El crecimiento del sector de congelados motivado por los nuevos perfiles de consumidor convierten el proyecto en una pieza clave de la estrategia de presente y de futuro del Grupo.





Sostenibidad

PILAR DEL PLAN ESTRATÉGICO



La sostenibilidad es uno de lo tres pilares del Plan Estratégico e incrementa año tras año su relevancia no solo en acciones específicas sino como factor decisivo en la gestión integral de la compañía.

Desde el punto de vista empresarial, la sostenibilidad genera nuevas oportunidades de negocio, promueve la innovación y mejora la reputación y el respeto medioambiental de las compañías. Por ello Euromadi está activamente comprometido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por las Naciones Unidas desarrollando acciones concretas en las áreas que conciernen a su actividad corporativa.

Sostenibilidad, ética empresarial y responsabilidad social corporativa son parte esencial del alma de la compañía.

Compromiso

Es sabido que la problemática medioambiental requiere respuestas globales. A pesar de ello, en el Grupo Euromadi pensamos que las iniciativas a nivel individual, empresarial o colectivo tienen una enorme importancia. Este compromiso activo se desarrolla en acciones relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible relativas a la seguridad alimentaria, la salud y el bienestar, a la producción y consumo sostenible así como en las alianzas para conseguir los 17 ODS.

En el mismo contexto, la Responsabilidad Social Corporativa es un factor estratégico de gestión, encaminado a generar confianza, con la certeza que la evolución positiva de nuestra organización está vinculada al cumplimiento de los compromisos económicos, sociales y medioambientales que establecemos con Asociados, Proveedores, empleados, consumidores y la sociedad en general.



Actitud

Para Euromadi la Responsabilidad Social es en realidad una actitud que impregna la gestión global de la organización y su cometido es el de integrarla en las estrategias corporativas.



Respeto

Por la salud y el medio ambiente, Euromadi desarrolla productos en pro de la salud y el bienestar animal, así como productos con materiales reciclados de marca propia en pro del respeto medioambiental.



Proyectos solidarios

Entre otros, Euromadi sigue apoyando proyectos solidarios con la Obra Social de San Juan de Dios que desarrolla su labor en ámbitos sociosanitarios, infancia, salud mental e investigación.



Informe de auditoría. Balance y cuenta de pérdidas y ganancias 2019

42



Informe de auditoría de cuentas anuales emitido por un auditor independiente

A los accionistas de Euromad Ibérica, S.A.:

Opiniór

Hemos auditado las cuentas anivales de Euromaid Ibérica, S.A. (la Sociodad), que comprenden el balando a 31 de diciembro de 2019, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cumbios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la miemonia correspondientes al ajercicio terminado en dicha fecha.

En relestra opinion, las coentas antilates acjuntas expresant en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimono y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2019, asi como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejectico terminado en é cha fecha, de confirmidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se denidica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y entenos contables cuntenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoria de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoria de cuerdas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describon más adolante en la sociada Responsabilidades del auditor en reliación con la auditoria de las cuertas acuertas de nuestro informe.

Somos independentes de la Sociedad de conferendad con los requentrientos de ética, incluidos los de ridependencia, que son aplicables a nuestra auditoria de las cuentas anuales en España según lo exigido por la riormativa reguladora de la actividad de auditoria de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servidos distintos a lins do la auditoria de cuentas in han conouvido situaciones o ordenstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada nomistiva reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que so haya visto comprenentia.

Consideramos que la evidencia de Audroria que hernos obtenido proporciona una base suficiente y adequada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoria son aquellos que, según nuestro jucio profesional, han sido considerados como los nesgos de incorrección material más significativos en auestra auditoria de las cuentas anuales del período actual. Estos nesgos han sido halados en el contexto de nuestra auditoria de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra operión sobre éstas, y no expresiones una opinión por separado sobre esos nesgos.

Price vaterhouseCoopers Auditores, S.L., Asiaguda Dagonol, 640, 6601/Barachana, España Tel.: +34 942 322 200 / 432 902 004 10, Free +44 944 959 932 reacceptions

R U major agree 200 to be, 75 to be 257 for \$ 654 lacker At the digital of \$100 for \$100 for



Europeadi Ibenea, S.A.

Otra información: Informe de gestión	
inherente de incorrección material	De lede elle inchemos identificado incidencias significativas ni om signis de informacine refevantes.
rrisgnitud y el volumen de las oberaciones que se realizan y en consecuencia, en el ricago	para ideolifical portidas invisuales o irregulares.
Nos centramos en el reconno miento de ngreshs por condiciones comerciales dada la li	Taint: én revisamos los asientos carrabilizados is quentas de ingresos por condiciones converçales
oriter olda devengo	conditiones convertiales
membrio de las quentas anuales adjuntas o chos ingresos derivados de estas relaciones o cuercia es so recenho en función del	Adicionalmente, se ha obtan do contimiso ón por porte de tenderos de una muestra de ingresos po
fal como se incida en la nota 4 n) de la	cuentas anyanga anya anya anya anya anya
publicedad	politicas para el recondo miento de ingresos debilladas en la nota 4 ni de memora de las
de rappels, y gestion de promociones y	a provoedores, evaluando ad ciena mente las
negodiscion global de condiciones comerciales y linandienas, pagus a provocidoros y cobros	prevendants de los asociades de la Sociedad, as como la factiva y la refeción de pagos realizados
asociados de la Sobiedad y los proveedores de estas, en las que se incluyen la	condiciones comerciales venticando la existencia de acuerdos comerciales suscritos con los
pandipalmente, en la controlización con diversas relaciones existentes entre los	Validações una muestra de ingresos por
actividad de la Sholedad consiste,	configures currenciales.
Fall como se mendiona en la nota 1 d) de la meniona de las ribentos arribakes adjuntas. Ta	Evaluación el diserco de los controles internos ciave entorpo al reconocimiento de ingresos por
Reconocimiento de ingresos por condiciones comerciales	
Aspectos más relevantes de la auditoria	Modo en el que se han tratado en la auditoría

La ctra información comprende exclusivamente el informe de giestron del ejarcició 2019, quya formatación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad y no forma parte integrante de las quentos aquales.

Nuestra opininn de auditima sobre las tuontas anuales no cubre el crimine de gestion. Nuestra responsabilitad sobre el informe de gestión, de confurmidad con lo exegido por la normaliva reguladora de la notividad de auditoria de cuentas, consiste en eva de enforme rector la comportança del informe de gestión con las cuentas anuales, a partir del concomiento de la entidad obtenido en la festivación de la aciditoria de las citadas cuentas y significante información distribución de la aciditoria de las citadas cuentas y significante la consiste en evaluar e informar de siel contenido y presentación de informa de gestión son conforma, il la normativa que resulta de aprisación. Si, bisandonos en el trabajo que hemias realizado, concluinos que existen incorrect de serviciones la hamba dialgudos a informar de el o

Sobro -a base del habajo realizado: segun lo descrito en el parrafo anterior, la información cue contiene el informe de gestion concuerda con la de las quentas anuales del operado 2019 y su contenido y cresentación son conformes a la normaliva que resulta de ablacción.







Foromadi (benen, S.A.)

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales

Lus administrariores son responsables de formular las cuentos anuellos adjuntas, de forma que expresen la imagen (let del patriminio ide la situaçión financiera y de los resultados de la Sociedad, de confirmidado con el marco normativo de informacion i hanciera uplicable a la entidad en España, y del control informo que consideran recursado pasa permitir la preparación de cuentas anuales ibres de confrección material, debido a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuates. Jos administratores son responsancies de la sulcración de la repaindad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionam ento i excelando, según corresponda i las cuesticios reformadas con la empresa en funcionam ento y oblizando el principio contrabilide empresa on funcionam ento excepto si los administradores tienen intención de Inquidar la sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa real sita.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoria de las cuentas anuales

Neestros objetivos san obtener una segundad razonable de que las quentas anuales en su computo están litinos de incorrección material, debida a traude o error y em trico informo de auditoria que contiene nuestra opinion

Seguridad razonable es un allo grado de segundad pero no garantiza que una auditor a realizada confirmedad con la normal vo reguladora de la actividad de auditorio de cuentas vigente en Escaña sicripro defecte una escorrección materia, uyando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o entre y en consideran materiales se, individua mente o de forma agregada puede criverse nazonablemente que influyan en las decisiones económicos que los usuarios toman dasandose en los cuentas anuales.

Como parte de una auditor la de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditorial ide disentas vigente en Espana, aplicamos nuestro jad o profesional y mantenemos una actitud de osceptio smo profesional durante foda la auditorial También.

- Identil namas y valoramos los desgos de incorrección material en las quentas anua es, debida a france o error disentenos y autornios procedire entes de auditoria para responder a tichos desgos y poloriente y autoriona substente y adetentido para proporcionar una base para nuestra opinioni blinesgo de no delegar ma incorrección material debida a fraude us mismo evade que en el caso de una incorrección material debida a simor, ya que el focuse puede implicar colosión, falla ficación, omismos debedadas imprificado nos incordos procesos el actualdo del control interno.
- Obtanumos concomicado del contro interno relevante para la fundicina con ofini de diserror
 procedar les los de auditoria que soan adocuacos en funcion de los circumstancos, y no con la
 finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del crintol interno de la entidad.
- Evaluamos si las políticais cirritables aplicadas son adecuadas y la zazonaci réad de los estenaciones contables y la correspondiente estremación revolada por los administradores.



Euromadi Inérica, S.A.

- Concluimos sobre si es adecuada la utilización por los administradores, doi principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoria obtenida, concluimos sobre si existe o no una incerticumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capanidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento. Si noncluimos que existe una incortidumbre material, se requiere que l'amêmos la atonción en nuostro informo de auditoria subre la correspondiente información reveleda en las cuertas anualtes o, si dichas revelicaciones no son adecuadas, que expresentos informo modificada. Nuestras conclusiones se basan en la exidencia de auditoria obtenida hasia la fecha de tuestro informe de auditoria. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que la Sociedad deje de ser una um presa en funcionamento.
- Evaluamos la presentación global, la estrectura y el contenido de las cuentas ancales, incluida la infirmación revoluda, y si las cuentas anuales representan las transanciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

Nos comunicamos con los administradores de la entidad en relación con, entro otras questiones, el alcande y el momento de realización de la aportoria plandificados y los hallazgos significativos de la aportoria, así como qualquien deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la aportoria.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación a los administradores de la entidad, determinantes los que han sido de la mayor significatividad en lo auditoria de las cuentas anuales del penodo actual y que son, en consequencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoria savo que las disposiciones legares o reglamentanas prohiban revelar públicamente la cuestión.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. (\$0242)

to Defraty

Francisco Joaquín Oraz Garcia (20240)

23 de atr.l de 2070

Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya

Amatomes & F

12:30 % SEC 032:4

IMPRINT COLAREGAL: 94,00 EUR

Interest of authors in complete beings

a la terrestate of authors in complete
pagaments a titleogramma





Balance

ACTIVO	2019	2018
A) ACTIVO NO CORRIENTE	6.624.646,78	6.545.689,92
I. Inmovilizado intangible	111.553,31	75.946,38
3. Patentes, licencias, marcas y similares	0,00	0,00
5. Aplicaciones informáticas	111.553,31	75.946,38
II. Inmovilizado material	4.317.224,91	4.208.738,40
1. Terrenos y construcciones	3.449.287,49	3.460.733,26
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	867.937,42	748.005,14
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	1.771.364,46	1.771 .364,46
l. Instrumentos de patrimonio	1.771 .364,46	1.771 .364,46
V. Inversiones financieras a largo plazo	378.409,35	441.742,85
1. Instrumentos de patrimonio	339.038,68	401.426,10
5. Otros activos financieros	39.370,67	40.316,75
VI. Activos por impuesto diferido	46.094,75	47.897,83

B) ACTIVO CORRIENTE	241.818.657,01	246.868.031,91
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	174.478.752,68	176.491.819,40
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	10.669.951,83	9.766.302,99
b) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	10.669.951,83	9.766.302,99
3. Deudores varios	163.725.793,70	166.033.939,38
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas	83.007,15	691.577,03
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	2.459.932,88	3.080.645,74
2. Créditos a empresas	2.459.932,88	3.080.645,74
VI. Periodificaciones a corto plazo	390.379,14	34.545,84
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	64.489.592,31	67.261 .020,93
l. Tesorería	64.489.592,31	67.261.020,93

TOTAL ACTIVO (A+B)	248.443.303,79	253.413.721,83



A-1) Fondos propios 27.855.901,14 26.490.63: 1. Capital 3.405.500.39 3.405.500 1. Capital 5.700.39 3.405.500 1. Capital 5.700.39 3.405.500 1. Capital 6.700.39 3.405.500 1. Capital 6.700.39 3.405.500 1. Capital escriturado 5.99.227,89 599.22 III. Reservas 22.747.646,13 21.090.11 1. Legal y estatutarias 8.998.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581.606.22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 1V. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) 1.030.800,60 -516.725 VVI. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 1. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400.44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377, 03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 3. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 1531.941.0 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,000 0.00	PASIVO	2019	2018
A-1) Fondos propios 27.855.901,14 26.490.63. I. Capital 3.405.500,39 3.405.500 1. Capital escriturado 3.405.500,39 3.405.500 1. L. Capital escriturado 599.227,89 599.22 III. Reservas 22.747.646,13 21.090.10 1. L. Legal y estatutarias 8.98.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581,606,22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.725 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a			
1. Capital 3.405.500,39 3.405.500 1. Capital escriturado 3.405.500,39 3.405.500 1. Capital escriturado 3.405.500,39 3.405.500 1. Prima de emisión 599.227,89 599.22 11. Reservas 22.747.646,13 21.090,11 1. Legal y estatutarias 8.998.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581.606,22 12.491.58 2. Otras reserva de capitalización 167.437,26 78.05 17. V. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,66 -516.725 17. V. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,66 -516.725 18. A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 19. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 19. PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 11. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 17. V. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 18. C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377 03 18. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.88 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 1. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 1. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Capital de misistraciones pendientes de corto plazo 0,00 0.00 18. Cap			26.684.624,76
1. Capital escriturado 3.405.500,39 3.405.500 II. Prima de emisión 599.227,89 599.22 III. Reservas 22.747.646,13 21.090.11 1. Legal y estatutarias 8.998.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581.606,22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.725 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 U. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 15	A-1) Fondos propios	27.855.901,14	26.490.632,96
II. Prima de emisión 599.227,89 599.22 III. Reservas 22.747.646,13 21.090.11 I. Legal y estatutarias 8.998.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581.606,22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.722 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 V. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 3. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.88 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Contras deudas con las Administraciones Publicas 0,00 0,00 Contras deudas con las Administraciones Publica	-	3.405.500,39	3.405.500,39
III. Reservas 22.747.646,13 21.090.11 I. Legal y estatutarias 8.998.602,65 8.520.47 2. Otras reservas 13.581.606,22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.729 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 I. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 CP PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Contras deudas con contras contras contras contras pagar 163.657.872,37 154.338.41 7. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Contras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Contras deudas con las Administraciones Publicas 0,000 0.00 Contras deudas con contras	1. Capital escriturado	3.405.500,39	3.405.500,39
Legaly estatutarias 8.998.602,65 8.520.47	II. Prima de emisión	599.227,89	599.227,89
2. Otras reservas 13.581.606.22 12.491.58 4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.05 IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.729 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377 .03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.1941.0 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,000 000	III. Reservas	22.747.646,13	21.090.117,53
4. Reserva de capitalización 167.437,26 78.85. IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.729. VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B. PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C. PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377 .03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.1941.0 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 000	l. Legal y estatutarias	8.998.602,65	8.520.473,61
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias) -1.030.800,60 -516.725 VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584,931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377 .03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 0,00 0.00 V. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the properties of the pago 0,00 0.00 Control of the pago 0,0	2. Otras reservas	13.581.606,22	12.491.585,87
VII. Resultado del ejercicio 2.134.327,33 1.912.51 A-2) Ajustes por cambios de valor 187.092,91 193.99 I. Actives financieros disponibles para la venta 187.092,91 193.99 B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184.59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	4. Reserva de capitalización	167.437,26	78.058,05
A-2) Ajustes por cambios de valor I. Actives financieros disponibles para la venta I. Actives financieros disponibles para la venta II. Actives financieros disponibles para la venta II. Actives financieros disponibles para la venta II. Deudas a largo plazo 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87. IV. Pasivos por impuesto diferido II. Deudas a corto plazo 7. PASIVO CORRIENTE 11. Deudas a corto plazo 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 3. Acreedores varios 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00	IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-1.030.800,60	-516.729,00
I. Actives financieros disponibles para la venta B) PASIVO NO CORRIENTE 584.931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 3. Acreedores varios 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00	VII. Resultado del ejercicio	2.134.327,33	1.912.516,15
PASIVO NO CORRIENTE 584,931,34 352.05 II. Deudas a largo plazo 469,530,90 231.87 5. Otros pasivos financieros 469,530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115,400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219,815,378,40 226,377.03 III. Deudas a corto plazo 56,157,506,03 72,038,624 2. Deudas con entidades de credito 56,157,506,03 72,038,624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163,657,872,37 154,338,41 3. Acreedores varios 162,477,220,60 153,194,10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578,184,59 550,89 5. Pasivos por impuesto corriente 242,069,11 223,54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360,398,07 369,87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0.00 Contractiva de la contra	A-2) Ajustes por cambios de valor	187.092,91	193.991,80
II. Deudas a largo plazo 469.530,90 231.87- 5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87- IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	I. Actives financieros disponibles para la venta	187.092,91	193.991,80
5. Otros pasivos financieros 469.530,90 231.87 IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377 .03 III. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	B) PASIVO NO CORRIENTE	584.931,34	352.058,50
IV. Pasivos por impuesto diferido 115.400,44 120.18 C) PASIVO CORRIENTE 219.815.378,40 226.377.03 III. Deudas a corto plazo 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	II. Deudas a largo plazo	469.530,90	231.874,09
C) PASIVO CORRIENTE Ill. Deudas a corto plazo 2. Deudas con entidades de credito V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 3. Acreedores varios 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 5. Pasivos por impuesto corriente 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas VI. Periodificaciones a corto plazo 219.815.378,40 226.377 .03 72.038.624 72.038.6	5. Otros pasivos financieros	469.530,90	231.874,09
Ill. Deudas a corto plazo 56.157.506,03 72.038.624 2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.876 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	IV. Pasivos por impuesto diferido	115.400,44	120.184,4
2. Deudas con entidades de credito 56.157.506,03 72.038.624 V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.1 0 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.876 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	C) PASIVO CORRIENTE	219.815.378,40	226.377 .038,57
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar 163.657.872,37 154.338.41 3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.10 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	Ill. Deudas a corto plazo	56.157.506,03	72.038.624,20
3. Acreedores varios 162.477.220,60 153.194.1 O 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.876 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	2. Deudas con entidades de credito	56.157.506,03	72.038.624,20
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) 578.184,59 550.89 5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.87 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	163.657.872,37	154.338.414,37
5. Pasivos por impuesto corriente 242.069,11 223.54 6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.876 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	3. Acreedores varios	162.477.220,60	153.194.1 02,23
6. Otras deudas con las Administraciones Publicas 360.398,07 369.876 VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	578.184,59	550.898,19
VI. Periodificaciones a corto plazo 0,00 0	5. Pasivos por impuesto corriente	242.069,11	223.543,36
	6. Otras deudas con las Administraciones Publicas	360.398,07	369.870,59
	VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C) 248.443.303.79 253.413.72	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	248.443.303,79	253.413.721,83



Cuenta de pérdidas y ganancias

	2019	2018
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
I. Importe neto de la cifra de negocios	868.066.589,93	817.129.765,51
b) Prestaciones de servicios	868.066.589,93	817.129.765.51
5. Otros ingresos de explotación	8.353.034,31	8.684.064,94
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	8.342.206,91	8.675.863,33
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	10.827,40	8.201,61
6. Gastos de personal	-6.505.949,28	-6.567.447,77
a) Sueldos, salarios y asimilados	-5.862.721,16	-5.959.195,89
b) Cargas sociales	-643.228,12	-608.251,88
7. Otros gastos de explotación	-866.711.495,75	-816.443.586,19
a) Servicios exteriores	-866.666.627,06	-816.392.808,90
b) Tributos	-44.868,69	-50.777,29
8. Amortización del inmovilizado	-326.479,84	-327.855,09
13. Otros resultados	7.090,45	54.777,89
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)	2.882.789,82	2.529.719,29
14. Ingresos financieros	89.551,72	89.649,37
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio	78.027,66	75.333,30
al) En empresas del Grupo y asociadas	78.027,66	75.333,30
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	11.524,06	14.316,07
b2) De terceros	11.524,06	14.316,07
15. Gastos financieros	-138.241,74	-168.037,59
b) Por deudas con terceros	-138.241,74	-168.037,59
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19)	-48.690,02	-78.388,22
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	2.834.099,80	2.451.331,07
20. Impuestos sobre beneficios	-699.772,47	-538.814,92
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	2.134.327,33	1.912.516,15
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS	0,00	0,00
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+21)	2.134.327,33	1.912.516,15



Informe de auditoría. Balance y cuenta de pérdidas y ganancias consolidado



Informe de auditoría de cuentas anuales consolidadas emitido por un auditor independiente

A los accionistas de Euromadi Ibérica, S.A.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Euromadi Ibérica, S.A. (la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (el Grupo), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2019, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria, todos cilios consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo a 31 de diciembre de 2019, así como de sus resultados y flujos de efectivo, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 3 de la memoria consolidada) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoria de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas de nuestro informe.

Somos independientes del Grupo de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoria de las cuentas anuales en España, según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoria de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoria de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoria que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoria

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoria de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoria de las cuentas anuales consolidadas en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Avinguda Diagonal, 640, oSo17 Barcelona, España Tel.: +34 932 532 700 / +34 902 021 111, Fax: +34 934 059 032, www.pwc.es

R. M. Mattis. Reps. 87 (250-1, force 75, force 9 (67, libror 9 (64, second 37, inscrita err ef PLO A.C. (2014) nimpro \$10(4) (10F, 8-79 (3)) (29)



Euromadi Ibérica, S.A. y sociedades dependientes

Aspectos más relevantes de la auditoria

Reconocimiento de ingresos

Tal como se menciona en la nota 1 de la memoria adjunta, la actividad del Grupo consiste, principalmente, en:

- la centralización de diversas relaciones existentes entre los asociados de la Sociedad y los proveedores de éstos, en pagos a proveedores y cobros de rappels, y gestión de promociones y publicidad. Estas relaciones comerciales se reconocen en función del criterio de devengo, que se produce principalmente en el momento del pago centralizado al proveedor, y
- la importación y comercialización de productos diversos.

Tal como se indica en la nota 4.s) de la memoria de las cuentas anuales consolidadas adjuntas, los ingresos se reconocen en función del devengo, es decir, cuando se produce la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

Nos centramos en el reconocimiento de ingresos dada la magnitud y el volumen de las operaciones que se realizan, y en consecuencia en el riesgo inherente de incorrección material.

condiciones comerciales.

Evaluamos el diseño de los controles internos clave entorno al reconocimiento de ingresos por

Modo en el que se han tratado en la auditoria

Validamos una muestra de ingresos por condiciones comerciales verificando la existencia de acuerdos comerciales suscritos con los las que se incluyen la negociación global proveedores de los asociados del Grupo, así como de condiciones comerciales y financieras, la factura y la relación de pagos realizados a proveedores, evaluando adicionalmente las políticas para el reconocimiento de ingresos detalladas en la nota a 4.s) de la memoria de las cuentas consolidadas conjuntas.

> Asimismo, validamos una muestra de ingresos por ventas verificando la factura y el cobro de la misma, y hemos verificado el adecuado corte de operaciones al cierre del ejercicio relativo a dichas ventas para comprobar su correcto devengo.

Adicionalmente, se ha obtenido confirmación por parte de terceros de una muestra de ingresos por condiciones comerciales y de transacciones por venta del ejercicio, así como de saldos, aplicando procedimientos de auditoria alternativos para aquellos clientes que no han atendido a nuestra

También revisamos los asientos contabilizados en cuentas de ingresos para identificar partidas inusuales o irregulares.

De todo ello, no hemos identificado incidencias significativas ni omisiones de información relevantes

Otra Información: Informe de gestión consolidado

La otra información comprende el informe de gestión consolidado del ejercicio 2019, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas.







Euromadi Ibérica, S.A. y sociedades dependientes

Nuestra opinión de auditoria sobre las cuentas anuales consolidadas no cubre el informe de gestión consolidado. Nuestra responsabilidad sobre el informe de gestión consolidado, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoria de cuentas, consiste en evaluar e informar sobre la concordancia del informe de gestión consolidado con las cuentas anuales consolidadas a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoria de las citadas cuentas y, sin incluir información distinta de la obtenida como evidencia durante la misma. Asimismo, nuestra responsabilidad con respecto al el informe de gestión consolidado consiste en evaluar e informar de si el contenido y presentación del informe de gestión consolidado son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito en el párrafo anterior, la información que contiene el informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2019 y su contenido y presentación es conforme a la normativa que resulta de aplicación.

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales consolidadas

Los administradores de la Sociedad dominante son responsables de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados del Grupo, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España y del control interno que consideren necesario para permitir la proparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales consolidadas, los administradores de la sociedad dominante son responsables de la valoración de la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los citados administradores tienen intención de liquidar el Grupo o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales consolidadas en su conjunto están fibres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales consolidadas.



Euromadi Ibérica, S.A. y sociedades dependientes

Como parte de una auditoria de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoria de cuentas en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escapticismo profesional durante toda la auditoria. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales
 consolidadas, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para
 responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para
 proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material
 debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya
 que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones
 intencionadamente erroneas, o la elusión del control interno.
- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoria con el fin de diseñar procedimientos de auditoria que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno del Grupo.
- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores de la Sociedad dominante.
- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores de la Sociedad dominiante, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoria obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoria sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales consolidadas o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoria obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoria. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que el Grupo deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales consolidadas, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales consolidadas representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.
- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del grupo para expresar una opinión sobre las cuentas anuales consolidadas. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Nos comunicamos con los administradores de la Sociedad dominante en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoria, planificados y los hallazgos significativos de la auditoria, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoria.





38

Euromadi 2019 55



Euromadi Ibérica, S.A. y sociedades dependientes

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación a los administradores de la Sociedad dominante, determinamos las que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en riuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohiban revelar públicamente la cuestión.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. (S0242)

To Dock

Francisco Joaquín Ortiz Garcia (20240)

23 de abril de 2020

Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya

Auditores, S.L.

3000 Núm. 70/7800278

member COLLEGIAL 95,00 ELIR

Union d'auditoire au compte subserie

de la lamatine d'auditoire de suspens

despuyée à l'information d'

5





Balance Consolidado

56

ACTIVO	2019	2018
A) ACTIVO NO CORRIENTE	6.600.726,64	6.468.472,94
I. Inmovilizado intangible	118.846,13	95.183,41
5. Otro inmovilizado intangible	118.846,13	95.183,41
II. Inmovilizado material	4.400.129,85	4.303.979,44
1. Terrenos y construcciones	3.449.287,49	3.460.733,26
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	950.842,36	843.246,18
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	1.474.459,81	1.379.554,48
l. Participaciones puestas en equivalencia	1.474.459,81	1.379.554,48
V. Inversiones financieras a largo plazo	393.510,51	455.161,79
VI. Activos por impuesto diferido	213.780,34	234.593,82

Euromadi 2019

8) ACTIVO CORRIENTE 279.906.621,58 281.689.654,52 II. Existencias 3.597.510,91 3.773.501,58 III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar 201.045.964,62 200.282.355,94 1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios 35.158.854,47 32.278.855,88 4. Otros deudores 165.887.110,15 168.003.500,06 IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo 0,00 0,01 5. Otros activos financieros 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56 VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes 74.842.943,29 77.506.090,39			
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar 201.045.964,62 200.282.355,94 1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios 35.158.854,47 32.278.855,88 4. Otros deudores 165.887.110,15 168.003.500,06 IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo 0,00 0,01 5. Otros activos financieros 0,00 0,01 IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	B) ACTIVO CORRIENTE	279.906.621,58	281.689.654,52
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios 35.158.854,47 32.278.855,88 4. Otros deudores 165.887.110,15 168.003.500,06 IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo 0,00 0,01 5. Otros activos financieros 0,00 0,01 IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	II. Existencias	3.597.510,91	3.773.501,58
4. Otros deudores 165.887.110,15 168.003.500,06 IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo 0,00 0,01 5. Otros activos financieros 0,00 0,01 IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	201.045.964,62	200.282.355,94
IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo 0,00 0,01 5. Otros activos financieros 0,00 0,01 IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	35.158.854,47	32.278.855,88
5. Otros activos financieros 0,00 0,01 IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	4. Otros deudores	165.887.110,15	168.003.500,06
IV. Inversiones financieras a corto plazo 0,00 5.768,04 VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	IV. Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	0,00	0,01
VI. Periodificaciones a corto plazo 420.202,76 121.938,56	5. Otros activos financieros	0,00	0,01
,	IV. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	5.768,04
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes 74.842.943,29 77.506.090,39	VI. Periodificaciones a corto plazo	420.202,76	121.938,56
	VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	74.842.943,29	77.506.090,39

TOTAL ACTIVO (A+B)	286.507.348,22	288.158.127,46



A) PATRIMONIO NETO	44.194.980,94	41.065.888,1
A-1) Fondos propios	42.469.654,75	39.430.667,2
I. Capital	3.405.500,39	3.405.500,39
1. Capital escriturado	3.405,500,39	3.405.500,39
II. Prima de emisión	599.227,89	599.227,89
III. Reservas	35.648.666,60	32.250.676,1
2. Reserva de capitalización	698.007,21	434.332,10
3. Otras reservas	34.950.659,39	31.816.344,0
IV. (Acciones y participaciones de la sociedad dominante)	-1.030.800,60	-516.729,00
VI. Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	3.847.060,47	3.691.991,88
A-2) Ajustes por cambios de valor	186.886,37	198.317,83
II. Operaciones de cobertura	-206,54	4.326,03
III. Otros ajustes por cambios de valor	187.092,91	193.991,80
A-4) Socios externos	1.538.439,82	1.436.903,00
B) PASIVO NO CORRIENTE	571.394,32	339.981,5
II. Deudas a largo plazo	455.969,77	218.312,90
4. Otros pasivos financieros	455.969,77	218.312,96
IV. Pasivos por impuesto diferido	115.424,55	121.668,6
C) PASIVO CORRIENTE	241.740.972,96	246.752.257,7
Ill. Deudas a corto plazo	56.157.781,42	72.038.624,20
2. Deudas con entidades de credito	56.157.506,03	72.038.624,20
4. Otros pasivos financieros	275,39	0,00
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	185.583.191.54	174.712.433,53
1. Proveedores.	15.527.542,45	14.443.734,24
b) Proveedores a corto plazo	15.527.542,45	14.443.734,24
3. Pasivos por impuesto corriente	242.069,11	287.904,3
4. Otros acreedores.	169.813.579,98	159.980.794,92
VI. Periodificaciones a corto plazo	0,00	1.200,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	286.507.348,22	288.158.127,46



Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

	2019	2018
A) OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	1.041.667.277,63	977.286.996,93
a) Ventas	141.433.903,81	129.698.827,50
b) Prestaciones de servicios	900.233.373,82	847.588.169,43
4. Aprovisionamientos	-128.305.707,00	-117.545.003,75
a) Consumo de mercaderías	-128.305.707,00	-117.545.003,75
5. Otros ingresos de explotación	3.571.792,24	3.881.080,88
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	3.551.455, 18	3.862.598,47
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	20.337,06	18.482,41
6. Gastos de personal	-11.867.798,50	-11.977.279,46
a) Sueldos, salarios y asimilados	-10.311.592,59	-10.476.982,62
b) Cargas sociales	-1.556.205,91	-1.500.296,84
7. Otros gastos de explotación	-899.415.043,94	-846.107.437,63
b) Otros gastos de gestión corriente	-899.415.043,94	-846.107.437,63
8. Amortización del inmovilizado	-380.539,04	-403.954,49
14. Otros resultados	51.408,78	60.522,55
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13+14)	5.321.390,17	5.194.925,03
15. Ingresos financieros	11.524,06	14.316,07
a) De valores negociables y otros instrumentos financieros	11.524,06	14.316,07
16. Gastos financieros	-138.249,72	-168.153,77
18. Diferencias de cambio	-15.455,71	808,1
b) Otras diferencias de cambio	-15.455,71	808,1
A.2) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19+20)	-142.181,37	-153.029,59
b) Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	94.905,33	54.269,27
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2+21+22+23)	5.274.114,13	5.096.164,71
24. Impuestos sobre beneficios	-1.286.503,08	-1.176.755,83
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+24)	3.987.611,05	3.919.408,88
A.5) RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A.4+25)	3.987.611,05	3.919.408,88
Resultado atribuido a la sociedad dominante	3.847.060,47	3.691.991,88
Resultado atribuido a socios externos	140.550,58	227.417,00



59





Asociados Euromadi

GRACIAS POR FORMAR PARTE DEL GRUPO EUROMADI



ESCRIBANO

arenal

MUÑOZ

MOLINA

Distribution Fernaceological on Gounton

PERFUMERÍAS

Pepe s.t.

DIST. Y REP.

LEDERMA, S.L.



ROYAIRPI

elite

Salgado, s.l.

DRUNI

SANREMO



HEMARCASTILLA,











































S.L.



DIEGO CORONA,







ALSARA



HIPERCAS

















HERMANOS, S.A.

SUPERCASH WIMA

























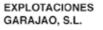






TXOMIN, S.A.

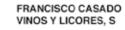




DISBUENO





















∠Kanali











SPAR ()



plusfrés(:





LIDER RLIMENT, S.A.



T mesymes 🗤





































El Grupo Euromadi colabora con:





































Memoria anual 2019



Laureà Miró 145 08950 Esplugues de Llobregat Barcelona euromadi@euromadi.es www.euromadi.es

