



Avanzando no Modelo Mercadona

Memoria Anual **2022**



Memoria Anual 2022 e máis información:





Índice

- 4. Os nosos feitos máis relevantes 2022
 - 6. Mensaxe do presidente
-

M

10. O MODELO

- 12. O Modelo de Mercadona
- 16. Compromiso cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible
- 18. Materialidade e grupos de interese
- 20. Desenvolvemento sostible e prevención de posibles riscos
- 22. Irmãdona: Mercadona en Portugal

1

24. “O XEFE”

- 26. Adaptación ao contexto actual
- 36. Tendas e Mercadona Online

2

40. O TRABALLADOR

- 42. Emprego estable e de calidade
- 46. Apostando polas persoas
- 52. Saúde e seguridade do cadro de persoal

3

56. O PROVEDOR

- 58. Un modelo baseado no compromiso
- 64. Agudizando o enxeño no contexto actual
- 68. Loxística eficiente e sostible

4

72. A SOCIEDADE

- 74. Recoñecementos
- 76. Compromisos medioambientais
- 86. Un modelo social e responsable
- 90. Relación coa sociedade

5

94. O CAPITAL

- 98. Tormenta perfecta e repercusión nas marxes
 - 102. Investimentos e melloras de xestión
 - 104. Crecemento sostible e compartido
-

- 108. Información adicional relevante
- 116. Proxecto Legado de Juan Roig e Hortensia Herrero
- 118. Traxectoria Mercadona: 1977-2022

Os nosos feitos máis relevantes 2022



España

1.637

tendas

95.500

traballadoras e
traballadores

2.200

novos empregos

22.323 M€

en compras

30.304 M€

de facturación

783 M€

de investimento

Mercadona Grupo consolidado

1.676

tendas

63 aperturas
49 peches

15,5%

cota de mercado en superficie total
de venda en España

99.000

traballadoras e traballadores

3.200 novos empregos

23.112 M€

en compras



Portugal

39

tendas

3.500

traballadoras e
traballadores

1.000

novos empregos

789 M€

en compras

737 M€

de facturación

140 M€

de investimento

31.041 M€

de facturación
+11,6%

923 M€

de investimento

0,025 €

rendibilidade
2 céntimos por euro vendido

2.263 M€

contribución tributaria
+12%

M€: millóns de euros.



“Parabéns ás 99.000 persoas que formamos a compañía porque, ante situacións excepcionais, superámonos cada día máis. Exemplo de esforzo, traballo, axilidade e capacidade de autocrítica”

Mensaxe do Presidente

Quixera compartir con todos vós como se afrontou Mercadona a 2022, a estes doce meses de incerteza que permaneceu entre nós. **Atrás quedaron os escenarios predicibles e estables** que, ata agora, como empresa, xestio-nabamos. Tivemos que reaccionar a un contexto cada vez máis complexo, aínda coa resaca da COVID-19 presente e, ademais, co conflito da guerra de Ucraína e os seus efectos, como o incremento do prezo da enerxía ou o das materias primas, escaseza incluída, que nos crearon unhas altas taxas de inflación.

A complexidade do contexto descrito provocou que, unha vez máis, cantos formamos Mercadona mostrásemos a nosa **capacidade de adaptación ás circunstancias do ámbito**. Porque se algo nos demostraron estes últimos anos é que non hai vantaxe competitiva fixa nin posición que non se poida cambiar.

A pesar de todo iso, e das situacións excepcionais afrontadas, **Mercadona superouse novamente**. Logrouno grazas ao esforzo, traballo, axilidade e capacidade de autocrítica do conxunto do seu cadro de persoal, comprometido cun modelo de empresa propio, que nos serve de guía en cada decisión que tomamos e que nos axuda a seguir avanzando como empresa nun propósito común: a satisfacción dos cinco compoñentes. Os meus máis sinceros parabéns ás 99.000 persoas que formamos a compañía, porque, ante situacións excepcionais, superámonos cada día máis.

É no esforzo mental de todas elas, así como no dos 3.000 provedores de produto cos que colaboramos, onde radica o éxito do noso modelo de empresa, que nos permite **adaptarnos con axilidade**: detectar os problemas, pivotar para ter outra perspectiva, asumir os retos e aplicar solucións de forma conxunta. Grazas a esta forma de actuar, coa aplicación de distintas iniciativas, logramos **mellorar a nosa xestión** un ano máis.

Ademais deste avance, en 2022 realizamos un importante **esforzo investidor de 923 millóns de euros** para seguir construíndo e consolidando Mercadona. Abrimos 63 novos supermercados entre España e Portugal, o que nos permitiu finalizar o exercicio con **1.676 tendas**. Igualmente, inauguramos **dúas novas Colmeas**, almacéns destinados exclusivamente á preparación e repartición de pedidos para a venda en liña, en Alacant e Sevilla; e impulsamos a sección de Listo para Comer. Tamén seguimos avanzando na construción, reforma e adaptación dos bloques loxísticos e na innovación e no desenvolvemento de novas ferramentas informáticas, ao tempo que a primeira fase das **novas oficinas en Albalat dels Sorells (Valencia)** se puxo en marcha e se reforzou o desenvolvemento do noso **proxecto internacional en Portugal**.

A todas esas iniciativas debemos engadir o **extraordinario traballo dos provedores para desenvolver e mellorar produtos** que, cunha calidade

contundente, permítennos ofrecer unha oferta eficaz. Un traballo de colaboración e captación que reforzou a Mercadona como o supermercado de confianza para os máis de **5,7 millóns de fogares** que compran diariamente nalgún dos nosos supermercados. Sen esta confianza dos nosos “Xefes”, que como cada ano agradezo, o crecemento de Mercadona e a evolución das súas **ventas**, que se elevaron un 11,6 %, ata os **31.041 millóns de euros**, non serían posibles.

Porque se de algo estamos moi orgullosos todos os que formamos Mercadona é, precisamente, da **evolución e achega da nosa compañía á prosperidade do noso país**. Unha empresa que xera riqueza, tal e como reflicte a nosa contribución directa e indirecta: **2.263 millóns de euros, un 12 % máis** que en 2021. Ou a cifra de **impostos directos**, que superou os **390 millóns de euros, incrementándose un 13 % máis** que o pasado exercicio. Así mesmo, Mercadona obtivo un beneficio en 2022 de 718 millóns, un 5,6 % máis. Este beneficio, dá unha **rendibilidade de 2 céntimos por euro**, polo que somos conscientes do moito que podemos mellorar para avanzar na consolidación do Proxecto Mercadona.

A compañía non só está inmersa na creación de riqueza e benestar, tamén o está na **creación de emprego estable e de calidade**, como reflicten as cifras de 2022, ano en que incrementou o seu cadro de persoal entre España e Portugal en 3.200 persoas. Un equipo de **99.000 traballadoras e traballadores** aos que Mercadona lles garantiu o mantemento do seu poder adquisitivo co anuncio dun **incremento salarial en liña coa inflación**, e cos que Mercadona compartiu, unha vez máis, os seus beneficios: **405 millóns de euros en concepto de prima por obxectivos, un 8 % máis** que en 2021.

O noso modelo de prosperidade sostible tamén forma parte da relación que a compañía mantén coa sociedade. Moitas foron as iniciativas levadas a cabo centradas no desenvolvemento e benestar das persoas, dende a doazón de **1,5 millóns de euros para os refuxiados procedentes de Ucraína** ata a de **25.100 toneladas de alimentos** entregadas a entidades sociais, un 22 % máis que en 2021. Igualmente, Mercadona, consciente do moito que pode seguir contribuindo unha xestión sostible a preservar e protexer o planeta, seguiu **inmersa no seu compromiso medioambiental**, que aborda a través da implantación da súa política de residuos, pegada de carbono e hídrica.

Finalizado 2022, iniciamos un novo exercicio no que, ademais do xa consabido ámbito de incerteza e da nosa preocupación pola alta inflación, debemos superar un novo reto: o derivado dos elevados tipos de xuro, que traerán como consecuencia unha perda do poder adquisitivo dos nosos “Xefes” e un impacto evidente na cesta da compra. Conscientes diso, en Mercadona xa **trazamos o camiño**, para o que o noso **modelo de empresa, honestidade, autocrítica e esforzo diario** son factores clave. Superar estes retos dependerá exclusivamente do noso esforzo individual e colectivo; da nosa capacidade para **avanzar cara a Totaler Radical**, ofrecendo sempre produtos cunha calidade contundente que lles dea aos nosos “Xefes” a posibilidade de acertar. Estamos seguros de que se todos e cada un de nós cumpre os obxectivos marcados, Mercadona vai seguir indo moi ben.

Grazas un ano máis: a todos, polo voso compromiso; **ao Consello de Administración**, pola súa confianza no Comité de Dirección, determinante para afrontar os retos vindeiros; **e aos nosos accionistas**, polo seu apoio constante, como sempre o foi o do noso accionista e amigo Juan Carlos Gómez, falecido o pasado mes de decembro. Dende aquí, agradezo a súa implicación e o seu apoio e únome á dor da familia Gómez Gómez.

Juan Roig

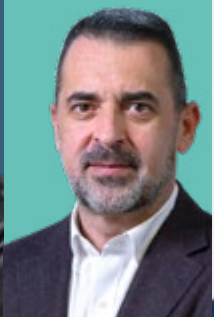
Comité de Dirección

Asegura o bo funcionamento da organización e a determinación e o cumprimento das políticas e dos procedementos establecidos polo Consello de Administración.

Juan Roig
Presidente



José Jordá
Director Xeral de Tendas, Recursos Humanos e Prescrición Perecedoiros



Paco Espert
Director Xeral de Prescrición Secos



Rafael Berrocal
Director Xeral de Compras Mar, Froita, Verdura e Pan Fresco



David Cid
Director Xeral de Compras Derivados do Petróleo e Multinacionais



José Miguel Fernández
Director Xeral de Compras Transformados Alimenticios



Guillermo Pérez
Director Xeral de Compras Derivados Lácteos



Consello de Administración

É o órgano encargado da xestión, da organización e da representación da compañía.

Juan Roig Alfonso **Presidente**
Hortensia M^a Herrero Chacón **Vicepresidenta**
Carolina Roig Herrero **Secretaria do Consello**

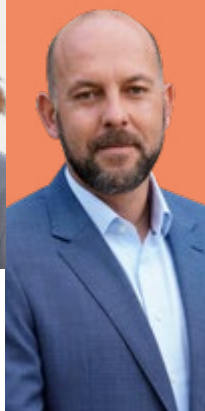
Vogais

Hortensia Roig Herrero
Amparo Roig Herrero
Juana Roig Herrero
Rafael Gómez Gómez
Fernando Roig Alfonso

Teresa Pol
Directora Xeral
de Compras
Forno



Francis Alonso
Director Xeral
de Compras
Carne, Ovos
e Chacinería
Cárnica



Marga Santos
Directora Xeral
de Compras
Transformados
do Campo



Rosa Aguado
Directora Xeral
de Loxística



**Héctor
Hernández**
Director Xeral
Financeiro
e Marina de
Empresas



Pilar Sanz
Directora Xeral
de Obras e
Expansión



Patricia Tobía
Directora Xeral
de Informática



Elena Tejedor
Directora Xeral
de Relacións
Externas



Comisión de Auditoría

Integrada no Consello de Administración, encárgase da supervisión da información contábil, fiscal e financeira, dos servizos de auditoría, do cumprimento e da xestión de riscos financeiros.

Juana Roig Herrero **Presidenta**
Carolina Roig Herrero **Secretaria**
Rafael Gómez Gómez **Vogal**



O MODELO

Cantos forman parte de Mercadona comparten un propósito común: impulsar un modelo de empresa que a sociedade queira que exista e sinta orgullo dela. Un proxecto empresarial que non parou de adaptarse a cada circunstancia, nun contexto cambiante onde non hai vantaxe competitiva fixa nin posición invariable, e no que

a súa mellor vantaxe diferencial é dispoñer dun modelo de empresa, o Modelo de Mercadona, que une todo o cadro de persoal no compromiso colectivo de satisfacer todos os días, e coa mesma intensidade, os cinco compoñentes da empresa: “O Xefe” (cliente), O Traballador, O Provedor, A Sociedade e O Capital.

01

O Modelo de Mercadona

02

Compromiso cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible

03

Materialidade e grupos de interese

04

Desenvolvemento sostible e prevención de posibles riscos

05

Irmãdona: Mercadona en Portugal

A MISIÓN

Encher a barriga

Prescribirlle ao consumidor final produtos/solucións que cubran as súas necesidades de comer, beber, coidado persoal, coidado do fogar e coidado de animais...

... asegurando sempre calidade contundente (seguro e saudable), máximo servizo (sostible), mínimo presuposto e mínimo tempo

O MODELO DE MERCADONA

Mercadona impulsa un proxecto de xestión propio e diferencial, o seu Modelo de Calidade Total, que vertebra os seus principios e valores. Grazas a iso, satisfai coa mesma intensidade, pero baixo esta orde secuencial, os compoñentes da empresa:

- **“O XEFE”**
- **O TRABALLADOR**
- **O PROVEDOR**
- **A SOCIEDADE**
- **O CAPITAL**

O soño de Juan Roig

A VISIÓN

04

Conseguir unha cadea agroalimentaria sostible, que a xente queira que exista e sinta orgullo dela, liderada por Mercadona e tendo “O Xefe” como faro

AS VERDADES UNIVERSAIS

05

O Modelo de Mercadona ten en conta 9 verdades universais, principios que sempre se cumpren, creamos ou non neles. A máis importante é que para recibir, primeiro temos que dar. Porque canto máis dás, máis recibes

O PARADIGMA

06

O punto de vista de Mercadona é a Calidade Total: pensar constantemente nas necesidades do “Xefe”, facéndoas compatibles co resto dos compoñentes da empresa

“Compartir e irradiar o Modelo de Mercadona na Sociedade”

Para Mercadona, innovar é detectar o que outros non ven antes ca ninguén e acertar no obxectivo de satisfacer os clientes, con solucións diferentes coas que, ademais, se contribúe a impulsar os Obxectivos de Desenvolvemento Sostible 9 e 17 do Pacto Mundial da Organización das Nacións Unidas. Para iso, dispón dun Modelo de Innovación transversal específico. A través de catro eixes, e por medio dun proceso de colaboración estreita con clientes, traballadores, provedores e, tamén, con organizacións que apostan polo I+D+i e polo intercambio de coñecementos, dá resposta ás necesidades cambiantes dos cinco compoñentes, aos que lles ofrece solucións eficientes e sostibles coa maior calidade e servizo.

INNOVAR:

Ser os primeiros en satisfacer “O Xefe”

INNOVACIÓN ABERTA E COLABORATIVA

- 6 organizacións colaboradoras para o fomento da innovación: Fundación COTEC para a Innovación, Foro de Empresas Innovadoras, CEOE, Cámara de Comercio de España, AECOC e Instituto Tecnolóxico da Embalaxe, Transporte e Logística (ITENE).
- 6 empresas participantes no Programa Corporate Lanzadera-Mercadona: Sensei, Hoop Carpool, Midsaic, Invofox, Busup e Kleta.

INNOVACIÓN DE PRODUCTO

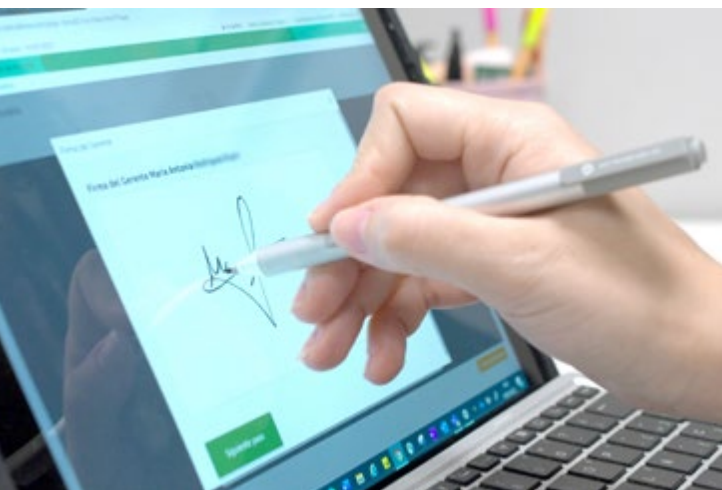
- Modelo de Coinnovación: 22 centros de coinnovación nos que os “Xefes” comparten as súas experiencias para desenvolver produtos que cubran as súas necesidades

INNOVACIÓN DE PROCESOS

- 91 millóns de euros investidos na transformación dixital, incluída Mercadona Online.
- Tenda intelixente: ferramentas para reducir esperas.
- Tecnoloxías de predición de fallos que reforzan a automatización nas tendas.
- Dixitalización na xestión da oferta.
- Sinatura dixital nos horarios das tendas.
- Evitar sobreesforzos, custos innecesarios e reforzar a produtividade.
- Dixitalización de procesos logísticos.
- Implantación da metodoloxía “BIM” (*Building Information Modeling*) no deseño e na xestión de proxectos de construción en bloques logísticos.
- Ferramenta DPP (*Direct Product Profit*) para calcular os custos e a rendibilidade de cada produto e poder tomar as decisións de custos acertadas.
- Ferramenta ADT (Acheга Directa de Tendas) para coñecer os custos e o beneficio por tenda e poder tomar as decisións de custos acertadas.
- Ferramenta para a xestión dos stocks na tenda.

INNOVACIÓN SOCIAL

- Murais de *trencadís*: proxecto de integración sociolaboral con 27 fundacións e centros ocupacionais participantes.
- Estratexia 6.25 para reducir plástico e xestionar o seu residuo.
- 17 xardíns urbanos nas cubertas e fachadas de varias tendas que benefician de forma medioambiental os seus ámbitos.



cunha gran calidade a prezos imbatibles.

- 217 novidades, 370 melloras na oferta e 25 innovacións.

DPP (*Direct Product Profit*)

A través desta ferramenta, e tras dous anos de traballo, as directivas e os directivos implicados nos departamentos de compras e prescrición dispoñen da información de custos dos procesos e rendibilidade das, aproximadamente, 8.000 referencias que forman a oferta de Mercadona, facilitándolles información que permita compatibilizar as melloras de calidade con decisións de aforro de custos.








- Doazóns monetarias na caixa para colaborar coa Gran Recollida de Alimentos 2022.
- Tarxetas Sociedade.



Compromiso cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible

Dende 2011, Mercadona é asinante do Pacto Mundial, iniciativa mediante a cal a Organización das Nacións Unidas promove os Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS). Así, a compañía traballa de forma constante para dar resposta a aqueles obxectivos nos que máis inflúe o impacto da súa actividade, impulsando accións medioambientais, sociais e de goberno responsables e que impacten positivamente nos ámbitos nos que ten presenza.

ODS	Accións en curso	Compoñentes nos que ten impacto*:				
		X	T	P	S	C
 <p>1 FIN DA POBREZA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doazóns a bancos de alimentos, comedores sociais e outras entidades. • Mercadona facilita a colaboración social con eventos como as grandes recollidas poñendo a disposición dos “Xefes” a posibilidade de realizar doazóns na caixa. • Tarxetas Sociedade. • Axuda a persoas refuxiadas ucraínas. 	●			●	
 <p>2 FAME CERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Doazóns a bancos de alimentos, comedores sociais e outras entidades. • Tarxetas Sociedade. • Axuda a persoas refuxiadas ucraínas. • Xestión do stock nas tendas para reducir o desperdicio alimentario. 				●	
 <p>3 SAÚDE E BENESTAR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de xestión de calidade e de seguridade alimentaria. • Oferta adaptada a colectivos con necesidades especiais. • Protocolos de saúde e seguridade para as traballadoras e traballadores nos distintos postos de traballo. 	●	●	●		
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDADE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación e capacitación do cadro de persoal. • Colaboración con entidades educativas como EDEM e a Cátedra Mercadona de Economía Circular coa UPF Barcelona School of Management. 		●		●	
 <p>5 IGUALDADE DE XÉNERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “A igual responsabilidade, mesmo soldo”. • Plan de Igualdade. • Protocolo de apoio e asistencia a vítimas de violencia de xénero. • Campañas de sensibilización pola igualdade salarial e en contra da violencia de xénero. 		●		●	
 <p>8 TRABALLO DECENTE E CRECEMENTO ECONÓMICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emprego estable e de calidade cunha remuneración por enriba do sector. • Contribución ao crecemento compartido nos países nos que ten presenza. • Pautas de Conduta Ética para provedores. • Servizo de Prevención propio para promover un ámbito de traballo seguro e sen riscos para todas as persoas traballadoras. • Horarios 5+2 e calendario anual de descansos. 		●	●	●	●
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUTURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Tenda Eficiente. • Modelo de Coinnovación. • Modelo de Innovación Transversal. • Modelo de Relación con Provedores, que impulsa un <i>clúster</i> industrial. 	●		●		●

ODS	Accións en curso	Compoñentes nos que ten impacto*:				
		X	T	P	S	C
10 REDUCCIÓN DAS DESIGUALDADES 	<ul style="list-style-type: none"> Política de non discriminación. Protocolo de prevención fronte ao acoso laboral. Colaboración con entidades que fomentan a integración de persoas con discapacidade no mundo laboral. 		●	●	●	
11 CIDADES E COMUNIDADES SOSTIBLES 	<ul style="list-style-type: none"> Xestión Proactiva de Veciños. Sistema de Xestión Ambiental propio para favorecer a transición a unha economía sostible. Medidas de loxística sostible. Modelo de Tenda Eficiente. Cubertas axardinadas e integración no ámbito. Estratexia 6.25: redución do plástico e xestión de residuos. Implantación <i>Smart Distribution</i> e DUM Silenciosa nas cidades. 			●	●	●
12 PRODUCCIÓN E CONSUMO RESPONSABLES 	<ul style="list-style-type: none"> Política comercial SPB (Sempre Prezos Baixos). Modelos de produción responsable na cadea agroalimentaria. Política de Benestar Animal. Plans de xestión e redución de residuos e do desperdicio alimentario. Estratexia 6.25: redución do plástico e xestión de residuos. 	●		●	●	
13 ACCIÓN POLO CLIMA 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Acción e Redución das Emisións. Optimización loxística. Sistema de Xestión Medioambiental propio para axudar a favorecer a transición a unha economía sostible. Medición da pegada de carbono. 			●	●	●
14 VIDA SUBMARINA 	<ul style="list-style-type: none"> Política de Compra de Produtos da Pesca. Colaboración con organizacións pola sostibilidade dos produtos da pesca. 	●		●	●	
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	<ul style="list-style-type: none"> Estratexia 6.25: redución do plástico e xestión de residuos. Cubertas axardinadas e integración no ámbito. Metodoloxía para a protección das andoriñas e da andoriña de cu branco. 	●		●	●	
17 ALIANZAS PARA LOGRAR OS OBJETIVOS 	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas con organizacións sectoriais e sociais (AECOC, ASEDAS, CEOE, AVE, Fundación COTEC para a Innovación, Foro de Empresas Innovadoras, Cámara de Comercio de España, Fundación ÉTNOR, APED, Cámara de Comercio e Industria Luso-española, Pacto polo Plástico, Forética, Fundación Seres...) para avanzar no cumprimento dos ODS. Colaboración con entidades que fomentan a integración laboral de persoas con discapacidade. 		●		●	

* Compoñentes: X "O Xefe" T O Traballador P O Provedor S A Sociedade C O Capital



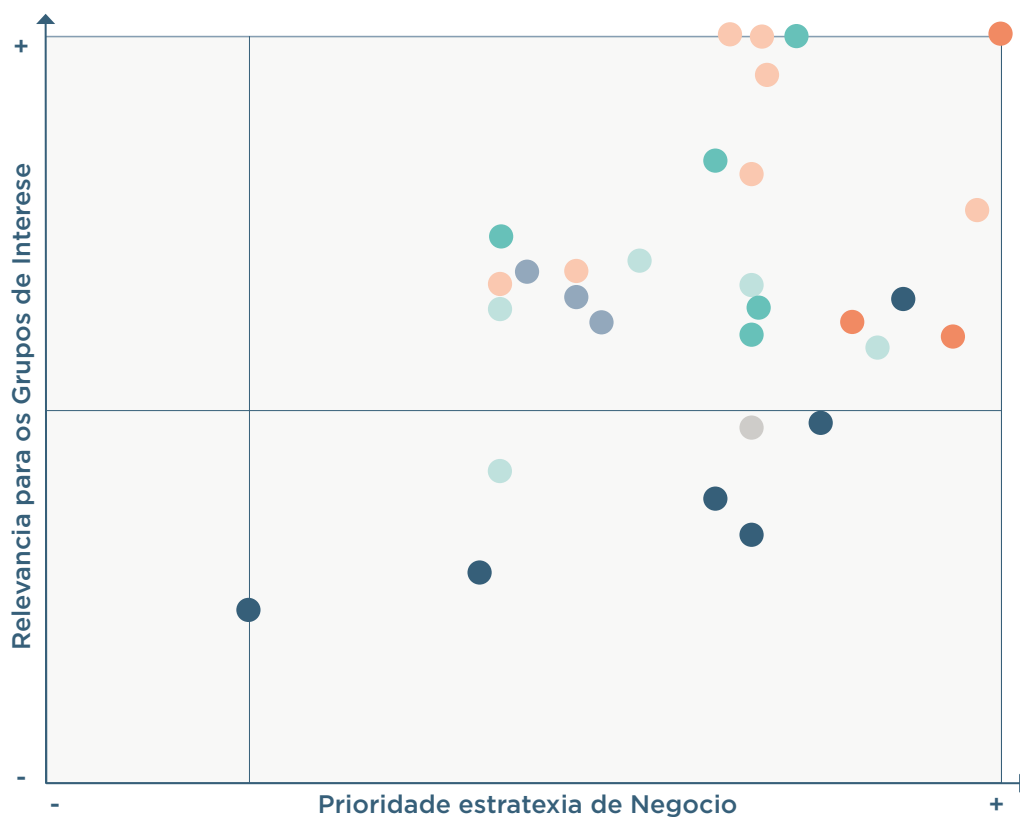
Materialidade e grupos de interese

En 2022, Mercadona analizou a materialidade de cada un dos aspectos de interese relacionados cos asuntos máis relevantes para a súa actividade e para os grupos de interese cuxas necesidades busca satisfacer e que a compañía identifica e concreta dentro do seu modelo a través dos cinco compoñentes: “O Xefe”, O Traballador, O Provedor, A Sociedade e O Capital.

Por primeira vez, este estudo abordouse desde unha dobre perspectiva, e identificáronse e avaliáronse os temas que inflúen no valor da empresa, así como a opinión dos grupos de interese neses mesmos aspectos. Para iso, levouse a cabo unha análise exhaustiva sobre a materialidade por parte do conxunto de responsables da compañía implicados, consultáronse distintos “Xefes” a través dun cuestionario que avalía a totalidade dos temas materiais e realizouse unha análise de tendencias na que participaron diversos grupos de interese (analistas financeiros, expertos do sector da distribución, xornalistas...). Grazas a iso, captáronse novos temas materiais, definíronse expectativas e introducíronse novas valoracións. É necesario matizar que esta

dobre análise se encontra en proceso de desenvolvemento e mellora interno.

Este traballo levouse a cabo mediante un proceso secuencial en catro fases. Iniciouse coa identificación e avaliación dos temas materiais dándolle prioridade a cada asunto en función dos seus impactos e a influencia nas decisións e as expectativas. A continuación, elaborouse a matriz e, finalmente, foi validada. Como resultado, en 2022 identificáronse 30 aspectos materiais agrupados en sete categorías principais, que se detallan na seguinte matriz de materialidade e sobre os que se informa ao longo desta Memoria, tanto da xestión como das avaliacións continuas realizadas destes.



Temas Materiais

Satisfacción do “Xefe”	1	Seguridade e calidade alimentaria
	2	Atención ao cliente
	3	Innovación de produtos
Emprego de calidade	4	Atracción e retención do talento
	5	Conciliación familiar
	6	Formación
	7	Salario competitivo
	8	Igualdade e diversidade
	9	Saúde e seguridade
	10	Canles de comunicación internas
Xestión sostible e ética na cadea de subministración	11	Criterios éticos e ASG* na cadea de subministración
	12	Producción sostible
	13	Benestar animal
Sostibilidade e medio ambiente	14	Xestión do desperdicio alimentario
	15	Reciclaxe e economía circular
	16	Loxística sostible
	17	Mellora da eficiencia enerxética e dixitalización
	18	Control de emisións de CO ₂
Diálogo e transparencia co exterior	19	Comunicación corporativa
Cumprimento normativo, ética e bo goberno	20	Etiquetaxe e información de produtos
	21	Seguridade e protección de datos
	22	Boas prácticas de goberno corporativo
	23	Prevenición da fraude e corrupción
	24	Transparencia da información
Impacto socioeconómico e xeración de valor	25	Doazóns de alimentos e acción social
	26	Integración na comunidade
	27	Fomento e apoio ao emprendemento
	28	Mecenado deportivo
	29	Desenvolvemento económico do ámbito
	30	Achega tributaria e transparencia fiscal

* ASG: Ambientais, Sociais e de Goberno.

Desenvolvemento sostible e prevención de posibles riscos

Compoñentes	Riscos
<p>“O Xefe”</p> <p>O noso obxectivo principal é satisfacer totalmente os “Xefes” (clientes) aplicando a estratexia Totaler Radical, para ofrecerlles sempre produtos cunha calidade contundente coa posibilidade de acertar</p>	Calidade
	Cambio de hábitos de consumo
	Transformación dixital
	Protección de datos
<p>O Traballador</p> <p>Quen satisfai “O Xefe” ten que estar satisfeito ao 100 %</p>	Estratexias remuneratorias e de compromiso do cadro de persoal
	Conciliación
	Igualdade e diversidade
	Prevención de riscos laborais
<p>O Provedor</p> <p>Os provedores vertebran a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona</p>	Boas prácticas comerciais
	Protección de datos
<p>A Sociedade</p> <p>Contribuír ao desenvolvemento económico sostible e ao progreso social do país é unha obriga para a compañía</p>	Mobilidade sostible nas cidades
	Uso responsable dos recursos
	Relación con comunidades locais
	Medio ambiente e cambio climático
	Protección de datos
<p>O Capital</p> <p>O obxectivo é obter beneficio como consecuencia de facer ben as cousas que engadan valor</p>	Legalidade inherente aos distintos aspectos da actividade (sanidade, comercio, consumo, industria, traballo, facenda, medio ambiente...)
	Rendibilidade e sostibilidade

Mercadona impulsa protocolos para previr e xestionar os riscos inherentes á súa actividade, que desenvolve sempre dentro do marco da legalidade vixente. Ademais, comparte a súa evolución e os resultados co cadro de persoal, cos provedores e coa sociedade, a través das diferentes canles ao seu alcance.

Políticas e estratexias

<ul style="list-style-type: none"> Modelo de calidade con seguridade alimentaria Contrastacións de produtos Simulacros "Accidentes Moi Moi Graves MMG" E exercicios de trazabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> ∞ ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Oferta Eficaz e Modelo de Coinnovación Oferta de alimentación saudable Estratexia Frescos Global Implantación do modelo Listo para Comer Impulso da compra en liña a través de Colmeas e da Nova Telecompra 	<ul style="list-style-type: none"> ∞ ∞ ∞ ∞ ∞
<ul style="list-style-type: none"> Servizo de Atención ao Cliente Innovación transversal Mercadona Online Automatización de procesos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ∞ ∞
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación do Regulamento Xeral de Protección de Datos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓
<ul style="list-style-type: none"> Postos de traballo fixos Soldos por enriba da media do sector actualizados anualmente sobre a base dunha política de tramos e a variación interanual do IPC Prima por obxectivos Formación, transparencia e promoción interna 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Conciliación da vida familiar, laboral e persoal Fomento da corresponsabilidade Horario 5+2 nas tendas Calendario anual de horarios, vacacións e descansos coñecido 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Principio de equidade Plan de Igualdade e xestión da diversidade 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Servizo médico a disposición das traballadoras e dos traballadores Servizo sanitario de atención telefónica 24/7, 365 días ao ano (3C) Equipo técnico especializado en prevención de riscos laborais Medidas preventivas e protocolos sanitarios COVID-19, cando foi necesario 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación do Regulamento Xeral de Protección de Datos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓
<ul style="list-style-type: none"> Código de Boas Prácticas Mercantís Pautas de Conduta Ética para provedores Cadea agroalimentaria sostible Xeración de tecido industrial Política de Benestar Animal Política de Compra de Produtos da Pesca Coinnovación con provedores 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ∞ ✓ ∞ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación do Regulamento Xeral de Protección de Datos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓
<ul style="list-style-type: none"> Modelo de Loxística Sostible 	<ul style="list-style-type: none"> ∞
<ul style="list-style-type: none"> Sistema de Xestión Medioambiental Programa de prevención do desperdicio alimentario Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8) 	<ul style="list-style-type: none"> ∞ ✓ ∞
<ul style="list-style-type: none"> Diálogo e transparencia Modelo de relación coas comunidades locais, ONG e asociacións de consumidores Impulsar o emprendemento Xestión Proactiva de Veciños para detectar e eliminar posibles focos de risco e molestias Xestión para solucionar de forma rápida e eficaz os <i>inputs</i>, suxestións e queixas da veciñanza 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Sistema de Xestión Medioambiental Estratexias para mellorar a sostibilidade da nosa actividade no ámbito e na cadea de subministración Estratexia 6.25: redución do plástico e xestión de residuos Plan de acción e redución das emisións en loxística Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8) 	<ul style="list-style-type: none"> ∞ ∞ ∞ ∞ ∞
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación do Regulamento Xeral de Protección de Datos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓
<ul style="list-style-type: none"> Políticas de prevención de delitos e anticorrupción Actualización da lexislación e adaptación aos procesos internos para o seu cumprimento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓
<ul style="list-style-type: none"> Políticas de xestión de risco financeiro Reinvestimento e visión a longo prazo Xeración de riqueza e crecemento compartido Capital consciente Revisión constante dos procesos internos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ ✓

Irmãdona: Mercadona en Portugal

En 2016 Mercadona iniciou o seu proceso de internacionalización en Portugal coa sociedade Irmãdona, a “irmá de Mercadona”, e tres anos despois, en 2019, inauguraba a súa primeira tenda no país veciño. Un ambicioso proxecto que non parou de crecer e que, en apenas seis anos, alcanzou un total de 39 supermercados, tras inaugurar dez durante os doce últimos meses, o que lle permite ter presenza en 2022 en nove distritos: Porto, Braga, Aveiro, Viana do Castelo, Setúbal, Santarém, Viseu, Leiria e Lisboa.

Irmãdona, que desenvolve a súa actividade como unha empresa portuguesa de orixe española e cuxa sede está en Vila Nova de Gaia, logrou consolidar o Modelo de Mercadona no país luso. Un modelo que xerou valor desde o principio, tal e como demostran os 590 millóns de euros de investimento acumulado, 140 millóns en 2022; ou as 3.500 persoas que conforman o seu cadro de persoal, 1.000 delas novas incorporacións no devandito exercicio. Todos eles sumáronse a un proxecto sostible, non só de presente, senón de futuro. Un proxecto que inviste na súa principal forza, os recursos humanos, como demostra a decisión tomada o pasado mes de outubro de subir un 11 % o salario de entrada en Portugal para 2023; e que xera dinamismo e crecemento conxunto nas zonas nas que ten presenza.

Con estas bases, Irmãdona seguiu avanzando e estreitou os seus lazos co país luso, o que lle permitiu coñecer cada vez máis e mellor a sociedade portuguesa, os seus gustos e as súas necesidades. Tamén aproveitar ao máximo a oportunidade de desenvolvemento do Proxecto Mercadona en Portugal a través

da colaboración conxunta cos provedores locais, aos que se lles realizaron compras por valor de 789 millóns de euros.

Igualmente, Irmãdona segue incorporando sinerxías ao proxecto conxunto e logrando novos fitos como, por exemplo, a ampliación do bloque loxístico de Póvoa de Varzim (Porto); os avances realizados en Almeirim (Santarém), onde se está construíndo o que será o segundo bloque loxístico e o máis grande que Mercadona teña na cadea; ou a entrada de Mercadona en cinco novos distritos durante estes doce meses.

Estes fitos e resultados, cunha facturación de 737 millóns de euros en 2022, lograronse grazas ao esforzo do conxunto do cadro de persoal, comprometido con facer canto sexa necesario para satisfacer “O Chefe” (“O Xefe”). Tamén, motivados pola confianza deses “Chefes” e a colaboración dos “Fornecedores”, todos eles imprescindibles para poder consolidar unha empresa que a sociedade portuguesa queira que exista e sinta orgullo dela.

39
tendas



10
aperturas

140 M€
de investimento

3.500
traballadoras e traballadores

737 M€
de facturación



Fachada do supermercado de Montijo em Setúbal.



“O XEFE”

Mercadona seguiu avanzando na estratexia de Totaler Radical, onde radical significa sempre e onde se persegue ofrecerlle ao “Xefe” calidade contundente en cada produto e, polo tanto, a posibilidade de acertar. Todo iso nun contexto marcado polo encarecemento das materias primas, a enerxía e faltas de servizo puntuais ás que a compañía non

soubo anticiparse. Con todo, o esforzo realizado permitiu reducir este impacto fronte á inflación da alimentación xeral, que pechou o ano no 15,7 % en España e no 19,9 % en Portugal, e exercer de dique de contención fronte á subida dos custos, como reciprocidade á confianza que diariamente depositan na compañía máis de 5,7 millóns de fogares.

01

Adaptación ao
contexto actual

02

Tendas e Mercadona
Online

Adaptación ao contexto actual

En 2022 Mercadona enfrontouse a situacións inimaxinables que tiveron un impacto relevante na súa actividade. Un contexto desafiante, tal e como demostra a evolución do IPC xeral (+5,7 % en España e +9,6 % en Portugal) e moi especialmente o da alimentación xeral (+15,7 % en España e +19,9 % en Portugal), principal actividade da compañía, ante o que reaccionou optimizando procesos e reforzando a eficiencia para absorber parte da subida dos custos e non trasladarllela na súa totalidade aos consumidores, contribuíndo con iso a amortecer o efecto da inflación.

Mercadona viuse igualmente afectada polas folgas de transporte dos pasados meses de marzo e novembro. Estes paros xeraron un impacto considerable na cadea de subministración e esixiron un esforzo adicional para garantirlles o abastecemento aos “Xefes” en todas as tendas da cadea.

A pesar da complexidade do ano, as 99.000 persoas que forman parte do cadro de persoal de Mercadona, así como os 3.000 provedores de produto, continuaron dando o mellor de si mesmos para seguir no camiño de ser Totaler Radical, ou o que é o mesmo, ofrecerlle ao “Xefe” a posibilidade de acertar cunha oferta dunha calidade contundente a uns prezos imbatibles.

Calidade e seguridade alimentaria

En 2022 Mercadona seguiu reforzando o seu compromiso coa calidade, para o que aplica dous criterios indispensables en todos os produtos: estar bo, é dicir, ofrecer unhas ca-

racterísticas organolépticas diferenciais, que proporcionen un bo sabor, olor, cor e textura; e ser bo, ou o que é o mesmo, que garanta a seguridade alimentaria e, ademais, sexa saudable para o corpo, sostible co planeta e socialmente responsable.

Grazas a iso, a compañía dispón dunha oferta eficaz que dá resposta ás necesidades dos seus “Xefes” en alimentación, bebidas, limpeza do fogar, hixiene persoal e coidado de mascotas. Unha oferta viva de aproximadamente 8.000 referencias que aborda e desenvolve individualmente no marco da súa estratexia SPB (Sempre Prezos Baixos), que a compañía puxo en marcha en 1993 para garantir, dende o devandito ano, o carro da compra de maior calidade ao prezo máis baixo posible.

Nesa definición de calidade contundente inclúese de forma intrínseca a seguridade alimentaria. Neste ámbito, a compañía desenvolveu hai case dúas décadas un Sistema de Calidade e de Seguridade Alimentaria propio

Accións concretas

O Sistema de Calidade e de Seguridade Alimentaria de Mercadona realizou en 2022 un total de 35.000 contrastacións de produtos frescos, 520 inspeccións nos procesos lóxicos e 53.900 análises de superficies e ambientes. Na mesma liña, a compañía e os provedores fixeron 12 simulacros coa colaboración das autoridades sanitarias de 12 comunidades autónomas de España. Estes exercicios permitiron consolidar as aptitudes individuais e colectivas dos seus equipos e a formación conxunta para enfrontárense con maiores garantías, coñecemento e eficiencia a posibles continxencias futuras.

no que participan, tamén, os provedores. Desta maneira, todas as partes implicadas na cadea de subministración son sometidas a estritos controis en cada proceso, dende a orixe ata o consumidor final, co triplo obxectivo de ter cero riscos, cero defectos e cero crises; e o desenvolvemento dunha estratexia orientada cara a tres vértices claros: o preventivo, o reactivo e o de contrastación.

O ano 2022 tamén supuxo o inicio da dixitalización de varios dos sistemas de xestión de calidade e seguridade alimentaria, como as actas de inspección das autoridades sanitarias e a documentación de rexistros de análises de perigos e puntos de control críticos.

Por outro lado, actualizouse o contido das formacións internas nesta materia para as novas incorporacións nas tendas e nos bloques loxísticos.

A compañía dispón, ademais, de dous paneis independentes de profesionais de recoñecido prestixio, un en España e outro en Portugal. A vintena de científicos especialistas, membros destes Comités Científicos Consultivos, asesora o equipo interno, con quen se comparten coñecementos e experiencias co obxectivo de minimizar os problemas existentes e previr posibles riscos emerxentes.



Mari Carmen, “Xefa” do supermercado de Mula en Murcia.



Calidade baseada na mellora constante

A oferta de Mercadona, composta aproximadamente por 8.000 referencias, aposta pola innovación constante para adaptarse ás novas necesidades e pola mellora continua grazas á aplicación diaria do modelo e tendo en conta todas as inquietudes dos clientes e da sociedade. A súa definición é froito do traballo conxunto e dun proceso colaborativo no que, en diferentes momentos e fases, participan tanto traballadoras e traballadores, como provedores e “Xefes”.

No caso das traballadoras e traballadores, a compañía, a través dun equipo de 1.200 persoas entre os departamentos de prescrición e compras, capta unha serie de necesidades ás que se dá resposta en colaboración con provedores especialistas, capaces de ofrecer solucións eficientes e de calidade.

Este traballo de innovación e mellora da oferta apóiase, ademais, con análises de mercado pertinentes e aproveita as suxestións que realizan os clientes a través de distintas canles, como a liña 800 ou os perfís oficiais da compañía en redes sociais.

Do mesmo xeito, Mercadona conta cun Modelo de Coinnovación mediante o cal introduce melloras grazas á implicación e participación directa de moitos dos seus “Xefes”, o que se traduce nunha oferta totalmente adaptada aos gustos e costumes dos clientes. Para iso, dispón de 22 centros de coinnovación repartidos entre España e Portugal tras inaugurar, ao longo do ano, un novo, concretamente en Madrid. En todos estes centros, nos que traballan

máis de 200 especialistas, mantivéronse en 2022 un total de 12.500 sesións de traballo, nas que participaron os “Xefes” namorados, aqueles que sempre van buscar un produto, independentemente de onde estea. Un proceso colaborativo que foi clave para seguir evolucionando a oferta con 370 melloras, 217 novidades e 25 innovacións de produto.

Exemplo diso é o novo *pepperoni*, listo para utilizar en receitas como as pizzas, que se ofrece nun formato máis manexable e sinxelo para a súa conservación mediante unha bolsa con peche ZIP; ou os filetes de bonito do norte, que incorporan unha tapa con fácil apertura e un tarro coa boca máis ancha para poder extraer os filetes con maior facilidade.

Modelo de Coinnovación de Mercadona

Para definir a calidade dun novo produto ou mellorar a doutro xa dispoñible nos lineais de Mercadona, a compañía realiza un proce-

so baseado en cinco fases. En primeiro lugar, o especialista, ben sexa ao pé da tenda, por canles oficiais, observando a venda ou analizando tendencias de mercado, capta que “O Xefe” ten unha nova necesidade que non se lle está ofrecendo ou que si se lle está brindando pero que necesita unha mellora concreta. A partir de aí, selecciónanse os “Xefes” namorados deses produtos e, en colaboración con estes a través das sesións de coinnovación, defínense as características do produto. Seguidamente, o xerente de compras, xunto co provedor seleccionado, establece a fórmula ou a receita necesaria para que os atributos captados se cumpran. Unha vez que se ten a solución, o especialista inicia un período de probas mediante sesións de coinnovación co “Xefe”, ben sexa nos centros de coinnovación ou na casa deste, onde se proba o produto para comprobar se cumpre as súas expectativas. Finalmente, se o produto satisfai as esixencias do “Xefe”, ponse á venda nas tendas de Mercadona.





Satisfacendo as necesidades dos “Xefes”

Mercadona, consciente da relación directa entre alimentación e saúde, que se traduce na necesidade dunha dieta equilibrada dos “Xefes”, continuou traballando durante o ano 2022 nesta liña. Para iso, seguiu o criterio de calidade de estar bo e ser bo, ao igual que reforzou o seu compromiso para facilitarlles aos clientes a súa cesta equilibrada, co obxectivo de que elixan que alimentos consomen, como os elaboran e canto consomen deles.

Por iso, a compañía, sendo consciente da individualidade de cada persoa e das súas necesidades nutricionais, o que no ámbito alimentario se traduce en necesidades, hábitos e gustos diferentes, traballou ao longo do ano en tres liñas.

Por un lado, ofreceu unha oferta variada, eficiente e de calidade que permita dispoñer dunha ampla gama de produtos, tanto frescos como non perecedoiros, para que “O Xefe” poida seleccionar aqueles produtos que cubran as súas necesidades. Igualmente, a compañía realizou un esforzo en adaptarse ás necesidades de cantidade e frecuencia de alimentación. Así, seguíronse realizando movementos para definir dunha forma óptima as racións e adaptalas ao consumo dos clientes. Este é o caso da cabaza en anacos ou a améndoa sen pel. Igualmente, Mercadona explorou coa súa oferta formas de cociñar máis saudables e continuou prestando atención á composición nutricional. Exemplo desta mellora da oferta son os caprichos de pescada, introducidos en 2022, croqueta saudable que ten peixe como ingrediente principal e que, ademais, se pode cociñar no forno ou na frixideira de aire, sen necesidade de fritir; ou o queixo *cottage*, rico en proteínas e baixo en graxa.

Así mesmo, Mercadona mellorou as receitas de formas distintas. Algúns exemplos foron a incorporación de ingredientes totalmente naturais, como é o caso do aperitivo de espelta integral, no que o 100 % da fariña é integral de espelta; ou a eliminación, redución ou substi-

tución dos ingredientes que non engaden valor. Este é o caso das bebidas de soia sabor chocolate e sabor vainilla sen azucres engadidos, nas que se suprimiu practicamente a totalidade do azucre; a hamburguesa de pescada, sen aditivos; ou os *crackers*, con menos sal.

Tamén cabe destacar que en 2022 concluíu o Plan de Colaboración para a Mellora de Alimentos e Bebidas, promovido pola Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN), e co que, dende 2018, se reformularon máis de 400 produtos.

Do mesmo xeito, e en colaboración con provedores especialistas e distintas entidades de referencia en España e Portugal, a compañía seguiu incorporando referencias sen glute, como é o caso da totalidade de produtos cárnicos empanados, logrando alcanzar os 1.533 produtos libres desta proteína. Este traballo tamén se fai evidente con outra das intolerancias máis habituais, neste caso á lactosa, para a que a compañía cada ano ofrece novas solucións, como foron en 2022 a bechamel ou as albóndegas de porco.

Con este obxectivo de ofrecerlles respostas adecuadas aos “Xefes” que depositan cada día a súa confianza en Mercadona, a compañía colabora con numerosas entidades de referencia en España e Portugal, como a Federación de Asociacións de Celíacos de España (FACE) e as súas asociacións autonómicas, Celíacs de Catalunya (SMAP), a Asociación de Intolerantes á Lactosa de España (ADILAC), a Asociación de Celíacos e Sensibles ao Glute (ACSG), a Asociación Española de Persoas con Alerxia a Alimentos e Látex (AEPNAA) e a Associação Portuguesa de Celíacos (APC). Igualmente, Mercadona mantén o seu compromiso coa Estratexia Nacional sobre Nutrición, Actividade Física e Prevención da Obesidade (NAOS), para promover, xunto aos provedores, unha nutrición saudable; e co Código de Autorregulación da Publicidade (código PAOS).

Ademais destas, Mercadona seguiu dando resposta a diferentes necesidades como a ali-

mentación vegana ou vexetariana, xa non só coa ampla oferta de produtos frescos, senón con outras referencias como os xeados vexetais, cuxo ingrediente base son os froitos secos; ou o *seitán*, un preparado alimenticio elaborado con trigo e glute no que, ademais, se reduciron as trazas de alérxenos de cinco a un.

Transparencia na etiquetaxe

Mercadona, no seu compromiso coa transparencia, fomenta dende hai anos os *packagings* e información na etiquetaxe. Para iso, dispón dun método propio co que identifica os provedores fabricantes de todos os produtos elaborados baixo o paraugas das súas marcas propias (Hacendado, Bosque Verde, Deliplus e Compy) e notícalles aos "Xefes" calquera aspecto nutricional ou informativo como, por exemplo, a inclusión do teléfono de atención ao cliente da compañía en todas as etiquetas para facilitarlles o contacto coa compañía, en caso de que sexa necesario.

Grazas a este esforzo, cada cliente dispón de toda a información necesaria sobre cada produto. Unha información obxectiva, veraz e accesible coa que poder introducir nas súas dietas libremente os alimentos, pero co valor engadido de contar con datos e detalles máis concretos para poder elaborar a súa cesta equilibrada.

HACENDADO

Bosque VERDE

deliplus

Compy



Marcas propias

Hacendado, Bosque Verde, Deliplus e Compy son, entre outras, marcas que Mercadona desenvolve dende 1996, cuxos fabricantes están claramente identificados na etiquetaxe.



Oferta máis saudable

Mercadona seguiu traballando para ofrecerlles aos seus “Xefes” unha oferta eficaz na que encontren todo o necesario para elaborar a súa cesta equilibrada e achegar ao organismo a cantidade necesaria de nutrientes e enerxía



01
UTILIZACIÓN DE
INGREDIENTES
100 %
INTEGRAIS



02
ALIMENTOS
SEN AZUCRES
ENGADIDOS

03
MÁIS VARIEDADE
PARA DIETAS
VEXETARIANAS E
VEGANAS





05

ADAPTACIÓN
DO TAMAÑO AO
CONSUMO DO
"XEFE"

04

MÁIS
OFERTA EN
PRODUTOS
FRESCOS



06

REDUCCIÓN
DE ADITIVOS
E AZUCRES

Servizo de Atención ao Cliente

Mercadona mantén unha relación constante cos seus clientes baseada na transparencia e na honestidade e na que o diálogo e a comunicación son elementos prioritarios que permiten detectar as inquietudes dos seus “Xefes”, adiantarse a posibles anomalías e ofrecer respostas concretas a cada continxencia.

Baixo esta filosofía, a compañía dispón dun Servizo de Atención ao Cliente (SAC) composto por 81 persoas: 67 en España e 14 en Portugal. Este equipo atendeu as 250.000 dúbidas, solicitudes e propostas (230.000 en España e 20.000 en Portugal) que os “Xefes” trasladaron por teléfono ou por correo, tratando de ofrecer a mellor solución posible tras un estudo individualizado de cada caso. Neste ámbito, cabe destacar a unificación, en maio de 2022, do número de atención ao cliente para España e Portugal, facilitando o contacto dos clientes con este servizo e mantendo o funcionamento, horario, gratuidade e dispoñibilidade os 365 días do ano.

Ademais, ao longo do ano mantivéronse activos os diferentes perfís que a compañía utiliza nas redes sociais para manter unha relación estreita cos seus clientes (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e LinkedIn). A través deles, abordáronse un total de 645.000 conversas (545.000 en España e 100.000 en Portugal), un diálogo que permitiu detectar puntos de mellora e consolidar o SAC como unha das ferramentas máis eficientes para poder, como persegue a compañía, satisfacer plenamente “O Xefe”.

Paralelamente, ao longo do ano incrementáronse na páxina web corporativa o número de FAQ co obxectivo de ofrecerlles aos clientes un mecanismo máis áxil e directo para resolver dúbidas comúns. Ao mesmo tempo, reforzouse o servizo de asistente virtual vía WhatsApp, chamado Carol, operativo en España 24 horas ao día e sete días á semana, que en 2022 mantivo un total de 25.000 conversas cos clientes.

España	Portugal
<p>www.mercadona.es</p> <p> www.facebook.com/mercadona</p> <p> www.twitter.com/mercadona</p> <p> www.instagram.com/mercadona</p> <p> www.youtube.com/mercadona</p> <p> www.linkedin.com/company/mercadona</p>	<p>www.mercadona.pt</p> <p> www.facebook.com/mercadonaportugal</p> <p> www.twitter.com/mercadona_pt</p> <p> www.instagram.com/mercadona_portugal</p> <p> www.youtube.com/mercadonaportugal</p> <p> www.linkedin.com/company/mercadonaportugal</p>
Número de atención ao cliente	
	



MERCADONA

800 500 220



Pedro, traballador do Servizo de Atención ao Cliente de Mercadona.

Tendas e Mercadona Online

Dentro da súa misión, Mercadona identifica dous tipos de compradores: o físico, que acode ás tendas co obxectivo de cubrir as súas necesidades de alimentación, bebida, coidado persoal, coidado do fogar e coidado de mascotas; e o que o fai a través das plataformas dixitais dispoñibles. Co obxectivo de satisfacer a ambos, a compañía, as súas traballadoras, traballadores e provedores centran os seus esforzos en desenvolver e ofrecer produtos e servizos dunha calidade contundente a uns prezos imbatibles, respectando o medio ambiente e o ámbito, e fomentando unha compra e un consumo responsables.

Supermercados eficientes (Tenda 8)

Mercadona seguiu crescendo en 2022, apostando pola proximidade e pola calidade contundente a prezos imbatibles, e consolidando durante estes meses un proxecto diferencial orientado cara á satisfacción total do “Xefe”. Unha realidade que a finais do exercicio contaba cunha rede de 1.676 supermercados en España e Portugal, tras pechar 49 tendas que non se adaptaban aos estándares de calidade da cadea e inaugurar 63 novas, 53 en España e 10 en Portugal.

Para poder impulsar este crecemento, a compañía investiu 587 millóns de euros, dos que 356 se destinaron ás aperturas mencionadas, 10 millóns de euros en equipamento para os supermercados e 83 na adquisición de novos terreos e locais. Igualmente, implementáronse ao longo do ano importantes melloras nas tendas xa existentes e adaptáronse un total de 41 inmobles ao Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8), o que supuxo un esforzo inves-

tidor de 138 millóns de euros. Grazas a iso, a compañía pechou o ano cunha rede de 1.287 supermercados eficientes, fronte aos 1.183 do exercicio precedente.

Este modelo de tenda propio e pioneiro non só lles ofrece unha mellor experiencia de compra aos seus “Xefes”, cunha mellor disposición da oferta e un maior confort. Ademais, contribúe a reforzar o compromiso coa sostibilidade, ao xerar aforros enerxéticos de ata un 40 % respecto a unha tenda convencional. De feito, grazas ás tecnoloxías vangardistas e á súa aposta pola dixitalización de moitos procesos, as Tendas 8 impulsan a optimización dos recursos naturais e o fomento do consumo consciente e crítico.

Listo para Comer

Mercadona seguiu traballando ao longo de 2022 na súa sección de Listo para Comer en España e *Pronto a Comer* en Portugal, iniciativas coas que a compañía lles dá resposta a aqueles “Xefes” que optan, nalgúns das



1.676

tendas

41

tendas reformadas para adaptalas
ao Modelo de Tenda Eficiente

587 M€

investidos



356 M€

en aperturas

10 M€

en equipamento

138 M€

en reformas

83 M€

en novos terreos e locais

súas comidas, por solucións de pratos preparados variados e de calidade. Así, logrou pechar o ano con esta sección en 972 tendas, 933 en España e 39 en Portugal.

Dende que se iniciou o proxecto en 2018, a compañía foise adaptando, ano tras ano, ás necesidades e tendencias de consumo dos clientes. Desta forma, nos últimos doce meses introduciu novos pratos. Concretamente o servizo de Listo para Comer incorporou macarróns boloñesa ou lentellas; mentres que os “Xefes” que acudan a *Pronto a Comer* poden gozar de *sandes de leitão* ou *bolinhos de bacalhau*. Igualmente, incluíuse en am-

bos os dous países unha ampla variedade de oferta asiática composta por pratos como o *yakisoba*, o *poke* de salmón ou as *gyozas* de porco e verdura.

Ademais, e coa finalidade de ofrecer o mellor servizo, Mercadona implantou nas 972 tendas con esta sección un novo modelo de venda, no que se ofrece a maioría da oferta en libre servizo logrando máis axilidade, reducíndolle o tempo de espera ao “Xefe” e garantíndolle unha gran calidade. Este proxecto supuxo un esforzo investidor en 2022 de 50 millóns de euros, cifra que lle permitiu alcanzar unha venda media de 323 millóns de euros en toda a cadea.

A sección de Listo para Comer está dispoñible en 972 tendas de España e Portugal



Mari Carmen e Beatriz, “Xefas” na zona de mesas e cadeiras do supermercado de Casco Viejo en Talavera de la Reina, Toledo.

Mercadona Online

Ao longo de 2022 Mercadona seguiu reforzando o desenvolvemento do seu servizo de compra en liña en España, proxecto que continúa crescendo e consolidándose co obxectivo de satisfacer os “Xefes” que optan por esta canle con solucións concretas e eficientes ás súas necesidades.

Para iso, inaugurou dúas novas Colmeas, almacéns exclusivamente para a venda en liña, en Alacant e Sevilla, que se suman ás tres que xa mantiña operativas, en València, Barcelona e Madrid. No caso da Colmea de Alacant, inaugurada en maio de 2022, a compañía investiu 18 millóns de euros e reparte en 200 códigos postais das provincias de Alacant

e Murcia. Mercadona investiu 27 millóns de euros na construción da Colmea de Sevilla, operativa dende o pasado mes de novembro. O servizo está dispoñible para os “Xefes” en liña que realizan os seus pedidos dende 102 códigos postais de parte das provincias de Sevilla e Huelva.

Ademais do Modelo de Colmeas, e para poder facer fronte ás necesidades dos “Xefes” de áreas cunha menor densidade de pedidos, Mercadona seguiu traballando no seu modelo de preparación e repartición dende as tendas físicas: a Nova Telecompra, que aproveita a experiencia, tecnoloxía e parte dos procesos desenvolvidos nas Colmeas



Rosario e José Damián, traballadores da Colmea de Alacant.

para reducir o tempo de preparación dos pedidos realizados con maior axilidade e unha considerable optimización dos recursos físicos e redución dos sobreesforzos por parte dos traballadores.

Tras testalo en 2021 en tres tendas, e co obxectivo de expandirse ao resto das cidades, durante estes doce meses púxose en marcha en varias provincias máis, como Lleida, Girona, Almería ou Navarra, ata elevar a 18 o número de tendas que, no momento do peche de 2022, ofrecían este servizo.

Para poder chegar ás casas dos “Xefes” en liña dende as Colmeas, Mercadona conta cun equipo, composto por máis de 2.000 persoas, todas con emprego estable e de calidade e cunha formación específica. Dentro deste cadro de persoal encóntrase Mercadona Tech, a división que analiza, planifica e desenvolve os procesos e a tecnoloxía deste proxecto. Un equipo, en definitiva, que foi clave para poder lograr unhas vendas de 540 millóns de euros.

540 M€

de facturación

+2.000

traballadoras e traballadores

5

Colmeas (almacéns para preparar os pedidos en liña)

Dada a evolución experimentada por esta canle, así como o apoio crecente dos seus usuarios, a compañía seguirá acelerando os seus plans de crecemento en liña, para o que xa ten prevista a inauguración en 2023 da Minicolmea situada en Boadilla del Monte (Madrid), así como o desenvolvemento e a expansión dos modelos de Nova Telecompra e Novo Servizo a Domicilio.



Mercadona Tech

Mercadona Tech abriu en 2022 oficina en Madrid. A división tecnolóxica que desenvolve os procesos e o *software* da compra en liña de Mercadona elixiu un emblemático edificio no Paseo de Recoletos e xunto á Praza de Cibeles, que permitirá incrementar a súa aposta por este proxecto centrado no desenvolvemento dos produtos dixitais para a compañía.

2

O TRABALLADOR

Mercadona conta cun cadro de persoal cohesionado e altamente comprometido, 99.000 persoas cuxa implicación diaria foi determinante para enfrontarse con éxito ao contexto de incerteza vivido. Grazas ao seu alto desempeño, a compañía acelerou o seu proceso de transformación e seguiu avanzando cara a un modelo

de contrastación coñecido por todos, baseado na transparencia e na comunicación fluída, co que logrou controlar os custos de cada proceso, amortecer o impacto da inflación e, por medio dunha oferta eficaz de máxima calidade e a prezo imbatible, corresponder á confianza que “O Xefe” lle deposita a diario.

01

Emprego estable e de calidade

02

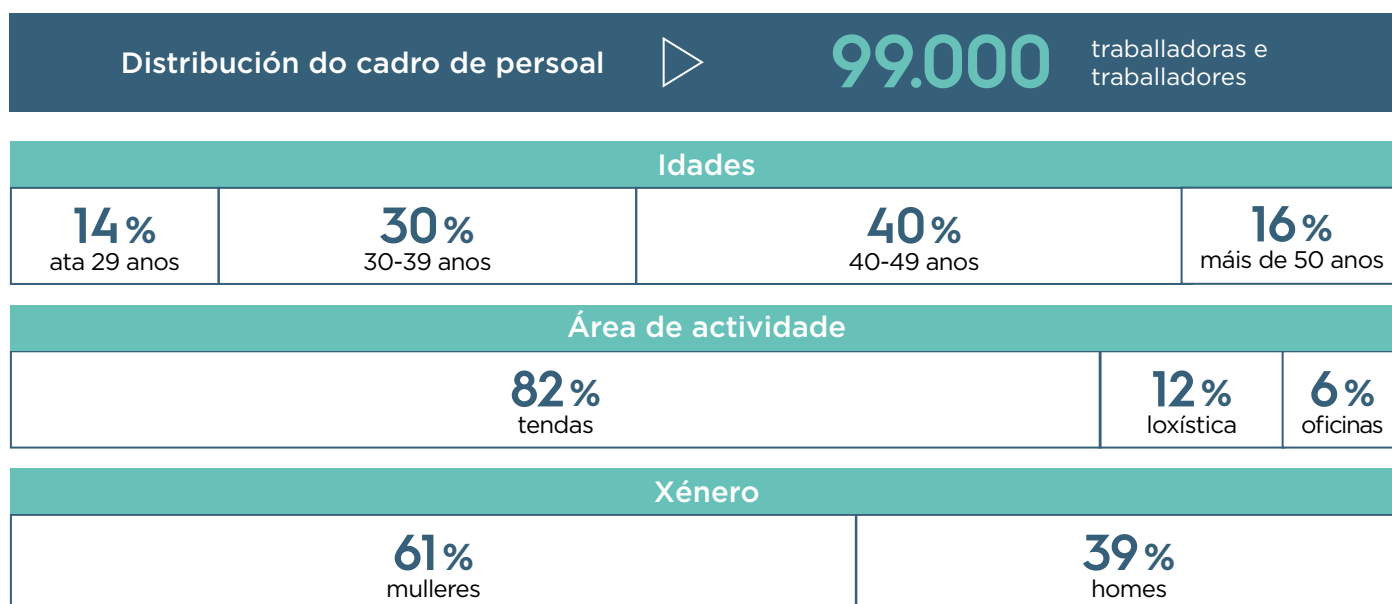
Apostando polas persoas

03

Saúde e seguridade do cadro de persoal

Emprego estable e de calidade

Para Mercadona, as persoas que conforman o seu cadro de persoal son un elemento clave do seu proxecto. Un factor prioritario e fundamental para satisfacer plenamente “O Xefe” a través da excelencia no servizo e na calidade. A compañía, consciente da súa relevancia, motiva e retén o conxunto do seu cadro de persoal a través do seu lote de valor, que se concreta nunhas condicións altamente competitivas, nun ámbito de traballo estable, con salarios por enriba da media do sector e unha política de recursos humanos que, ademais, aposta pola formación, a proxección profesional, o impulso ao talento, o fomento da conciliación e o respecto á igualdade e diversidade.



Encarni, traballadora do supermercado de La Noria en Murcia.

Indicadores do cadro de persoal

Para poder abordar os retos marcados e seguir liderando un sector tan competitivo como o da distribución, a compañía incorporou máis talento ao longo destes doce meses. En total, 3.200 persoas, 2.200 en España e 1.000 en Portugal, todas con contratos fixos e de calidade.

Grazas a iso, pechou o ano cun cadro de persoal composto por 99.000 persoas, 95.500 en España e 3.500 no país luso. Un equipo de alto rendemento que persegue a excelencia e a cuxo desenvolvemento, formación e proxeción se destinan importantes recursos, convencida de que investir nas persoas é facelo no futuro da compañía e dos retornos que implica aplicar a verdade universal: “para poder recibir, primeiro hai que dar”.

Baixo esta filosofía, a política de recursos humanos de Mercadona recoñece o esforzo e o compromiso con salarios que, dende hai anos, están por enriba do sector, así como do Sala-

rio Mínimo Interprofesional, no caso de España, e do Salario Mínimo Nacional, en Portugal. No momento do peche do exercicio, e en coherencia co Modelo Mercadona, o Comité de Dirección acordou incrementar o soldo de todo o cadro de persoal de acordo co IPC. Desta forma os salarios en España rexistraron en 2023 unha subida do 5,7 % e os de Portugal incrementaron un 9,6 %. Neste último caso, adicionalmente, a compañía xa se comprometera a aumentarlle o salario de entrada ao persoal base un 11 %.

Ademais de todo iso, o rendemento individual de cada traballadora e traballador é recoñecido a través dunha política de retribución variable coa que incentiva o liderado e a produtividade. Deste xeito, a compañía comparte os seus beneficios con todos aqueles que se implican e alcanzan os obxectivos específicos anuais, previamente marcados, e que en 2022 se traduciu nun total de 405 millóns de euros destinados en concepto de primas por obxectivos, repartidos entre o 99 % das persoas que contan con máis dun ano de antigüidade.







Jonathan, trabajador do supermercado de Fuente Capala en Navalmoral de la Mata, Cáceres.

Táboa de salarios persoal base de Mercadona en 12 mensualidades**

España				
Antigüidade	- de 1 ano	2 anos	3 anos	+ de 4 anos
Bruto/mes	*1.507 €	1.655 €	1.837 €	*2.039 €
Neto/mes	1.282 €	1.375 €	1.505 €	1.645 €
 ≈20% ↑ ao Salario Mínimo Interprofesional		 ≈62% ↑ ao Salario Mínimo Interprofesional		

En vigor 01/01/2023. Incremento do IPC do 5,7 %.

Portugal				
Antigüidade	- de 1 ano	2 anos	3 anos	+ de 4 anos
Bruto/mes	*1.133 €	1.258 €	1.397 €	*1.550 €
Neto/mes	915 €	1.003 €	1.072 €	1.160 €
 ≈28% ↑ ao Salario Mínimo Nacional		 ≈75% ↑ ao Salario Mínimo Nacional		

En vigor 01/01/2023. Incremento do IPC do 9,6 %.

* O salario mínimo de Mercadona en España é aproximadamente un 20 % superior ao Salario Mínimo Interprofesional (1.260 € bruto/mes), e é no último tramo un 62 % máis (pagas extra incluídas).

* O salario mínimo de Mercadona en Portugal é aproximadamente un 28 % superior ao Salario Mínimo Nacional (887 € bruto/mes), e é no último tramo un 75 % máis (pagas extra incluídas). Pero, ademais, co obxectivo de seguir

crecendo no país veciño e na súa aposta pola promoción de condicións laborais competitivas e de calidade, a compañía decidiu elevar a partir de xaneiro de 2023 este salario mínimo un 11 %, ata os 1.133 brutos ao mes.

** En ambos os dous países, ao soldo bruto anual hai que engadir a prima por obxectivos, que dende o primeiro ano de antigüidade e ata alcanzar o tramo 5 é dunha mensalidade, e é de dúas mensualidades a partir do segundo ano como tramo 5.

Apostando polas persoas

O modelo de recursos humanos de Mercadona propicia un ámbito laboral dirixido cara ao crecemento e desenvolvemento do cadro de persoal, tanto no ámbito persoal como profesional. Para iso, impulsa numerosas medidas, moitas delas pioneiras, derivadas de compromisos irrenunciábeis, como a formación e a aprendizaxe continua, a defensa do principio de igualdade de trato e oportunidades, o fomento da conciliación ou a colaboración constante. Unhas iniciativas que, no seu conxunto, permítenlle a Mercadona dispoñer dun cadro de persoal de alto rendemento que ano tras ano se consolida como o mellor do seu sector.

Formación e aprendizaxe continuas

Para Mercadona, o investimento na formación de cantos forman parte dos seus recursos humanos é unha das súas principais pancas de crecemento. Xera retornos directos non só de carácter cuantitativo, cun incremento notable da produtividade, senón cualitativo, derivados da consolidación dun modelo que sabe aproveitar o talento individual para, a través da colaboración constante, superar os retos conxuntos.

Así, o cadro de persoal de Mercadona recibe formación xeral, común para todas as persoas da compañía, e outra de carácter máis específico, que lle permite enfrontarse cunha maior solvencia ás responsabilidades derivadas dun posto concreto. O exemplo máis claro de formación transversal é o Plan de Acolida, que cada traballadora e traballador recibe no seu primeiro día de traballo, onde ademais da benvida se incide en aspectos fundamentais relacionados coa seguridade laboral e a prevención. Pero, ademais, e durante seis meses, cada traballadora e traballador recibe formación no modelo que deben aplicar no seu día a día.

En 2022, e como consecuencia deste compromiso coa formación, a compañía destinou un total de 100 millóns de euros a consolidar e mellorar as habilidades e o coñecemento do seu cadro de persoal, que se concretaron nun total de 3 millóns de horas de formación. Este esforzo permitiu intensificar a aprendizaxe de novos procesos e ferramentas. No devandito exercicio, Mercadona puxo en marcha un novo centro de formación situado en Porto, onde as traballadoras e traballadores de Irmãdona

contan con nove salas para formárense de maneira tanto teórica como práctica; e dous espazos para realizar formacións por videoconferencia. Igualmente, en Lisboa construíuse outro centro destas características, que abrirá as súas portas en 2023.

Ademais, Mercadona seguiu impulsando o seu programa Directivos Líderes, que dende 2009, ano en que se puxo en marcha, permitiu reforzar a formación dun total de 4.665 persoas que forman parte do seu equipo directivo. No caso de 2022, ademais, 583 persoas melloraron as súas habilidades e o seu liderado a través deste programa, cuxo investimento medio por persoa supera os 40.000 euros. Paralelamente, a compañía seguiu reforzando os seus plans de formación con programas externos cando, en función da especialización, foi preciso, e continuou apostando pola formación en liña salvo naqueles casos nos que a presencialidade verdadeiramente lles achega valor aos participantes.

Igualmente, ao longo do ano, e grazas á súa capacidade, valía e compromiso, un total de 1.171 traballadoras e traballadores foron ascendidos a postos de maior responsabilidade en España e Portugal, o que evidencia que Mercadona é un proxecto empresarial que lles permite aos membros que o conforman crecer ao ritmo que o fai a compañía.

Un proxecto que aposta polas persoas, que inviste nelas, capaz de reter talento e de ser unha opción real para o desenvolvemento dunha vida laboral completa. De feito, en 2022 un total de 111 persoas xubiláronse en Mercadona, a maior



parte delas tras estaren vinculadas á empresa durante décadas. A compañía agradece a todos o esforzo e a implicación mostrados durante todo o seu percorrido na empresa, pois o seu compromiso contribuíu a acelerar e consolidar o Proxecto Mercadona, un proxecto empresarial que xera emprego, prosperidade e riqueza.

Activo2: unha ferramenta colaborativa

En 2022, Mercadona seguiu impulsando Activo2, unha aplicación de desenvolvemento propio que lles permite a cantos forman parte do cadro de persoal permanecer constantemente informados da evolución da empresa e, practicamente en tempo real, dos obxectivos e fitos que se van alcanzando. Grazas a esta canle de comunicación interna, que é ademais unha ferramenta colaborativa, a compañía detecta importantes oportunidades de mellora

a través dos comentarios das traballadoras e traballadores, que en 2022 ascenderon aos 22.000, cifra que representa unha media de 110 interaccións por publicación.

No devandito exercicio, a aplicación incluíu numerosas melloras, como a posibilidade para o cadro de persoal das tendas de consultar as súas vacacións, así como os seus horarios mensuais. No seu conxunto, contribuíron a reforzar o orgullo de pertenza e a compartir información relevante mediante as 205 publicacións e os case 500 exemplos difundidos con máis de 13,9 millóns de visualizacións en total, que representan unha media de 68.000 visualizacións por publicación, relacionadas, por exemplo, cos movementos de oferta, a igualdade, a saúde e a prevención laboral, as aperturas de tendas e os bloques loxísticos, ou os avances en materia de sostibilidade.

Vicen Balaguer, 49 anos de esforzo e dedicación a Mercadona

O pasado 31 de decembro xubilouse unha persoa moi especial para todos os que formamos Mercadona: a xefa de gabinete de presidencia, Vicen Balaguer. Foron 49 anos os que Vicen dedicou a desenvolver e a facer crecer o Proxecto Mercadona. Cando o único capital do que dispoñía a compañía nos seus inicios, alá polos anos 70, era a ilusión, a autoesixencia, o entusiasmo e a vontade de contribuír ao soño empresarial de xuventude de Juan Roig, Vicen sempre estaba aí.



Ela serviu de piar e inspiración para todos os que formamos Mercadona. O seu esforzo e a súa dedicación sempre serán un exemplo. As 99.000 traballadoras e traballadores de Mercadona desexámosche que a túa nova etapa sexa tan frutífera como a que acabas de deixar.

Comprometidos coa igualdade e a diversidade

O modelo de xestión de recursos humanos de Mercadona fomenta a igualdade e a diversidade, valores fundamentais que a compañía considera irrenunciábeis. Faino a través da equidade en todos os ámbitos e para todos os efectos, rexeitando calquera tipo de discriminación por razón de sexo, orientación sexual, discapacidade, idade, nacionalidade ou outra índole.

Neste sentido, cabe destacar que Mercadona conta cun Plan de Igualdade asinado en 2009 que se foi adaptando ao desenvolvemento normativo nesta materia en España, un plan que a compañía mantén vivo e que se encontra nun proceso de mellora constante. Por medio del, avánzase na igualdade de trato e oportunidades entre homes e mulleres e refórzase a integración da perspectiva de xénero na xestión da empresa. Ademais, o Plan de Igualdade de Mercadona é un compromiso co seu cadro de persoal e co resto da sociedade; un compromiso

para garantir a corresponsabilidade entre mulleres e homes, asegurar a equidade retributiva, baseada no principio de “a mesma responsabilidade, mesmo soldo”, e previr e protexer fronte á violencia de xénero.

Un claro exemplo diso é o protocolo de actuación en caso de violencia de xénero que a compañía puxo en marcha en 2013. Dende a devandita data, utilízase para protexer e axudar ás vítimas deste tipo de violencia, ofrecendo un apoio rápido e directo en materia asistencial, psicolóxica e xurídica, así como vantaxes concretas relacionadas co posto de traballo, como a excedencia, a redución de xornada ou o traslado, que supoñen un apoio importante para as traballadoras vítimas de violencia.

Tamén dende 2013 está subscrita ao Pacto de Estado contra a Violencia de Xénero e pertence ao grupo Empresas por unha Sociedade Libre de Violencia de Xénero, ao tempo que participa con asiduidade en campañas de sensibilización, como as do Día Internacional da Muller, a do Día Internacional da Elimina-

2.163
mulleres
directivas
46%



Dionisio, traballador do supermercado de La Florida en Oviedo, Asturias.



Daiana, traballadora do supermercado de Urgez es en Guimarães, Braga.

nación da Violencia contra as Mulleres, tanto en España como en Portugal, a “Carreira contra a Violencia de Xénero” ou a campaña do 8 de marzo “Xunt@s sumamos máis”. No caso de Portugal, Irmãdona é dende 2020 tamén asinante do Pacto contra a Violencia e conta cun protocolo contra a violencia doméstica similar ao que mantén en España, pero adaptado á lexislación portuguesa.

Esta política de igualdade e equidade queda avalada polas cifras, pois o 61 % do cadro de persoal de Mercadona está composto por mulleres, 2.163 traballadoras, o 46 % do total, ocupan postos directivos e 571 mulleres accederon en 2022 a postos de maior responsabilidade dentro da compañía.

Como consecuencia de todo este compromiso global coa igualdade, Mercadona foi recoñecida por terceiro ano consecutivo como “Empresa Líder en Diversidade”, ocupando o noveno posto da clasificación Financial Time Diversity Leaders, concretamente do sector do comercio retalista, no que participan 75 empresas.

Iniciativas a favor da diversidade

Mercadona colabora dende 2016 coa Fundación Capacis, cuxos usuarios se encargan da construción e do mantemento dos xardíns urbanos que a compañía ten en varias tendas. Paralelamente, participa dende 2019 nun convenio coa Fundación ONCE orientado cara á inclusión sociolaboral de persoas con distintos graos de discapacidade. Do mesmo xeito, leva dende 2011 potenciando o Proxecto *Trencadís*, que emprega máis de 800 persoas de 27 fundacións e centros ocupacionais para a elaboración dos murais que decoran a sección da peixería das tendas. Estes proxectos, xunto ás persoas que realizan a súa actividade en Mercadona, permítenlle á compañía incentivar e aproveitar o talento de máis de 5.000 persoas con capacidades diferentes.



Alba e Teresa, traballadoras do supermercado de Avenida Pontevedra na Estrada, Pontevedra.



Ángel, traballador do supermercado de Guadalquivir en Ronda, Málaga.



Graciélinda, traballadora do supermercado de Taguspark en Oeiras, Lisboa.

Medidas para a conciliación

Favorecer o benestar das traballadoras e traballadores é fundamental para consolidar un equipo motivado e cohesionado. Por iso, Mercadona fomenta o respecto á xornada laboral e analiza a singularidade de cada posto de traballo e as necesidades das persoas co obxectivo de desenvolver políticas e estratexias coas que consolidar un clima laboral que promove a conciliación profesional, persoal e familiar. Unhas medidas que se inclúen no Plan de Igualdade e que a acredita como unha compañía comprometida con todos os que forman parte do seu proxecto.

Neste sentido, por exemplo, en España as traballadoras e traballadores que foron recentemente nais e pais puideron ampliar un mes o permiso de nacemento estipulado por lei, gozando así de 20 semanas para o coidado do bebé, tal e como en 2022 fixeron un total de 2.000 persoas. Estas nais e pais tamén poden optar a unha excedencia para o coidado das súas fillas e fillos ata que o menor faga os 12 anos, ou manter un horario reducido ata que alcance a idade de 15 anos co compromiso, por parte da empresa, de recuperar o seu contrato a tempo total ao seu remate.

Igualmente, Mercadona ofrécelle ao cadro de persoal a posibilidade de acollerse a unha excedencia no caso de necesitar coidar a calquera familiar consanguíneo, cunha dura-

ción, neste caso, de ata cinco anos; incluso solicitar a mobilidade xeográfica para poder facer fronte a esta situación. Ademais, as traballadoras vítimas de violencia de xénero poden optar a unha excedencia de ata tres anos, con reserva do posto de traballo.

A compañía mantén nas súas tendas de España o horario 5+2. Dende a súa implementación en 2020, este sistema pioneiro garántelles ás traballadoras e traballadores oito fins de semana longas ao ano, de sábado a luns, así como dous días de descanso semanais. Pola súa parte, nos bloques loxísticos ofrece un sistema de quendas, con xornada intensiva e calendario anual coñecido. No caso de Portugal, tanto o cadro de persoal dos establecementos como o dos almacéns goza de dous días consecutivos de descanso, pois as tendas abren de luns a domingo.

Todas estas políticas de gran calado social converten Mercadona nunha compañía que se implica na mellora constante das condicións do seu cadro de persoal e aposta pola conciliación, tal e como reflicten as 3.574 persoas que en 2022 gozaron de permisos de nacemento, as 1.309 traballadoras e traballadores que solicitaron unha excedencia por coidado de fillas ou fillos ou os 14.928 membros do cadro de persoal que gozaron de xornadas reducidas.



3.574

persoas gozaron de permisos de nacemento

14.928

persoas gozaron de xornadas reducidas

1.309

persoas solicitaron excedencias por coidado de fillas ou fillos

Saúde e seguridade do cadro de persoal

Protexer a saúde do conxunto do cadro de persoal e velar pola súa seguridade laboral é un compromiso que Mercadona asume como unha responsabilidade e ao que, como tal, destina importantes recursos e esforzos. Un labor que a compañía aborda a través da prevención e dunha rede de profesionais sanitarios internos, consciente de que investir en garantir a seguridade das traballadoras e traballadores é asegurar a súa saúde e o futuro da compañía.



Plan de prevención e servizo médico

Ano tras ano, Mercadona reforza o coñecemento e a formación en prevención do seu cadro de persoal, labor no que están involucrados todos e cada un dos postos de traballo, e que aborda a través do seu Plan de Prevención e Programa de Saúde. Para iso, seguiu contando en 2022 coa colaboración de servizos de prevención alleos, en concreto de Quirón Prevención, Previs, Preving e Cualtis, que contribuíron no ámbito da vixilancia da saúde, da aprendizaxe e da prescrición de criterios, así como no desenvolvemento de novos procesos, a promoción da ergonomía e a hixiene industrial, e a implementación de distintos protocolos e iniciativas para minimizar os accidentes de traballo e as enfermidades profesionais.

Do mesmo xeito, Mercadona continuou desenvolvendo e evolucionando o seu servizo médico e de prevención propio en España e Portugal, contando no momento do peche

do exercicio con 214 persoas, entre as que se encontran médicos, enfermeiros, directivos de áreas da saúde e traballadoras e traballadores do servizo telefónico denominado 3C (*Call Center* Consulta). Este servizo, o 3C, seguíulle dando asistencia sanitaria telefónica as 24 horas do día ao conxunto do cadro de persoal e en 2022 recibiu arredor de 400.000 consultas, cunha media de 1.700 chamadas diarias. Unhas cifras que avalan a súa boa aceptación e eficiencia, tras poñerse en marcha en 2020 no contexto da pandemia.

Neste sentido, cabe recordar que o exercicio 2022 estivo marcado no primeiro trimestre pola pandemia da COVID-19, motivo polo que Mercadona, en función das recomendacións das autoridades sanitarias, mantivo gran parte das medidas de seguridade e protección para os clientes e o cadro de persoal. De feito, grazas á detección temperá de posibles casos positivos, a compañía prescribiu as pautas para seguir e minimizou os posibles contaxios.

104

avaliacións de riscos dos novos centros e as reformas realizadas

29

días de duración media da baixa

28,78%*

incidencia de accidentes de traballo

27M€

de investimento en prevención de riscos laborais e saúde

* Índice de incidencia = N.º de accidentes con baixa/por cada 1.000 traballadoras e traballadores.

Espazos colaborativos nas novas oficinas de Albalat dels Sorells

En 2022, Mercadona seguiu potenciando o seu novo modelo de oficinas, iniciado en 2020 en Vila Nova de Gaia (Porto). Así, inaugurou as instalacións de Albalat dels Sorells (Valencia), que ao finalizar o ano albergaban 250 traballadoras e traballadores. As novas oficinas, cuxo deseño está a cargo do estudo ERRE Arquitectura, foron concibidas como un ámbito que fomenta a colaboración e o intercambio de coñecemento entre as distintas partes do proceso, favorecendo a execución e a axilidade na toma de decisións.

O proxecto, deseñado en tres fases, comezou en 2014 coa posta en marcha do seu Centro de Procesamento de Datos (CPD) e co de Servizos. A segunda fase, iniciada en 2018, completárase ao longo dos próximos tres anos, coa incorporación progresiva das traballadoras e traballadores a estas novas instalacións nas que Mercadona prevé investir no devandito período 100 millóns de euros. O novo espazo, pensado para satisfacer as necesidades e experiencias das traballadoras e traballadores, presenta ata 15 tipoloxías de ambientes distintos para que cada persoa poida elixir en función da tarefa que teña que realizar, evolucionando desta forma do modelo tradicional de despachos a un de espazos abertos, máis colaborativos e creativos. As instalacións incorporan un amplo e funcional comedor, cunha oferta gastronómica

completa e variada para que as traballadoras e traballadores poidan manter unha dieta sa e equilibrada. Ademais diso, dispoñen dunha área de venda automática, denominada Kiosko Hacendado, para que o conxunto do cadro de persoal poida, no seu tempo de descanso, gozar dunha selección da oferta existente nos supermercados. Paralelamente, as novas oficinas contan tamén cunha ampla zona de aparcadoiro que inclúe prazas para patinetes e bicicletas, e puntos de recarga para vehículos eléctricos.

Como mostra da aposta pola sostibilidade e o medio ambiente, o edificio dispón de patios axardinados internos que contribúen a absorber a contaminación e producir osíxeno, e dunha orientación leste-oeste, que favorece o aproveitamento de luz solar e a consecuente redución do consumo eléctrico. Ademais diso, para a súa construción estanse utilizando materiais de produción local, é dicir, de quilómetro 0, o que reduce ao máximo a súa pegada de carbono, ao tempo que se instalaron 380 placas fotovoltaicas e un sistema de xestión intelixente do edificio para garantir o uso eficiente e racional dos recursos.

Este proxecto continúa en desenvolvemento e a súa última fase está prevista que se inicie en 2023 e culmine en 2025 coa construción dun novo centro de coinnovación. Desta maneira, as novas oficinas albergarán finalmente 2.600 persoas, que se trasladarán progresivamente durante os próximos tres anos.

Solucións tecnolóxicas innovadoras

As novas oficinas de Albalat dels Sorells (Valencia) contan cun novo sistema de reserva de salas, armarios intelixentes, impresión máis sostible e retida, soporte infomático, entre outras; integradas nunha aplicación móbil. Tamén se creou a barra IT, un soporte con expertos informáticos que atenden dúbidas e incidencias, fomentando a transformación dixital que se está levando a cabo en toda a empresa.

Oficinas de Albalat dels Sorells (Valencia)

100 M€

de investimento entre 2018 e 2024



Armarios intelixentes que as traballadoras e traballadores controlan dende unha aplicación móbil propia

Comedor cunha oferta gastronómica variada, completa e de calidade



Zonas exteriores axardinadas e ecoeficientes, que absorben a contaminación, xeran osíxeno e favorecen o aproveitamento da luz solar



Gloria Hernández, responsable de proxectos en ERRE Arquitectura; Nichan Bakkalian e Víctor Ferré, responsable de organización e director técnico de Mercadona, xunto cos seus equipos; responsables de obras e compras da compañía, que se encargaron de levar a cabo o proxecto das novas oficinas de Albalat dels Sorells, Valencia.

3

O PROVEDOR

En 2022, Mercadona e os seus provedores deron importantes pasos no seu camiño cara a Totaler Radical. Fixérono a través dunha oferta eficaz capaz de satisfacer “O Xefe” sempre. Uns provedores cuxa especialización e coñecemento do mercado garanten a prescrición óptima en cada produto e que

seguiron adaptándose á brutal transformación na que a compañía está inmersa para continuar impulsando un modelo de relación único que se converteu nunha das súas mellores vantaxes competitivas: unha cadea de subministración eficiente na que todos os seus elos son rendibles.

01

Un modelo baseado no compromiso

02

Agudizando o enxeño no contexto actual

03

Loxística eficiente e sostible

Un modelo baseado no compromiso

O Proveedor é un elo clave no Modelo de Mercadona e o seu compromiso, fundamental para crear as condicións necesarias coas que poder abordar o obxectivo principal da compañía: satisfacer plenamente “O Xefe”. De feito, ocupa un lugar esencial no proceso de brutal transformación no que está inmersa, e co que persegue impulsar de forma eficiente a súa oferta eficaz e o desenvolvemento da cadea de subministración.

Por iso, Mercadona establece cos seus provedores unha relación baseada na transparencia, na confianza e na planificación, na que o compromiso coa calidade e coa especialización é incuestionable. Unha relación que persegue o crecemento compartido e que garante en cada produto a máxima calidade, un prezo imbatible e un excelente servizo con, ademais, criterios de elaboración éticos en relación coa produción sostible e a responsabilidade social.

Boas prácticas



Pautas de
Conduta Ética
para provedores

Mercadona é unha empresa comprometida que aborda a súa actividade dunha maneira responsable. Por iso, leva anos adherida ao Código de Boas Prácticas Mercantís na Contratación Alimentaria, acordo voluntario que se enmarca na Lei de Medidas para Mellorar o Funcionamento da Cadea Alimentaria en España. Impulsado polo Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación (MAPA), este código persegue introducir e consolidar prácticas comerciais xustas no sector agroalimentario, obxectivo para o que colabora con numerosas asociacións do conxunto da cadea agroalimentaria en España.

En Portugal, ademais, a compañía é, dende 2019, asinante do Código de Boas Prácticas na Cadea Agroalimentaria, cuxo obxectivo é mellorar a relación comercial entre os axentes económicos, traballo fundamental para asegurar un equilibrio e unha cooperación desexables entre as diferentes partes impli-

cadadas, non só en defensa dos seus intereses, senón tamén en defensa dos consumidores.

Ademais diso, tanto Mercadona como Irmãdona comparten e esixenlles aos provedores cos que colaboran o cumprimento dunhas Pautas de Conduta Ética, aliñadas cos principios do Pacto Mundial das Nacións Unidas e dos Convenios da Organización Internacional do Traballo (OIT). Estas normas tradúcense na esixencia dun firme compromiso en materia de dereitos humanos e ética laboral, seguridade e hixiene no traballo, medio ambiente e sostibilidade, ao tempo que promociónan a igualdade, independentemente do país no que se leve a cabo a actividade. En caso de incumprimento, a compañía reserva o dereito de finalizar a relación comercial de maneira inmediata, logo de comunicación escrita ao provedor.

Benestar animal

Mercadona dispón dunha Política de Benestar Animal que se fundamenta nos principios da Organización Mundial de Sanidade Animal (OIE) sobre esta materia. Como consecuencia deste compromiso, a carne, o leite e os ovos de Mercadona proceden de provedores certificados en estándares de benestar animal recoñecidos e avalados, tanto na fase de granxa como durante o seu transporte e posterior sacrificio.

Pola súa parte, todos os provedores de Irmãdona de ovos contan con este certificado de benestar animal e, respecto aos provedores de

carne, a compañía segue traballando para que na súa totalidade estean certificados en 2023.

Ademais, a compañía xa ofrece referencias de ovos de galiñas libres de gaiola en toda a cadea, tanto de galiñas campeiras como criadas no chan. E para seguir avanzando neste compromiso, ten como obxectivo garantir, antes de finais de 2025, que o 100 % dos ovos frescos sexa de galiñas libres de gaiolas e criadas en sistemas non combinados.

Así mesmo, todos os provedores con centro de sacrificio que colaboran con Merca-

dona en España contan con sistemas de gravación e almacenamento de imaxes nas súas instalacións co obxectivo de garantir as súas boas prácticas. Tamén cabe destacar que os produtos cosméticos da marca Deliplus, que son vendidos nas 1.676 tendas de España e Portugal, non son testados en animais.

No caso de Mercadona, os provedores de carne e leite están adheridos aos Plans Nacionais de Resistencia de Antibióticos (PRAN), impulsados pola Axencia Española do Medicamento e polo Ministerio de Sanidade.



Política de
Benestar Animal



Ovellas do provedor Queijaria Victor Fernandes en Azeitão, Setúbal.

Pesca sostenible

Mercadona fomenta a sustentabilidade tanto no ámbito da pesca extractiva como no da acuicultura. Por iso, colabora exclusivamente con provedores que comparten os principios da súa Política de Compra de Produtos da Pesca, que garante o cumprimento das medidas do ordenamento en vigor e que defende prácticas sustentables, como a eliminación da súa oferta de especies ameazadas ou en perigo de extinción ou o aseguramento da trazabilidade dende a orixe ata a venda, independentemente do tipo de especie do que se trate.



Política de
Compra de
Produtos
da Pesca

Por iso, todos os provedores de acuicultura, tanto os que traballan con Mercadona como os que o fan con Irmãdona, están certificados en estándares recoñecidos internacionalmente, que avalían os seus procesos e avalan os aspectos medioambientais, sociais e de seguridade alimentaria asociados á súa actividade.

Neste sentido, un exemplo de boas prácticas é o caso do provedor Lerøy Seafood que, ano tras ano, e tamén en 2022, renova as súas certificacións en seguridade alimentaria e medio ambiente, coas que acredita que a totalidade do salmón fresco que Mercadona vende provén de piscifactorías sustentables e responsables.

Nesa mesma liña, os provedores Ecurís e Frinsa levan anos garantindo que o 100 % do atún en conserva Hacendado procede de caladoiros responsables e sustentables, obxectivo para o que colaboran estreitamente coa International Seafood Sustainability Foundation (ISSF).

Pola súa parte, en 2022, Irmãdona adheriuse á iniciativa “Comprobante Compra en Lonxa”, creada en 2010 por Docapesca, co obxectivo de contribuír á valorización do sector portugués da pesca, a favor dunha retribución máis xusta ao pescador e, promovendo, á súa vez, unha alimentación saudable con produtos frescos e de proximidade.

Agricultura sostenible

Os provedores de froita e verdura de Mercadona están certificados baixo o estándar de sustentabilidade de Global GAP, que persegue o fomento e desenvolvemento de prácticas de produción seguras e sustentables. Como consecuencia diso, acreditan unha actividade responsable, que garante a seguridade alimentaria, a trazabilidade, a saúde e seguridade dos traballadores, a protección do medio ambiente e o uso eficaz dos recursos, factores cos que avanza cara á consecución do Obxectivo de Desenvolvemento Sustentable 12, produción e consumo responsables.



Mercadona busca sinerxías cos distintos sectores para a mellora do funcionamento da cadea, tal e como quedou constancia coa visita realizada o pasado 5 de xullo ao Centro de Coinnovación de El Jarro (“Jarrods”) en Paterna (Valencia) da Plataforma Carne e Saúde, que agrupa as seis interprofesionais cárnicas: Asici, Avianza, Intercun, Interovic, Interporc e Provacuno.

Grazas a esta aposta pola sostibilidade do sector, os provedores agrícolas de Mercadona crecen e consolídanse ano tras ano. Unha mostra evidente diso é Agroponente, con quen a compañía colabora dende 2014 e que non deixou de crecer. Actualmente, dispón en España dun total de 3.500 hectáreas en Andalucía, Región de Murcia e Castilla-La Mancha, nas que traballan máis de 3.000 agricultores, cuxo esforzo e dedicación son esenciais para axudar a abastecer as tendas da cadea de produtos como o pemento, a berenxena e a cabaciña verde.

Nesta mesma liña, en Portugal, o provedor Queijaria Artesanal Victor Fernandes encárgase, dende 2019, de abastecer as tendas do país do típico Queijo de Azeitão, un produto artesanal con Denominación de Orixe Protexida (DOP) realizado a partir de leite das ovelas que pastan en Setúbal, Palmela e Sesimbra. Esta queixería familiar, fundada en 1988, é a empresa máis antiga do mercado en producir este tipo de queixo.

Crecedemento compartido

Mercadona leva anos colaborando con provedores especialistas para, entre todos, construír unha cadea agroalimentaria sostible e un importante *clúster* industrial. Un ecosistema emprendedor que, a través do intercambio de coñecementos e da aposta pola innovación conxunta, incorpora prácticas e procesos cada vez máis eficientes para fomentar os principios da economía circular e reducir o impacto no cambio climático. Durante estes doce meses, a compañía reforzou este compromiso e seguiu colaborando na construción deste ecosistema xerador de industria e motor de desenvolvemento para todos os implicados.

Con este obxectivo, en 2022 a compañía colaborou con 3.000 provedores de produto e

máis de 13.500 provedores non comerciais e de servizos, entre os que se encontran 300 transportistas, que no seu conxunto seguiron impulsando o Proxecto Mercadona. Un proxecto que persegue o crecedemento a través da calidade, da estabilidade, da seguridade na compra e da especialización e que, ao longo do devandito exercicio, foi capaz de xerar un volume total de compras de 23.112 millóns de euros, 22.323 en España e 789 a provedores portugueses.

Grazas a este traballo conxunto, Mercadona continuou incorporando importantes avances, como, por exemplo, o lanzamento de novas solucións como o salpicón de marisco do provedor Profand, que destaca polo seu sabor, por un alto valor nutritivo e pola comodidade de non necesitar preparación previa por parte do “Xefe” para poder consumilo. Ou tamén, a incorporación na oferta do queixo tostado anello do provedor Entrepinares, produto único no mercado que tivo unha acollida moi favorable entre os clientes; ou a unificación do grosor dos liscos do salmón afumado do provedor Ubago Group Mare, mellorando a textura e o sabor do produto.

Por outra parte, a compañía traballa igualmente con provedores doutros países para poder ofrecerlle ao “Xefe” sempre a mellor opción existente no mercado. Para iso, ten presenza en 12 países, ademais de España e Portugal, onde 38 persoas do cadro de persoal levan anos traballando cos mellores provedores especialistas, cuxos produtos, integrados na oferta de Mercadona, permiten satisfacer as necesidades dos seus clientes garantindo a máxima calidade a un prezo imbatible. Neste marco, a compañía abriu unha delegación permanente en Bruxelas, o que lle permite ter unha maior visibilidade e poder compartir e explicar mellor o seu modelo ante as institucións europeas.



Todos debemos ter o rumbo claro:
ser Totaler Radical, onde Radical significa facelo **SEMPRE**
Ofrecerlle ao “Xefe” a posibilidade de acertar

Crear equipo



1.200

persoas nos departamentos de
prescripción e compras



3.000

provedores de
produto

01 OFERTA

Eficiente para
garantirle ao
“Xefe” **acertar,**
sempre

02 CALIDADE

Todo produto debe
garantir **calidade**
contundente
con seguridade
alimentaria, sempre

03 SERVIZO

Garantirle ao “Xefe”
ter sempre o produto
que necesita

Alicerces

Tortillas do provedor Elaborados Naturales de la Ribera en Funes, Navarra.

04 PREZO

Asegurar en cada produto sempre un **prezo imbatible**

05 RENDIBILIDADE

Garantir sempre o **beneficio para Mercadona e para o provedor**

TOTALER RADICAL

Produtos
Totaler

06 MELLORA CONTINUA

Traballo constante para seguir revisando, continuar mellorando e potenciar sempre o crecemento dunha forma **socialmente responsable**

Agudizando o enxeño no contexto actual

Un dos retos principais aos que Mercadona se enfrontou en 2022 foi o de tratar de minimizar o impacto que o escenario inflacionista tivo no prezo da cesta da compra, cun IPC na alimentación do 15,7 % en España e do 19,9 % en Portugal ao finalizar o ano.

15,7%

IPC alimentación
ao final de 2022
en España

19,9%

IPC alimentación
ao final de 2022
en Portugal

Nun contexto de “tormenta perfecta” que se iniciou en abril de 2021, e que encadeou factores como o incremento do prezo da enerxía, o aumento do custo dos insumos en xeral ou a guerra de Ucraína, coas consecuencias que o conflito está provocando nas distintas economías, especialmente na europea, Mercadona e os provedores cos que colabora optaron por agudizar o seu enxeño e avanzar no seu obxectivo de convertérense en Totaler Radical. Grazas a iso, introduciron novas iniciativas nos seus procesos coas que mitigar o encarecemento xeral dos produtos e poder seguir ofrecéndolles aos seus “Xefes” produtos da máxima calidade a un prezo, incluso a pesar do contexto, imbatible.

Para iso, durante estes meses Mercadona e os seus provedores non deixaron de traballar conxuntamente na optimización dos seus recursos e procesos. E fixérono abordando catro eixes fundamentais: suprimindo o innecesario, optimizando a loxística, axustando formatos e apostando por materiais e enerxías máis respectuosas co medio ambiente.

No primeiro dos eixes, a compañía analizou todo aquilo que, dentro da súa oferta, non lle engade ningún valor ao “Xefe”. E confirmou que a substitución ou redución do uso de certos materiais, principalmente o plástico, o cartón, o papel ou a tinta, xera importantes aforros.

No caso da optimización loxística, tanto Mercadona como os provedores reformu-

laron a organización dos produtos e a planificación das viaxes para conseguir transportar máis con menos recursos. Ademais diso, traballaron nun importante axuste de formatos durante estes meses coa adaptación das cantidades de certos ingredientes nalgúns produtos, confirmando previamente que esta medida non afecta en absoluto á calidade final, e coa estandarización dos envases en produtos concretos.

Nesta liña, tanto a compañía como os provedores incrementaron os seus esforzos e investimentos para revisar os seus envases e as súas embalaxes apostando por materiais máis sostibles, nos casos nos que foi posible, ao tempo que seguiron introducindo nas súas instalacións tradicionais procesos automatizados para reducir o consumo innecesario de enerxía e incorporar o uso de enerxías renovables en varios dos seus procesos.

Todas estas decisións permitíronlle a Mercadona trasladar importantes aforros aos seus produtos e procesos e, consecuentemente, amortecer o impacto da inflación nos prezos finais. Por iso, a compañía vai seguir traballando nesta liña que, ademais, introduce melloras en materia de sostibilidade, coa mesma filosofía: garantir sempre a calidade e, paralelamente, xerar un impacto positivo no medio ambiente, deixando patente o compromiso que a compañía ten cos seus “Xefes” e co coidado do planeta.



Fachada do supermercado de Zaramaga en Vitoria-Gasteiz, Araba.

Algunhas accións levadas a cabo para minimizar o impacto do incremento dos custos das materias primas

SUPRIMIR O INNECESARIO

CUÑAS DE QUEIXO

Redución do 50 % de filme plástico



BANDEXAS DE CARNE

Redución da altura e do espesor da bandexa para ter menos plástico



VASOIRAS

Eliminación da embalaxe de cartón



APOSTA POR MATERIAIS SOSTIBLES

LIÑA DE XAMPÚ *CURLY* E XEL DE AVEA

Incorporación de envase rPET



MARMELADAS E ACEITE DE OLIVA SPRAY

Substitución do *sleeve* por unha etiqueta ou serigrafía



AMBIENTADORES COCHE

Substitución da caixa de plástico por cartón



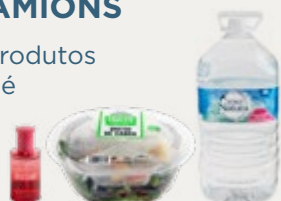
150 M€

aforrados en 2022

OPTIMIZACIÓN LOGÍSTICA

ENCHIDO DE CAMIÓN

Reaxuste en varios produtos das unidades por palé e caixa, enchendo máis os camiións



CAIXAS LOGIFRUIT

Cambio de modelo de caixas para o transporte de varios produtos frescos, ampliando as unidades por caixa



ENVASES DE PERFUMES E TARROS

Comprados na súa totalidade en Europa para reducir traxectos e emisións de CO₂



NECESERES

Eliminación do recheo de papel para optimizar o transporte



MELÓN PEL DE SAPO E DOURADA

Replanificación dos procesos de carga, achegando o provedor a cada bloque logístico correspondente



AXUSTE DE FORMATOS

LAGOSTINOS

Os almacéns pasan de servir ás tendas o produto por unidades soltas a facelo por caixas



BANDERILLAS EN ACEITE E BOCARTES EN VINAGRE

Redución da cantidade de aceite de xirasol



GAMBA BRANCA

Redución da cantidade de xeo por caixa



Loxística eficiente e sostible

Co obxectivo de poder abastecer os 1.676 supermercados que Mercadona ten tanto en España como en Portugal, a compañía dispón dunha rede loxística eficiente, de máis de 1,4 millóns de metros cadrados, distribuídos entre 16 bloques loxísticos, 2 almacéns satélites e outros 2 reguladores.

Consciente do impacto que xera a súa actividade, Mercadona leva anos apostando pola sostibilidade nos seus procesos loxísticos, o que implica un esforzo constante na busca da optimización, a aposta pola economía circular e o compromiso coa automatización dos procedementos que o necesiten.

Para lograr estes obxectivos, conta cun equipo especializado composto por 12.000 profesionais, cuxo compromiso permite ofrecer un servizo eficiente e garantir a cadea de subministración de cada supermercado. Tamén, co esforzo investidor constante da compañía, tanto para a modernización das súas estruturas loxísticas como para o desenvolvemento do deseño, adaptándose ás novas tecnoloxías

de modelaxe e metodoloxía de traballo BIM (*Building Information Modeling*); e a construción de novas instalacións, que en 2022 superou os 129 millóns de euros.

De feito, a compañía seguiu reforzando durante estes doce meses a súa rede loxística con importantes actuacións. Exemplo diso é o avance na construción do futuro bloque loxístico de Almeirim, no distrito portugués de Santarém, nunha parcela de máis de 440.000 metros cadrados. A primeira fase deste bloque, que contempla a edificación dun almacén convencional para a subministración de produtos secos, refrixerados, frescos e conxelados, iniciouse o pasado mes de xuño e requirirá un investimento total próximo aos



Ampliación do bloque loxístico de Guadix en Granada.

225 millóns de euros, dos cales xa se destinaron 41,6 en 2022.

Outra mostra das melloras incorporadas á rede loxística, neste caso en España, son os avances realizados no bloque loxístico de Parc Sagunt (Valencia), que a compañía ten previsto finalizar en 2025 coa posta en marcha do almacén automatizado de conxelado, ano no que terá investidos máis de 320 millóns de euros neste proxecto. Tras iniciar a súa actividade en 2021 coa posta en marcha do almacén de frescos, en xuño de 2022 iniciouse tamén a do almacén de refrixerados, completando a actividade do edificio de frío,

que ocupa unha superficie de 74.000 metros cadrados. No devandito ano tamén se implantou o *Picking* Ponte Grúa (PPG), un sistema innovador de preparación automática que permite reducir sobreesforzos por parte do traballador.

Tamén son destacables as obras proxectadas no bloque loxístico de Riba-roja de Túria (Valencia). Nestas instalacións, a compañía investirá un total de 60 millóns de euros para reformar integralmente a súa nave de frescos, o que permitirá pasar de 23.000 metros cadrados a 40.000 metros cadrados e incorporar, ademais, o PPG para seguir apostando polos almacéns intelixentes.

16
bloques
loxísticos
operativos

129 M€
de investimento

Almacén Século XXI

A compañía puxo en marcha hai anos este proxecto propio e pioneiro que impulsa a tecnoloxía e a innovación neste tipo de instalacións, o que lle permitiu reducir os sobreesforzos e dotar de maior seguridade estes ámbitos. Actualmente, conta con cinco bloques destas características, situados en Ciempozuelos (Madrid), Villadangos del Páramo (León), Abrera (Barcelona), Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava) e Parc Sagunt (Valencia). Así mesmo, dispoñen de subministración de perecedoiros con esta innovación e avance tecnolóxico en Guadix (Granada), San Isidro (Alacant) e Zaragoza.



Rede loxística de Mercadona



Kevin, traballador do bloque loxístico de Parc Sagunt, Valencia.










Pilar Sanz, directora xeral de obras e expansión de Mercadona; Ximo Puig, presidente da Generalitat Valenciana; Juan Roig e Fernando Roig, presidente e accionista da compañía; e Rosa Aguado, directora xeral de loxística, durante a visita realizada o pasado mes de outubro ao bloque loxístico de Parc Sagunt, Valencia.

- 1 RIBA-ROJA DE TÚRIA, Valencia
- 2 ANTEQUERA, Málaga
- 3 SANT SADURNÍ D'ANOIA, Barcelona
- 4 SAN ISIDRO, Alacant
- 5 HUÉVAR, Sevilla
- 6 GRANADILLA DE ABONA, Tenerife (Santa Cruz de Tenerife)
- 7 CIEMPOZUELOS, Madrid
- 8 INGENIO, Gran Canaria (Las Palmas)
- 9 VILLADANGOS DEL PÁRAMO, León
- 10 ZARAGOZA, Zaragoza
- 11 GUADIX, Granada
- 12 ABRERA, Barcelona
- 13 VITORIA-GASTEIZ, Araba/Álava
- 14 PÓVOA DE VARZIM, Porto
- 15 GETAFE, Madrid
- 16 PARC SAGUNT, Valencia
- 17 ALMEIRIM, Santarém (en construción)
- A1 MERCAPALMA, Palma (Illes Balears)
- A2 FUERTEVENTURA, Fuerteventura (Las Palmas)
- R1 RIBA-ROJA DE TÚRIA REGULADOR, Valencia
- R2 SANT ESTEVE REGULADOR, Barcelona

COLMEAS (almacén en liña)

- VALÈNCIA
- BARCELONA
- MADRID
- ALACANT
- SEVILLA
- BOADILLA DEL MONTE (en construción)

-  Bloque loxístico en funcionamento
-  Bloque loxístico en construción
-  Almacén satélite
-  Almacén regulador
-  Colmea en funcionamento
-  Colmea en construción
-  Raio acción



Pedro, traballador do bloque loxístico de Póvoa de Varzim, Porto.



Tamara, traballadora do bloque loxístico de San Isidro, Alacant.

4

A SOCIEDADE

Mercadona promove unha xestión responsable, que aposta pola eficiencia e a optimización dos recursos, en liña coa súa decisión de contribuír a protexer e preservar o planeta. Un modelo, ademais, baseado na honestidade e na transparencia, que persegue devolverlle á sociedade parte do que dela recibe, a través dun profundo compromiso coa xeración de riqueza compar-

tida e a busca conxunta de solucións que, no seu conxunto, converten Mercadona nun proxecto vertebrador, nunha compañía comprometida co seu ámbito e cun propósito que mobiliza a todos os que a forman: irradiar con feitos na sociedade a necesidade de dispoñer de modelos de empresas que promovan a prosperidade sostible de todos os seus compoñentes.

01

Recoñecementos

02

Compromisos
medioambientais

03

Un modelo social
e responsable

04

Relación coa
sociedade

Recoñecementos

A complexidade do ano 2022 tamén se trasladou ao conxunto da sociedade. A pesar deste contexto, Mercadona traballou con intensidade durante estes doce meses para lograr, como en cada exercicio, devolverlle á sociedade parte do que dela recibe, colaborando conxuntamente e poñendo en marcha iniciativas concretas centradas no desenvolvemento e benestar das persoas.

Neste sentido, e ante a gravidade da situación á que se están enfrontando os refuxiados procedentes de Ucraína, ao longo do ano, Mercadona e Irmãdona doaron un total de 1,5 millóns de euros, repartidos por medio de 30.000 Tarxetas Sociedade de 50 euros de valor cada unha, e que se distribuíron coa colaboración de diversas entidades sociais recoñecidas e autorizadas dentro dos plans oficiais de acollida de persoas desprazadas de Ucraína en España e Portugal.

Por outra parte, a compañía seguiu participando en numerosas campañas solidarias para axudar aos máis necesitados e contribuír a mellorar a súa calidade de vida. O traballo realizado neste ámbito tivo o seu recoñecemento, como foi o caso dos concellos andaluces de Estepona e Marchena, que puxeron en valor o labor realizado pola em-

presa en materia de doazóns, ou o Goberno de Aragón que, por segundo ano consecutivo, outorgoulle a Mercadona o Selo de Responsabilidade Social Empresarial. Do mesmo xeito, en 2022, a colaboración realizada cos comedores sociais de Tenerife foi merecedora do Premio Solidariedade do Cabido da illa.

Ademais destes recoñecementos, o cadro de persoal de Mercadona viu como a sociedade valoraba o especial e complexo esforzo realizado como consecuencia da pandemia, non só en 2022, senón en anos previos. Por este motivo, a Asociación Española de Distribuidores, Autoservizos e Supermercados (ASEDAS) decidiu recoñecerlle este papel esencial e crucial ao conxunto de traballadores da distribución grosista e retalista, o que converte igualmente as 99.000 persoas que forman parte de Mercadona en “Heroes



Raquel Santos, coordinadora estatal da área de inclusión da Comisión Española de Axuda ao Refuxiado (CEAR), facéndolle entrega dunha Tarxeta Sociedade de Mercadona a Yuliia Moskovkina.



Raquel Zamora, traballadora do supermercado de La Tenerife en Pinto, Madrid; e Ricard Cabedo, director xeral de relacións empresariais en Mercadona; recibindo, da man da ministra de Industria, Comercio e Turismo, Reyes Maroto, o premio “Heroes de Proximidade”, impulsado por ASEDAS.

de Proximidade” desta I Gala ASEDAS. A traballadora da tenda de La Tenería en Pinto (Madrid), Raquel Zamora, foi a encargada de recoller o galardón en representación de todo o cadro de persoal.

Outro dos sinais que demostra o valor que lle outorga a sociedade ao compromiso e traballo de Mercadona é o feito de que, en 2022, se convertese na empresa con mellor reputación en España segundo o Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOC) e, polo tanto, revalidase o primeiro posto entre as empresas do seu sector. Ademais diso, os resultados deste monitor, no que participan máis de 46.000 persoas de ámbitos moi distintos, tamén situaron a Juan Roig, presidente da compañía, no número un da “Clasificación Xeral de Líderes 2022”, no seu caso, por cuarto ano consecutivo. Da mesma forma, este monitor incluíu por primeira vez na súa historia a Irmãdona dentro da súa clasificación de mellores empresas en Portugal, concretamente na 19.ª posición. A compañía tamén foi recoñecida pola consultora

OnStrategy como a marca que máis creceu con respecto ao exercicio anterior no seu estudo de relevancia e reputación emocional das marcas.

Para Mercadona, este tipo de recoñecementos supoñen un gran honor. Pero, sobre todo, unha motivación especial para seguir esforzándose e detectando oportunidades coas que contribuir a xerar prosperidade compartida. Tamén, para seguir impulsando iniciativas que recoñecen igualmente o esforzo doutros colectivos na creación dun ámbito social máis solidario.

Exemplo diso é o labor que realiza a familia Gómez, accionista da compañía, por medio dos Premios Gómez Serrano, impulsados en honor do seu pai para poñer en valor o labor das forzas de seguridade cidadá. Nesta mesma liña enmárcanse os Premios Patrocinio Gómez, neste caso en honor á súa nai, destinados a destacar e loar os valores e a entrega xenerosa no labor asistencial e na atención sanitaria en Antequera (Málaga).

Mercadona repartiu 30.000 Tarxetas Sociedade por valor de 50 euros cada unha a refuxiados pola guerra de Ucraína



Irmãdona foi recoñecida, por primeira vez, como a marca que máis creceu en 2022, segundo a consultora OnStrategy.



Gañadores do premio Patrocinio Gómez, impulsado polos irmáns Gómez Gómez.

Compromisos medioambientais

Mercadona mantén un profundo compromiso co coidado e coa protección do medio ambiente e persegue, en todo momento, realizar a súa actividade co mínimo impacto posible. Para iso, a compañía impulsa políticas específicas en materia de xestión de residuos, pegada de carbono e pegada hídrica, entre outros, a través do seu Sistema de Xestión Ambiental propio, coordinado por un equipo de máis de 30 persoas expertas na materia e no que colaboran, transversalmente, todos os departamentos da compañía. Un compromiso que está en liña cos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS) promovidos pola Organización das Nacións Unidas (ONU) e que, en 2022, se traduciu nun esforzo investidor de 40 millóns de euros.

Contaminación e cambio climático

Ao longo destes doce meses, a compañía seguiu traballando na prevención de riscos ambientais e fixo un especial esforzo por reducir o impacto da súa actividade no medio ambiente, reducindo a contaminación atmosférica e a súa pegada de carbono. Para

iso, concluíu o seu primeiro plan de redución de emisións, fixado entre 2015 e 2021, e está abordando actualmente o seu segundo plan, como parte da súa senda cara á descarbonización, co obxectivo marcado para 2050.

Destá forma, Mercadona empezou a calcular en 2021 as emisións indirectas por transporte,



Furgonetas microhíbridas de repartición de Mercadona Online na Colmea de Sevilla.

por bens ou servizos comprados e por bens ou servizos subministrados, marcando 2015 como ano base. Durante o exercicio 2022 traballouse na mellora do cálculo e, grazas ás accións levadas a cabo en materia de redución, a compañía logrou unha redución de emisións do 38,4 % entre os anos 2015 e 2022 nas emisións e remocións directas de gases de efecto invernadoiro, así como nas emisións indirectas por enerxía importada. Uns datos moi positivos se se ten en conta que as vendas en *quilitros* nese período de tempo aumentaron un 22 %. A compañía ten o obxectivo de conseguir un 30 % adicional nos procesos propios con horizonte en 2030.

Para lograr esta redución de emisións, Mercadona implantou nas tendas sistemas de frío industrial con tecnoloxías que utilizan gases refrixerantes respectuosos co medio ambiente, principalmente, baseados en CO₂ transcrito. Estas instalacións contan, ademais, con detectores de fugas e un plan de mantemento exhaustivo para previr e reparar as posibles fugas o antes posible. O conxunto destas accións traduciuse nunha redución de 215.749 tCO₂e por fugas de gases fluorados.

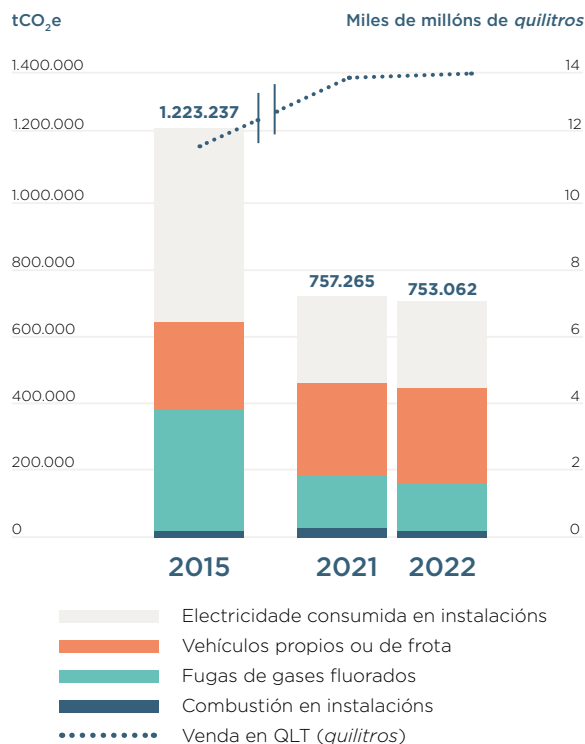
O Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8), que se empezou a implantar en toda a cadea en 2016, contribúe tamén a reducir as emisións evitables en consumo de electricidade, con medidas como a colocación de portas nos mobles de conxelado, a utilización de iluminación LED ou a mellora nos sistemas de climatización e refrixeración. Concretamente, dende 2015, logrouse unha redución das emisións de consumo de electricidade de 303.599 tCO₂e.

No ámbito do transporte, a compañía seguiu optimizando a loxística da frota de camións contratada, composta na súa totalidade por vehículos último modelo Euro VI máis respec-

tuosos co medio ambiente. En 2022, ademais, utilizáronse 95 camións propulsados a gas natural licuado e 18 camións propulsados a gas natural comprimido, que utilizan combustibles máis sostibles, así como tres bitráileres e 40 megatráileres, con máis capacidade de carga. A pesar de incorporar 493 furgonetas bifuel e 158 microhíbridas, a compañía e os provedores de transporte cos que colabora continúan na busca de vehículos de enerxías alternativas, como a eléctrica ou o hidróxeno. Do mesmo xeito, cabe destacar a realización en España durante o exercicio de máis de 600 transportes en tren, diminuíndo emisións ao eliminar viaxes por estrada. Todas estas accións permitiron deixar de emitir, dende 2015, máis de 209.296 tCO₂e.



Emisións directas e emisións indirectas por consumo de electricidade vs. venda QLT



Pegada de Carbono

2021



1. Pegada de carbono calculada segundo estándar ISO 14064. Datos de 2021 verificados por AENOR.
Datos de 2022 provisionais.

2022

753.062


-4.204

58,07


11,80

7,30

A compañía non utiliza substancias que esgotan o ozono



Certificado Huella de Carbono



HCO-2022/0002
AENOR certifica que la organización
MERCADONA, S.A.
es conforme con la Norma ISO 14064-1:2018

para las actividades **Genera unas emisiones totales de 2.395.850 tCO2-eq (Emisiones directas 484.974 tCO2e; emisiones indirectas: 1.910.876 tCO2-eq).**

El alcance de la verificación se establece para las actividades que presta la organización dentro del GRUPO MERCADONA, para las actividades de compra, entrega a las tiendas de productos, aprovisionamiento en los almacenes para abastecer a las tiendas y al cliente final en su domicilio.

El GRUPO MERCADONA está compuesto por MERCADONA, S.A., empresa de supermercados situada en todo el territorio de España e IRMADONA SUPERMERCADOS, S.A., filial en Portugal.

PERIODO CALCULADO: 2021

CONFORME AL: Informe de Emisiones Verificado del periodo 2021 y la Declaración de Verificación de AENOR, resultado de la verificación, de fecha 7 de Septiembre de 2022

que se realizan en **CL VALENCIA, 5. 46016- TAVERNES BLANQUES (VALENCIA)**

Fecha de emisión: **2022-10-13**



Rafael GARCÍA MEIRO
Director General



AENOR INTERNACIONAL SAJJ
Génova, 6. 28004 Madrid. España
Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.es

Certificado do cálculo da pegada de carbono de Mercadona do ano 2021 emitido por AENOR.

**Mercadona
dispón
de 2.059
puntos de
recarga para
vehículos
eléctricos nas
súas tendas,
bloques
loxísticos e
oficinas**

Uso sostenible dos recursos

O Sistema de Xestión Ambiental de Mercadona promove entre o seu cadro de persoal o uso responsable dos recursos, a través de políticas específicas que ano tras ano reforzan a sostibilidade da compañía.

No ámbito da enerxía, o obxectivo constante é axustar ao máximo o consumo ás necesidades e, paralelamente, impulsar medidas pioneiras, como por exemplo a progresiva implantación da Nova Tenda Eficiente (Tenda 8), modelo que reduce ata nun 40 % o consumo de enerxía respecto a unha tenda tradicional e que xa está presente nun total de 1.287 supermercados dos 1.676 totais da cadea.

Así mesmo, ano tras ano incrementa a súa aposta polas enerxías renovables non contaminantes. Este é o caso da solar, impulsada a través da colocación e do uso de paneis solares en 114 tendas, 9 bloques loxísticos e 3 Colmeas. Grazas a este esforzo, en 2022, a produción total de enerxía solar foi de 12.192 MWh (10.995 MWh en España e 1.197 MWh en Portugal), volume que se prevé incrementar a curto e medio prazo grazas aos proxectos de enerxías limpas que se introducirán paulatinamente. Ademais, ao longo destes doce meses seguiu avanzando no uso de enerxía renovable que, no seu conxunto, incluída a produción propia a través das placas solares, xa representa o 52,68 % das súas necesidades.



Puntos de recarga para vehículos eléctricos no supermercado de Cañadas del Teide en Paracuellos del Jarama, Madrid.

Dentro do ámbito da descarbonización, Mercadona continuou apostando pola instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos nas súas tendas, bloques loxísticos e oficinas. Así, en 2022 alcanzáronse os 2.059 puntos de recarga (1.985 en España e 74 en Portugal), tras instalar 340 novos.

As políticas sostibles da compañía tamén inciden no uso responsable da auga, a través de estratexias hídricas que optimizan o seu consumo nas tendas e nos almacéns nos diferentes procesos para os que se necesita. Para contribuír a alcanzar este obxectivo, conta cun sistema de telemedida que permite controlar o consumo de auga en tempo real, tanto en España como en Portugal, onde o abastecemento é 100 % municipal. Paralelamente, para devolver as augas libres de contaminantes e que, con iso, poidan proseguir o seu ciclo hidrolóxico, dispón de estacións depuradoras de augas residuais nos bloques loxísticos de Riba-roja (Valencia), Huévar (Sevilla), Ingenio (Gran Canaria), Parc Sagunt (Valencia) e Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava), ás que se unirá en breve a estación de Guadix (Granada), actualmente en construción.

Mercadona, ademais, é totalmente consciente do crucial que é protexer a biodiversidade para garantir o futuro do planeta. Por iso, e como

Aforro consumo eléctrico



Consumo enerxético



corresponde a unha empresa líder e responsable, impulsa numerosas iniciativas que contribúen a mitigar o efecto que a súa actividade puidese ter neste ámbito.

Un exemplo diso é a implantación nas tendas de cubertas axardinadas de especies autóctonas de baixas necesidades hídricas. Ademais de reducir a contaminación e o denominado “efecto illa de calor”, esta iniciativa verde permite atraer unha maior biodiversidade, ao convertérense en puntos de descanso para aves nos seus procesos de migración. Nesta mesma liña enmárcase a relación que a compañía mantén dende hai anos con SEO/BirdLife, colaboración que permitiu manter un ámbito urbano máis sostible en áreas do centro de Madrid.

	Total cadea		España		Portugal	
	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Abastecemento municipal	100 %		100 %		100 %	
Consumo medio/tenda	114,16 m³/m	119 m³/m	111,60 m³/m	118 m³/m	233,50 m³/m	209 m³/m
Consumo total tendas	2,26 hm³	2,40 hm³	2,17 hm³	2,30 hm³	0,09 hm³	0,068 hm³
Consumo total bloques loxísticos	1,44 hm³	1,40 hm³	1,43 hm³	1,40 hm³	0,008 hm³	0,004 hm³

Prevención de residuos e economía circular

Como empresa comprometida cos principios da economía circular, Mercadona dispón dunha política de xestión de residuos para reducir o impacto en todos os seus procesos, cuxo obxectivo é previr a súa xeración e mellorar a xestión.

Debido á súa actividade, na compañía xéranse residuos perigosos e non perigosos cuxa correcta xestión depende do traballo diario das tendas e dos bloques loxísticos, e determinan en gran parte a eficiencia dos procesos que alí se realizan. Considerados como recursos valiosos e con moitas opcións de seren reincorporados novamente ao ciclo produtivo, todos os residuos se xestionan con xestores autorizados, seguindo as operacións de valorización especificadas por lei. Así, a taxa de valorización en 2022 foi do 80 % fronte ao 79 % do exercicio anterior.

No ámbito de residuos non perigosos destaca a xestión que se realiza cos envases comerciais que acompañan e protexen os produtos durante todo o proceso loxístico da distribución, principalmente, cartón, filme plástico, *poliexpan* e madeira, e que terminan nos supermercados da cadea. Unha vez recollidos, son agrupados e reacondicionados nos bloques loxísticos para entregarllos a un xestor autorizado, que os reintroduce no proceso produtivo. Este é o caso do filme plástico que se converte nas bolsas de plástico reutilizables que “O Xefe” usa para transportar a súa compra e na entrega dos pedidos en liña. Este proceso circular permitiu reutilizar en 2022 un total de 8.200 toneladas de plástico.



Respecto aos residuos asimilables a urbanos, en 2022 xeráronse 128.877 toneladas derivadas da actividade de Mercadona. Ademais, a compañía ofrécelles aos clientes a posibilidade de depositar en contedores dispoñibles nas súas instalacións tanto baterías como cápsulas de café. Así, conseguíronse recuperar 289 toneladas de baterías e 747 toneladas de cápsulas de café xeradas nos fogares dos “Xefes”. En colaboración con Arecafé, alianza de empresas do sector cafeteiro, Mercadona entregoulles estas cápsulas de café a xestores autorizados para a súa correcta valorización, convertendo as borras, os restos de café, en compost; e dándolle unha segunda vida ao aluminio e plástico recuperados.

Da mesma forma, a compañía seguiu traballando na correcta xestión dos subprodutos que se xeran nos procesos de fabricación e manipulación. Por iso, tanto o SANDACH, subproduto animal non destinado a consumo humano que se xera nas tendas e nos almacéns, como o subproduto orixinado no proceso das fábricas de pan, son transformados por xestores autorizados en ingredientes para alimentación animal. En 2022, logrouse valorizar un total de 16.622 toneladas, fronte ás 12.254 do exercicio anterior.

Ademais de todo iso, Mercadona seguiu apostando pola súa Estratexia 6.25 para a redución do uso de plástico e a súa adecuada xestión, o que ao longo do ano lle permitiu seguir revisando os envases e detectar oportunidades de mellora co obxectivo de reducir o uso deste material nun 25 % en 2025. Igualmente, avanzou no seu proxecto

de dixitalización, que abarca dende o proceso de produción ata a xestión final dos residuos xerados, co obxectivo de mellorar a súa prevención, xestión e valorización, así como ter máis trazabilidade. Tamén, a compañía dispón de plans de prevención de residuos perigosos que se xeran unicamente nos procesos relacionados co mantemento preventivo das instalacións.

A aposta de Mercadona pola economía circular ten un retorno directo tanto na eficiencia da súa actividade como na protección do medio ambiente. Pero, ademais, en 2022 encontrou un recoñecemento social, como reflicte

o feito de que o Ministerio para a Transición Ecolóxica e o Reto Demográfico (MITERD) seleccionase na terceira edición do seu “Catálogo de Boas Prácticas en Economía Circular” os murais de *trencadís* que decoran as seccións de peixería das tendas da cadea como unha das 22 prácticas máis destacadas do ano neste ámbito, ao xuntar todos os obxectivos perseguidos: dar unha segunda vida a produtos, neste caso de cerámica; ampliar o compromiso da empresa cos ODS dentro da súa política de Responsabilidade Social; e, sobre todo, proporcionarlles unha ocupación a persoas con discapacidade a través de fundacións e centros ocupacionais.

9.470
toneladas de SANDACH xeradas e valorizadas

7.152
toneladas de subprodutos derivados do pan xeradas e valorizadas

Residuos separados e reciclados (en toneladas)	2021	2022
Madeira	5.127	2.844
Papel e cartón	245.070	244.490
Plástico e <i>poliexpan</i>	17.754	19.527
Taxa de valorización (sobre o total de residuos xerados)	recicla xe/valorización	
	79%	80%
	destrución/non informado	
	21%	20%

Principais medidas para a prevención do desperdicio alimentario



Axuste dos prezos dos produtos con data de caducidade próxima

Pedidos diarios aos provedores de produto e servizos diarios á tenda, evitando o stock en almacéns e supermercados



Política SPB (Sempre Prezos Baixos) sen ofertas nin promocións, fomentando así un consumo responsable

Máis información sobre medio ambiente:



Axuste de pedidos á previsión de venda grazas a unha ferramenta informática propia que se basea nos históricos de venda

Entrega dos produtos non aptos para o consumo a xestores autorizados que os transforman en fertilizante, enerxía ou penso para animais



Doazóns diarias dos excedentes non vendidos a entidades sociais de proximidade

Un modelo social e responsable

Dende a súa fundación, Mercadona consolidou un proxecto empresarial que impulsa o crecemento compartido, xerador de proxectos solidarios e creador de riqueza conxunta. Obxectivos que traballa a través do seu Plan de Acción Social, co que promove e apoia iniciativas de distinta índole, como a solidaria, formativa ou innovadora, que son á súa vez elementos claves de cohesión e equilibrio social. Un proxecto, en definitiva, que non só achega valor á sociedade, senón que forma parte dela e, como tal, colabora co obxectivo de crecer da súa man e construír “unha empresa que a sociedade queira que exista e sinta orgullo dela”.

Acción Social

En 2022, Mercadona, consciente do papel que lle demanda a sociedade como empresa líder, volveu solidarizarse cos colectivos máis vulnerables. Para paliar en parte as súas urxencias e atender as súas necesidades, a compañía, baixo o amparo do seu Plan de Acción Social, mantivo o seu compromiso e realizou doazóns de produtos a diversas entidades sociais, ademais de participar, un ano máis, en numerosas campañas de captación promovidas por diferentes organismos.

O apoio realizado ao longo do ano mediante a doazón de alimentos e outros produtos traducíuse na entrega dun total de 25.100 toneladas, 23.200 en España e 1.900 en Portugal, cifra equivalente a máis de 418.200 carros da compra. Unha axuda que se canalizou a través da colaboración con máis de 550 entidades solidarias presentes tanto en España como en

Portugal, e que supuxo un incremento do 22 % respecto ao ano anterior.

A implicación de Mercadona non se cingiu unicamente á doazón de produtos básicos. De feito, en 2022 participou igualmente na “Gran Recollida de Alimentos”, organizada pola Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), grazas á cal entre a compañía e os seus “Xefes” doaron 3,5 millóns de euros para a súa transformación íntegra en máis de 2.300 toneladas de alimentos. Na devandita edición, Mercadona puxo a disposición do proxecto un total de 1.623 tendas nas que realizou distintas actividades de coordinación e de comunicación para que os clientes puidesen efectuar as súas doazóns monetarias, en múltiplos de 1 euro, no momento da compra ao pasar pola caixa. Unha innovación social que permite axustar as doazóns ás necesidades reais dos beneficiarios e, ao mesmo tempo, multiplicar a súa eficiencia.



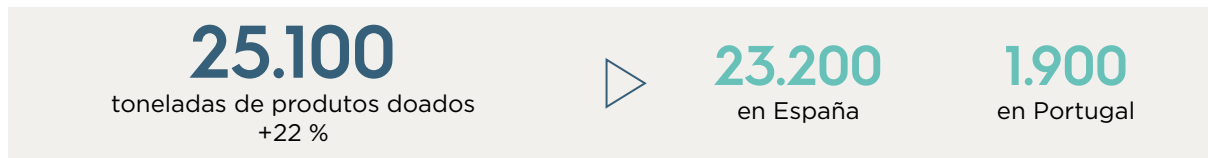
Asinante do Pacto Mundial

En defensa dos valores fundamentais en materia de dereitos humanos, normas laborais, medioambientais e loita contra a corrupción, en 2022 a compañía mantivo un papel activo no Pacto Mundial das Nacións Unidas. A través deste foro, o de maior responsabilidade social dos existentes e do que forma parte dende 2011, puido participar coas máis de 21.000 entidades asinantes de 162 países distintos, colaboración clave para poder contribuír a construír unha sociedade máis responsable, solidaria e sostible. De feito, a súa implicación ao longo destes meses concreouse en numerosas accións. Sobre todo, permitiulle avanzar como empresa, na busca de solucións e respostas ás necesidades formuladas polos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible ao amparo do Pacto Mundial das Nacións Unidas, e ser distinguida a través da Rede Española do Pacto Mundial, como “Socio Prescritor Bronce”.

Igualmente, en Portugal a compañía colaborou en diferentes campañas de captación de recursos como “Shop for Goodness” na que os “Xefes” doaron na caixa máis de 10.000 euros para seren distribuídos en Tarxetas Sociedade pola Cruz Vermelha Portuguesa, ou a “Gran Recollida” na que “O Xefe” portugués colaborou achegando máis de 56.000 euros, tamén a través da doazón económica nas caixas. Ademais, Irmãdona participou, por primeira vez, na campaña de recollida de alimentos

para animais organizada por Animalife na que se conseguiu recadar máis de 21.000 euros.

Dentro do seu plan de acción solidario tamén debe enmarcarse a iniciativa en apoio aos refuxiados procedentes de Ucraína, aos que o Grupo Mercadona lles doou un total de 1,5 millóns de euros que, coa colaboración de diversas entidades sociais de España e Portugal, permitiron garantir o acceso a bens de primeira necesidade durante os primeiros meses de acollida no país.



Carmela, traballadora e voluntaria; e Leticia, “Xefa”, durante a “Gran Recollida” no supermercado de Avenida Valladolid en València.

Apoio ao emprendemento

A formación e o emprendemento son valores irrenunciábeis para unha sociedade que queira crecer e modernizarse, elementos que Mercadona considera fundamentais para xerar ámbitos de innovación disruptiva. Para consolidalos, a compañía aposta polo coñecemento e a aprendizaxe a través de diferentes proxectos externos.

O expoñente máis evidente do compromiso que a compañía mantén coa captación de talento, co impulso á educación e o apoio á formación é, sen lugar a dúbida, Marina de Empresas. Este proxecto, que forma parte do legado de Juan Roig, non parou de crecer, fiel ao seu obxectivo de construír en España a maior aposta do Mediterráneo polo talento das persoas, consolidando un ecosistema emprendedor que xera valor e é motor de innovación a través dos seus tres eixes: EDEM, Lanzadera e Angels.

Por medio de EDEM abórdase o primeiro dos piares que permiten impulsar o talento: a formación. Para iso, este centro universitario e escola de negocios ofrece tanto programas

preuniversitarios como graos, másters, programas especializados en Executive Education ou en Alta Dirección. Unha ampla oferta educativa pola que, en 2022, pasaron 3.700 alumnos, e que contou coa participación de diferentes directivos e directivas da compañía e do propio presidente de Mercadona, Juan Roig, que como cada ano foi profesor do curso de alta dirección “15x15: 15 días con 15 empresarios líderes” do programa Superpymes de Executive Education e do 4.º curso dos graos en ADE e en Enxeñería e Xestión Empresarial. EDEM, ademais, seguiu ampliando o seu raio de acción, apostando pola formación e a educación en todos os seus ámbitos, con iniciativas novas como, por exemplo, a primeira edición do Premio Hortensia Roig de literatura infantil, cuxo obxectivo é promover o estudo de disciplinas STEM (en inglés, *Science, Technology, Engineering and Mathematics*) entre as mulleres, e cuxa gañadora foi Andrea Navarro coa obra “*Elsa y el club de los números*”.

A través de EDEM, dende onde tamén se irradia o Modelo de Calidade Total, contribúese



Javier Jiménez, director xeral de Lanzadera, e Vicente del Bosque, exseleccionador de fútbol, nun encontro con emprendedores en Marina de Empresas.



Juan Roig xunto a Laura Llopis e Pablo Motos, nunha visita ás instalacións de Marina de Empresas.

igualmente a fomentar o liderado e o espírito emprendedor, e trabállase para incorporar a maior parte dese talento e poñelo ao servizo da sociedade. De feito, no devandito exercicio, EDEM logrou alcanzar unha empregabilidade do 95 %, tras xestionar máis de 2.000 ofertas, procedentes de máis de 800 empresas colaboradoras, que se canalizaron a través do seu portal de emprego propio.

Ao longo destes doce meses tamén seguiu crescendo Lanzadera, o segundo dos eixes de Marina de Empresas. Esta aceleradora e incubadora de empresas naceu en 2013 e logrou impulsar máis de 1.100 proxectos no seu conxunto, 300 soamente en 2022. Unhas cifras que contribuíron a unha creación de emprego agregada de máis de 10.000 postos de traballo, tras destinar un investimento en préstamos de apoio a emprendedores de 22 millóns de euros dende a súa fundación, dos que 1,1 millóns corresponden á súa actividade do exercicio.

Igual de determinantes son os datos de Angels, o terceiro dos eixes. En 2022, esta socie-

dade de investimento investiu 3 millóns de euros para impulsar sete proxectos, o que eleva o esforzo total acometido dende a súa creación a 35 millóns de euros, cos que se investiu en 45 compañías no seu conxunto, todas elas relacionadas con proxectos sostibles e escalables que apostan por introducir na súa xestión o Modelo de Calidade Total. Ao longo do ano creou, ademais, a plataforma Angels Conecta, que permite establecer contactos directos entre investidores e emprendedores, e celebra anualmente o seu IDAY, Día dos Investidores, ao que asisten presencialmente máis de 200 para coñecer os proxectos, neste caso de Lanzadera, na súa primeira rolda de investimento.

Por outra parte, e no marco do apoio ao emprendemento como panca de crecemento futuro da sociedade, a compañía patrocina, xunto a EDEM e AVE (Asociación Valenciana de Empresarios), a categoría “Premio ao Emprendedor” dos Premios Rei Jaume I. En 2022, na súa XII Edición, a gañadora desta categoría foi a bióloga valenciana Ángela Pérez, fundadora de Health in Code, proxecto especializado en medicina preventiva, personalizada e de precisión.

3.700

alumnos en EDEM

1.100

proxectos impulsados en Lanzadera



Arturo Valls, Pepe Peris, director xeral de Angels; e Tony Paños, director de proxectos en Lanzadera.



Quique Dacosta xunto a Tony Paños, director de proxectos en Lanzadera, e Neus García, de comunicación corporativa de Marina de Empresas, na sede de Lanzadera.

Relación coa sociedade

Mercadona establece relacións fluídas cos ámbitos nos que desenvolve a súa actividade, a través do contacto permanente e do fomento do diálogo. Para estreitar os seus vínculos nas áreas nas que ten presenza, a compañía potencia unha actitude de escoita activa, a través da cal detecta as necesidades reais dos ámbitos, tanto locais como de ámbito nacional, e propón solucións eficientes, aplicando desta forma unha das verdades universais sobre as que se fundamenta o seu modelo: “para poder recibir, primeiro temos que dar”.

Consumidores

As asociacións de consumidores son, tanto para Mardadona como para Irmãdona, a voz lexítima de boa parte dos “Xefes” que a diario depositan a súa confianza no Grupo, motivo polo que mantén canles de diálogo permanentemente abertas cos seus representantes, tanto no ámbito local como no provincial ou nacional.

En 2022, e a través deste diálogo constante, no que priman a transparencia e a honestidade, o Grupo Mardadona mantivo contacto cun total de 119 asociacións distintas, o que non só lle permitiu estreitar os seus lazos con elas, senón comprender de primeira man as súas inquietudes e necesidades para poder encontrar, por medio da análise e do consenso, solucións acertadas.

Igualmente, o traballo conxunto realizado ao longo destes meses incidiu, unha vez más, no fomento e desenvolvemento de actividades formativas e informativas para mellorar a protección e satisfacción dos consumidores. Desta maneira, e grazas á presenza activa en máis de 75 xornadas, a participación en 18 actos e accións promovidas por distintas asociacións e as administracións de consumo nacionais e europeas, ou os 26 convenios de colaboración renovados, dous deles en Portugal, Mardadona volveu demostrar que “O Xefe” está no centro de todas as súas decisións e que o seu Modelo de Calidade Total é un modelo de xestión vixente, que detecta oportunidades de mellora a través do diálogo cos consumidores e que establece relacións de entendemento e beneficio común.



“Mesa de Participación”

Mardadona seguiu impulsando no exercicio 2022 a “Mesa de Participación” (MPAC), foro de análise e debate fundado en 2014 xunto ás Confederacións e Federacións de asociacións de consumidores e usuarios CECU, FUCI, UNAE e UCAUCE. En 2022, a MPAC, que dende hai un ano conta cun Comité Científico propio, estudou a través da súa enquisa de “Hábitos de Consumo” os cambios introducidos en alimentación derivados do contexto actual e redactou un decálogo con recomendacións relevantes. Paralelamente, realizou catro enquisas en redes sociais sobre reciclaxe, hábitos saudables, COVID-19 e novas tendencias en hábitos de consumo, ao tempo que elaborou diversos informes visuais e estreou a nova páxina web, máis intuitiva e formativa. Grazas a todas estas iniciativas, a MPAC segue consolidándose como un referente no ámbito dos hábitos de consumo, unha voz sectorial experta que contribúe a anticipar comportamentos e a analizar que posibles respostas e consecuencias poden ter estes cambios de hábitos.

119

relacións con asociacións de consumidores e asociacións de intolerancias e alerxias

106

reunións e encontros con asociacións de consumidores e de intolerancias e alerxias

94

interaccións con asociacións de consumidores e de intolerancias e alerxias

75

participacións en congresos e xornadas do sector

28

participacións en vídeos e edicións promovidos polas asociacións

26

convenios de colaboración con asociacións de consumidores, de celíacos, de intolerancias e outras alerxias

18

actos e accións promovidas polas asociacións

11

visitas a instalacións de Mercadona



Joana e María Teresa, "Xefas" do supermercado de Avenida Doctor Alexandre Alves en Viseu.

Mercadona dispón de 36 tendas situadas en mercados municipais de España

Xestión coa veciñanza

Mercadona é unha empresa socialmente responsable que aposta pola convivencia cos seus veciños. A través do proxecto Xestión Proactiva de Veciños, traballa na construción, dende a súa posta en marcha en 2014, dunhas relacións de respecto e entendemento mutuo. Esta ferramenta detecta posibles puntos de controversia e ofrece solucións que, mediante o consenso e o acordo, minimizan as posibles molestias e fortalece os lazos entre Mercadona e os seus veciños.

En 2022, a compañía examinou en España un total de 18.926 procesos de carga e descarga nas súas tendas, ademais de 4.901 procesos internos nas súas instalacións. Paralelamente, e como resultado do diálogo permanente cos seus veciños, atendeu un total de 346 suxestións e foi capaz de detectar e aplicar unha solución satisfactoria en menos de 30 días naturais no 78 % dos casos.

En Portugal, durante estes doce meses, Irmadona analizou 75 procesos internos nas súas instalacións e supervisou un total de 725 procesos de carga e descarga. Así mesmo, atendeu 10 suxestións por parte dos clientes, e deu solución tamén en menos de 30 días naturais ao 50 % delas.

As relacións que Mercadona constrúe ano tras ano cos seus veciños non só permiten estreitar lazos e favorecer a convivencia. Moitas veces concrétanse en accións visibles nos seus propios supermercados. Así, o Modelo

de Tenda Eficiente adáptase ás estratexias de accesibilidade que recomenda o Comité Español Representante de Persoas con Discapacidade (CERMI) co obxectivo de facilitar-lles o proceso de compra a estes colectivos.

Do mesmo xeito, a compañía promove en moitas das súas tendas a recuperación de edificios emblemáticos, como sucedeu en 2022 coa reforma acometida na tenda situada na zona histórica de Talavera de la Reina (Toledo). Mercadona simulou un conxunto de casas patio tradicionais nunha localización onde, dende o século XIII ata a metade do século XX, se alzaba o templo mudéjar da Igrexa de San Pedro, e restaurou e recuperou columnas, árbores ou empedrados achados durante a fase de escavación. Por outro lado, durante o devandito exercicio, e en colaboración coa Asociación Pajarillos Educa e os comercios veciños, a compañía rehabilitou espazos comúns próximos á súa tenda de Paseo Juan Carlos I en Valladolid, coa incorporación de murais decorativos elaborados por mozos do barrio en situación de vulnerabilidade ou cultura social desarraigada.

Ademais de todo iso, Mercadona apoia e defende no seu sector a actividade de todos os formatos comerciais, elementos dinamizadores dos barrios. Convencida diso, leva máis de dúas décadas contribuíndo a revitalizar mercados municipais, como poñen de manifesto as 36 tendas que xestiona neste tipo de ámbito.

19.651

exames en procesos de carga e descarga na tenda

4.976

exames en procesos internos das instalacións e supermercados

356

suxestións, queixas e melloras xestionadas



Mural xunto ao supermercado de Paseo Juan Carlos I en Valladolid, iniciativa impulsada por Mercadona en colaboración coa Asociación Pajarillos Educa e os comercios veciños, para rehabilitar espazos comúns do barrio.

5

O CAPITAL

A aplicación do Modelo de Mercadona, sumada ao esforzo do cadro de persoal e á implicación dos provedores, permitiu superar a complicada conxuntura e alcanzar os obxectivos de venda e beneficio marcados, aínda que non de rendibilidade, que foi menor que a do pasado ano. Uns resultados que a compañía logrou tras

satisfacer secuencialmente o resto dos compoñentes, “O Xefe”, O Traballador, O Proveedor e A Sociedade; isto foi posible grazas a un modelo de xestión que se sustenta na verdade universal de “para poder recibir, primeiro hai que dar”, que coída as persoas e que sempre aposta polo longo prazo.

01

Tormenta perfecta e repercusión nas marxes

02

Investimentos e melloras de xestión

03

Crecedemento sostible e compartido

O Grupo Mercadona está composto, principalmente, por Mercadona S.A., domiciliada en España (Tavernes Blanques, Valencia), e Irmãdona Supermercados, domiciliada en Portugal (Vila Nova de Gaia, Porto). Ambas as dúas sociedades comparten un mesmo obxecto social e desenvolven idéntica actividade: a distribución de produtos de alimentación, bebida, coidado persoal, limpeza do fogar e coidado de mascotas. Para este labor, contan co apoio dunha serie de filiais, sucursais e oficinas de representación en 12 países distintos. Grazas a esta rede comercial, a compañía canaliza as compras internacionais, que realiza en catro continentes, e garántelles aos seus “Xefes” unha oferta eficaz de máxima calidade e a un prezo imbatible tamén en todos os artigos elaborados fóra de España e Portugal.

Como se deixou constancia ao longo da presente Memoria Anual, Mercadona conta cunha rede de 1.637 supermercados en España e 39 en Portugal ao finalizar 2022. Todos estes supermercados, dos cales 1.287 son xa Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8), abastécense por medio dunha rede loxística propia composta por 16 bloques loxísticos, 2 almacéns satélites e 2 almacéns reguladores.

Xunto a esta rede de tendas e centros loxísticos, dispón dun modelo propio de almacéns, denominados Colmeas e dedicados á xestión e preparación de pedidos en liña para darlles servizo aos clientes que en España optan pola canle de venda dixital, que actualmente está en funcionamento en València, Barcelona, Madrid, Alacant e Sevilla. Actualmente dispón de 22 centros de coinnovación nos que desenvol-

ve novidades e incorpora melloras na oferta da man dos “Xefes”.

Todo este esforzo permitiulle á compañía seguir crescendo en 2022 e construíndo un proxecto diferencial liderado polas 99.000 traballadoras e traballadores que comprometen a diario a súa dedicación e esforzo para satisfacer “Os Xefes”.

Dende 2011, Mercadona é membro do Foro de Grandes Empresas da Axencia Tributaria (Ministerio de Facenda e Función Pública), no que se fomenta un marco de colaboración baseado nos principios de transparencia, confianza mutua, boa fe e lealdade entre as grandes empresas e a Administración Tributaria do Estado. A compañía, ademais, está acollida ao Código de Boas Prácticas Tributarias, que promove unha relación reciprocamente cooperativa entre a Axencia Tributaria e as empresas que o subscriben. Así mesmo, e de maneira voluntaria, presenta anualmente un Informe sobre Transparencia Fiscal coa información máis relevante do ano, que aparece na páxina web da Axencia Tributaria, acreditando así o cumprimento dos estándares de colaboración e transparencia que demanda a axencia estatal.

En 2022, ao igual que no exercicio precedente, as contas anuais de Mercadona e Irmãdona foron auditadas por Ernst & Young, S.L. e Ernst & Young Audit & Asociados-SROC, S.A., respectivamente, emitindo, en ambos os dous casos, un informe favorable sen salvidades. Os devanditos informes, xunto coas contas anuais, depositáanse ante os organismos correspondentes en cada caso.

En lembranza a Juan Carlos Gómez

Dende Mercadona queremos lembrar a figura de Juan Carlos Gómez, accionista da compañía dende 1998. O seu falecemento, o pasado mes de decembro, foi unha triste noticia para todos os que formamos a compañía. Juan Carlos sempre foi unha persoa comprometida coa súa cidade, Antequera. A súa visión empresarial e o seu espírito emprendedor impregnaron a cidade que tanto quixo e, tamén, a Mercadona. Dende aquí unímonos á dor da súa esposa, Carmen, e dos seus fillos, Juan Carlos e Moisés. Eles, sen dúbida, continuarán o seu legado.



Entrada do supermercado de Guadalquivir en Ronda, Málaga.

NVEI

Tormenta perfecta e repercusión nas marxes

Os escenarios imprevistos e inimaxinables cos que se iniciou o ano 2022 debido á resaca da COVID-19, a guerra de Ucraína e unha inflación elevada, tiveron o seu impacto nos gastos de Mercadona que se incrementaron nun 8 %, cifra que supón máis de 500 millóns de euros.

Se estes escenarios facían presaxiar un ano 2022 complexo, ao longo destes doce meses producíronse, ademais, unha crise enerxética sen precedentes, uns meses de altas temperaturas e prolongada seca, aumentou o custo das materias primas e produtos chegando, nalgúns casos, a situacións de escaseza de oferta que supuxeron faltas de servizo puntuais. Acontecementos, todos eles, que trouxeron como consecuencia un incremento prolongado nos prezos de custo para os seus provedores (arredor dun 39 % no sector primario e un 20 % na industria alimentaria) que a compañía, seguinte elo da cadea, tivo que xestionar coa máxima flexibilidade e axilidade.

Mercadona, ao igual que os seus provedores, non foi allea a esta complexa conxuntura na súa propia estrutura de custos, que se viu afectada tanto pola repercusión do incremento do IPC (6,5 % en España e 2,7 % en Portugal) en salarios e arrendamentos, como polo efecto directo no gasto de transporte, derivado da subida no prezo dos carburantes.

Grazas ao esforzo mental das 99.000 persoas que conforman o cadro de persoal e os 3.000 provedores de produto cos que colabora, a compañía logrou paliar o impacto do incremento dos prezos de custo en orixe e, á custa de reducir as súas marxes de explotación, evitar trasladárllelos na súa tota-

lidade aos “Xefes”, o que supuxo un aforro para estes de aproximadamente 375 millóns de euros.

O compromiso colectivo de todas as persoas que forman Mercadona para ofrecer solucións que lles acheguen valor aos “Xefes” tamén require de melloras da competitividade e rendibilidade, para asegurar e consolidar un proxecto cimentado nun modelo de empresa que promove a prosperidade sostible e cuxos beneficios se difunden amplamente entre a sociedade, como así o demostran as cifras do exercicio: unha contribución tributaria histórica de 2.263 millóns de euros, un 12 % máis respecto a 2021, unha prima por obxectivos de 405 millóns de euros e un incremento do beneficio neto do 5,6 %.

Todos estes movementos e decisións desenvolvidas ao longo do exercicio acreditan, un ano máis, que Mercadona é fiel a un modelo de xestión cunha orde secuencial onde calquera decisión se toma pensando sempre, en primeiro lugar, no “Xefe”; logo, nas vendas; e, en terceiro lugar, no beneficio. Un modelo de xestión que soubo adaptarse ás circunstancias, asumir retos e achegar solucións para apoiar os “Xefes” tratando de, sempre que foi posible, evitar o impacto de todas estas circunstancias na capacidade de compra dos 5,7 millóns de familias que a diario acoden aos supermercados da compañía.

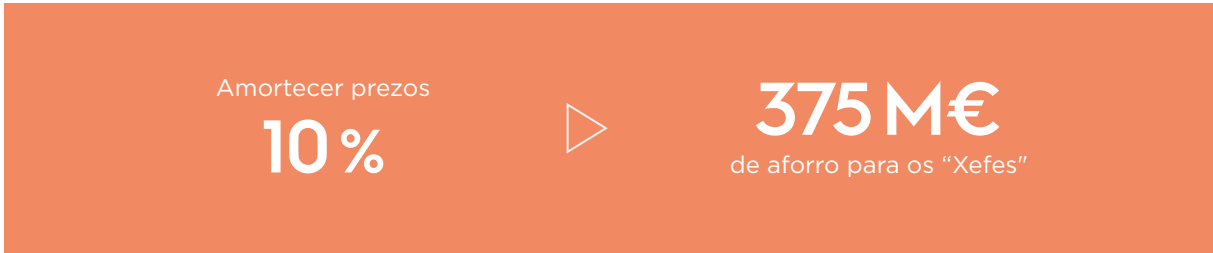
Repercusión da tormenta perfecta para Mercadona



Escenarios en 2022



Mercadona, dique de contención dos prezos de custo



Unidades de venda (*quilitros*)

O Grupo Mercadona vendeu en 2022 un total de 12.968 millóns de *quilitros*, cifra que supón un incremento do 1,1 % respecto ao exercicio anterior. Este incremento, nunha situación de contención do consumo polo aumento xeneralizado de prezos, pon de manifesto a confianza depositada polo “Xefe” en Mercadona, clave para o seu desenvolvemento e crecemento.

Vendas

En 2022, o Grupo elevou a súa facturación ata os 31.041 millóns de euros, un 11,6 % máis que en 2021, grazas ás vendas realizadas mediante as diferentes canles de compra (presencial, servizo en liña e Nova Telecompra) e a que a compañía logrou, vía innovación e redución de marxes, amortecerlles a subida de custos aos seus “Xefes”.

Beneficio

O beneficio neto do Grupo situouse en 718 millóns de euros, un 5,6 % máis que o ano anterior, sensiblemente inferior ao incremento en vendas e que reflicte o esforzo realizado pola compañía para conter o impacto da situación inflacionista, vía a redución de marxes no prezo da cesta da compra dos “Xefes”.

EBITDA

O EBITDA do Grupo (definido como o Resultado de Explotación + Amortizacións - Ingresos financeiros) alcanzou os 1.622 millóns de euros no momento do peche de 2022. Pola súa parte, o resultado operativo do Grupo mantivo unha evolución acorde co beneficio, coherente coa estratexia e en liña coa aposta firme polos resultados a longo prazo.

Evolución *quilitros* vendidos
millóns de quilos-litros (*quilitros*)



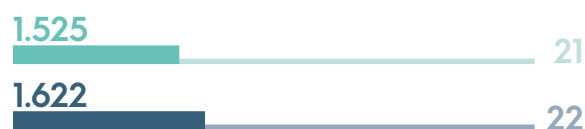
Evolución das vendas brutas
millóns de euros



Evolución do beneficio neto
millóns de euros



Evolución do EBITDA
millóns de euros



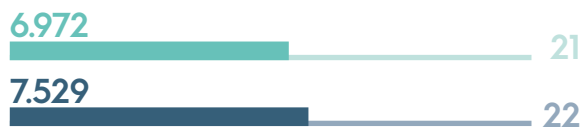
Recursos propios

O beneficio obtido no exercicio e a capitalización da práctica totalidade deste supuxeron que, no momento do peche do exercicio 2022, a cifra de recursos propios ascenda a 7.529 millóns de euros, o que pon de manifesto a vontade de reinvestimento que ten a compañía.

Cabe sinalar que a razón de recursos propios respecto ao activo total se mantivo arredor do 62 % no ano.

Evolución dos recursos propios

millóns de euros



Fachada do supermercado de Es Rafal en Palma, Illes Balears.

Investimentos e melloras de xestión

A pesar do impacto que tiveron os escenarios impredecibles na actividade de Mercadona, a compañía seguiu apostando por continuar investindo en todos aqueles movementos necesarios para avanzar e engadir valor aos cinco compoñentes. O esforzo investidor realizado foi de 923 millóns de euros, que se destinaron á brutal transformación na que está inmersa para poder afrontar os retos futuros, pois o Modelo de Mercadona asume a toma de decisións pensando no beneficio a longo prazo.

Neste sentido, o Grupo investiu 587 millóns de euros para seguir implantando o Modelo de Tenda Eficiente mediante as aperturas e reformas en España, ao mesmo tempo que continuou incorporando tendas en Portugal, fortalecendo así o proxecto no país luso. Un total de 129 millóns de euros destináronse á construción e reformas de bloques loxísticos, entre os que cabe destacar Parc Sagunt, en Valencia. No ámbito da transformación dixital, o investimento en 2022 foi de 91 millóns

de euros, incluído o proxecto Mercadona Online. A compañía seguiu avanzando este ano no desenvolvemento de aplicacións e ferramentas propias que, baixo arquitectura CNA (*Cloud Native Architecture*) e plataforma Kubernetes, proporcionan maior resiliencia, escalabilidade, axilidade e innovación aos procesos do negocio. Un proxecto que xa conta cun equipo multidisciplinario e especializado de máis de 1.000 persoas e que acumula dende 2017 un investimento de 580 millóns de euros.



Paralelamente, Mercadona puxo en marcha un proxecto que permite coñecer dunha maneira científica os custos de cada proceso, tanto directos como indirectos, así como de cada un dos produtos, co obxectivo de saber que melloras de eficiencia e optimización se poden introducir garantindo sempre, e incluso mellorando, a calidade e servizo aos seus clientes.

Desta maneira, tras dous anos de traballo e un investimento superior aos 5 millóns de euros, que implicou un esforzo formativo por parte de 600 persoas, Mercadona conta dende principios de 2022 cunha innovadora ferramenta informática de desenvolvemento propio. Coñecida internamente como DPP (*Direct Product Profit*), facilita en tempo real a rendibilidade de cada un dos 8.000 produtos que, aproximadamente, conforman a oferta eficaz, e detecta melloras nos procesos que abaraten os custos. De feito, grazas a esta innovación, que permanece en continua evolución e na que se seguen incorporando avances, a compañía foi capaz de amortecer a subida de moitos prezos vía optimización de procesos e conter os custos no conxunto de 2022 en máis de 150 millóns de euros, que se destinaron a amortecer a subida de prezos.

Mercadona seguirá apostando por este tipo de ferramentas que melloran a eficiencia, como xa está facendo con outras de similares características, como é o caso da denominada ADT (Achea Directa de Tenda) que permite coñecer os custos e beneficios por tenda. No ámbito da xestión de tendas, Mercadona seguiu utilizando e mellorando as ferramentas informáticas das que dispón para xestionar os pedidos, a venda e o control de stock, co obxectivo de reducir o desperdicio alimentario.

O resto do investimento, aproximadamente 100 millóns de euros, destinouse principalmente á construción das novas oficinas centrais en Albalat dels Sorells (Valencia).

Evolución dos investimentos

millóns de euros



Outros Indicadores

Provedores

O prazo medio de pagamento a provedores foi de 44 días e o prazo de rotación de existencias de 12 días.

OPEX

Definido como Gasto de Persoal e Outros Gastos e Ingresos de Explotación (sen tributos), foi duns 5.515 millóns de euros.

Produtividade

Durante o exercicio, Mercadona e Irmãdona incrementaron a súa produtividade (masa salarial e máis beneficios antes de impostos/horas traballadas) nun 7 %, feito que acredita a implicación das persoas que forman parte do Proxecto Mercadona e o esforzo que realizan para contribuír a optimizar os custos dos procesos da compañía.

Fluxos de Efectivo

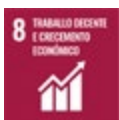
A xeración de Fluxos de Efectivo, tendo en conta os investimentos realizados no exercicio 2022, foi a seguinte:

1.710 M€	Fluxos actividades de explotación
1.285 M€	Fluxos netos de actividades de investimento e financiamento
425 M€	Variación neta do efectivo

A actividade investidora descrita anteriormente realizouse con fondos propios.

Crecedemento sostible e compartido

Mercadona é un proxecto empresarial responsable, cun modelo de xestión, o Modelo de Calidade Total, que aposta pola creación de valor compartido entre todos os compoñentes: “O Xefe” (cliente), O Traballador, O Proveedor, A Sociedade e O Capital.



A contribución tributaria de Mercadona foi de 2.263 millóns de euros

Deste xeito a compañía distribúe os recursos que xera anualmente entre O Traballador (prima), A Sociedade (impostos) e O Capital (dividendos para os accionistas), deixando unha parte importante na compañía para reinvestir e potenciar tanto o crecedemento como a continuidade do proxecto.

No marco da súa filosofía de que “o éxito compartido sabe mellor”, a compañía reparte o 25 % a través dunha política de retribución variable. Con ela recompensa o esforzo, o alto rendemento e a produtividade daquelas traballadoras e traballadores que contan con máis dun ano de antigüidade e cuxa implicación permitiu cumprir os obxectivos persoais especificamente pactados para o seu posto de traballo. En 2022, e para recoñecer esa busca da excelencia por parte do conxunto do cadro de persoal incluso en conxunturas tan esixentes, Mercadona compartiu un total de 405 millóns de euros do seu beneficio, que se repartiron entre o 99 % das persoas que o compoñen.

Un cadro de persoal que, ademais, se viu ampliado no devandito exercicio en 3.200 persoas, 2.200 en España e 1.000 en Portugal, o que supón unha media de 9 postos de traballo creados ao día. Desta forma, Mercadona contou en 2022 con 99.000 traballadoras e traballadores comprometidos, con traballo estable e de calidade, e con salarios por enriba da media do sector.

Por outro lado, o Grupo Mercadona impulsa a prosperidade compartida nas áreas nas que desenvolve a súa actividade a través da contribución tributaria realizada ás Admi-

nistracións públicas. En 2022, e no caso de España, a súa contribución en concepto de tributos soportados foi de 1.215 millóns de euros, dos que 240 millóns corresponden ao imposto de sociedades, 144 millóns ao pagamento de diversos impostos e taxas e 831 á Seguridade Social. No caso de Portugal, e a través de Irmãdona, a contribución foi de 18 millóns de euros en tributos soportados, dos que 12 corresponden á Seguridade Social e 6 ao pagamento doutros impostos e taxas.

Durante estes doce meses, tal e como as cifras confirman, o Proxecto Mercadona continuou crecendo da man da sociedade. E como contrapartida, boa parte dos seus éxitos reverteron nela, cunha achega dun total de 27.246 millóns de euros ao PIB de España en 2022, cifra que representa o 2,05 % do total. Nesta liña, o Instituto Valenciano de Investigacións Económicas (Ivie) estimou que a actividade económica de Mercadona en España xerou un total de 684.211 postos de traballo directos, indirectos e inducidos, feito que se traduce nun 3,59 % do emprego total do país e que demostra, efectivamente, que o crecedemento de Mercadona incide directamente no crecedemento da sociedade.

A todo iso hai que sumar o impacto na recadación fiscal, que en 2022 se situou en 9.858 millóns de euros, cifra que representa o 2,1 % da recadación total estimada das Administracións públicas españolas, incluídas as cotizacións á Seguridade Social, e que supón o maior impacto na recadación fiscal na historia da compañía.

Impacto da actividade económica de Mercadona*

Achega total de renda, emprego e recadación fiscal**

27.246M€

achega conxunta ao PIB

2,05% do PIB

684.211

postos de traballo en España

3,59 % do emprego total
en España

9.858M€

de recadación fiscal

2,1 % da recadación total
estimada das Administracións
públicas españolas
(incluídas cotizacións á
Seguridade Social)

España

Portugal

Contribución Tributaria Mercadona

Tributos soportados e recadados

2.170M€ (+11%)

Tributos soportados e recadados

93M€ (+50%)

Contribución Tributaria Soportada

Mercadona

831M€ (+7%)

Seguridade Social

384M€ (+13%)

Impostos

240 M€

en Impostos de Sociedades +22 %

Irmãdona

12M€ (+34%)

Seguridade Social

6M€ (+7%)

Impostos

Contribución Tributaria Recadada

Mercadona

163M€ (+6%)

Seguridade Social

435M€ (+12%)

IRPF

357M€ (+21%)

IVE

Irmãdona

6M€ (+34%)

Seguridade Social

8M€ (+31%)

IRPF

61M€ (+65%)

IVE

* M€: millóns de euros.

** Datos actualizados segundo a metodoloxía empregada polo Instituto Valenciano de Investigacións Económicas (Ivie) en 2022.

GRUPO MERCADONA

Balance de situación o 31 de decembro de 2022*

(en miles de euros)

ACTIVO NON CORRENTE	7.880.278
Inmovilizado intanxible e material	7.437.821
Investimentos financeiros e outros activos	442.457
ACTIVO CORRENTE	4.278.260
Existencias	878.595
Debedores e investimentos financeiros	194.767
Efectivo e outros activos líquidos equivalentes	3.204.898
TOTAL ACTIVO	12.158.538
PATRIMONIO NETO	7.528.770
Capital	15.921
Reservas	6.794.698
Resultado do exercicio	718.151
PASIVO NON CORRENTE	37.049
Provisións e outros pasivos	37.049
PASIVO CORRENTE	4.592.719
Provedores	3.212.361
Acredores e débedas con Administracións públicas	1.029.707
Persoal	350.651
TOTAL PATRIMONIO NETO E PASIVO	12.158.538

* Datos consolidados Mercadona e Irmãdona calculados exclusivamente para esta Memoria.

GRUPO MERCADONA

Conta de Perdas e Ganancias o 31 de decembro de 2022*

(en miles de euros)

Importe da cifra de negocios	28.466.170
Aprovisionamentos	(21.238.881)
Outros ingresos de explotación	28.608
Gastos de persoal	(3.678.832)
Outros gastos e ingresos de explotación	(1.910.915)
Amortización do inmovilizado	(746.880)
Resultado por alleamentos do inmovilizado	4.207
RESULTADO EXPLOTACIÓN	923.477
Ingresos financeiros	4.956
RESULTADO FINANCEIRO	4.956
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	928.433
Imposto sobre beneficios	(210.282)
RESULTADO DO EXERCICIO	718.151

* Datos consolidados Mercadona e Irmãdona calculados exclusivamente para esta Memoria.

Información adicional relevante

Informe de Verificación Independente

“Cumprindo a lei 11/2018, do 28 de decembro, o Grupo consolidado, Inmo-Alameda, S.L.U., ao que pertencen Mercadona, S.A. e Irmãdona Supermercados, Unipessoal, Lda.; presentou o Estado de Información Non Financeira (EINF) consolidado que forma parte do seu informe de xestión consolidado e que foi verificado por EY, como prestador independente de servizos de verificación quen, con data 08 de febrero de 2023, emitiu o seu informe de verificación sen salvidades. No marco deste encargo, **EY** verificou unha parte importante dos indicadores que se integran, entre moitos outros, na presente Memoria corporativa.

Na táboa adxunta ‘Impacto da actividade económica de Mercadona’, lístanse aqueles indicadores reflectidos na presente Memoria e que, á súa vez, foron verificados por EY (identifícanse con √). En caso de discrepancia, a información incluída no EINF prevalece fronte a esta”.

Para máis información, o devandito informe de verificación, xunto ao Estado de Información Non Financeira, estará dispoñible no:



* Tal e como define o estándar GRI, o obxectivo desta Memoria é proporcionar información veraz, relevante e precisa.

Impacto da actividade económica de Mercadona

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
1	Nome da organización	MERCADONA, S.A.	✓
2	Actividades, marcas, produtos e servizos	Páxs. 12-21, 30-31	✓
3	Localización da sede	Calle Valencia, 5 Tavernes Blanques, Valencia, España	✓
4	Localización das operacións	España e Portugal Páxs. 4-5	✓
5	Natureza da propiedade e forma xurídica	Páxs. 12-13, 94-97	✓
6	Mercados servidos	Páxs. 4-5, 12-13	
7	Dimensión da organización	Páxs. 4-5	✓
8	Información sobre empregados e outros traballadores	Páxs. 4-5, 40-55 Mercadona conta con 99.000 empregados fixos (95.500 en España e 3.500 en Portugal) e non ten subcontratistas na actividade principal	✓
9	Cadea de subministración	Páxs. 4-5, 56-67	
10	Cambios significativos na organización e na súa cadea de subministración	Páxs. 6-7, 14-15, 58-61	✓
11	Información sobre como aborda a compañía o principio de precaución	Páxs. 20-21	✓
12	Iniciativas externas	Páxs. 26-27, 58-61, 86-93	
13	Relación con asociacións das que a organización é membro	Páxs. 90-91	✓
14	Declaración do presidente	Páxs. 6-7	
15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Páxs. 20-21	✓
16	Valores, principios, estándares e normas de comportamento	Páxs. 12-21 Mercadona réxese polo Modelo de Calidade Total, que fundamenta os valores e paradigmas da compañía. Nel defínese a conduta interna que comparten todas as traballadoras e traballadores. Ademais, dispón dun Código de Conduta que ten como misión asegurar o cumprimento dos valores da compañía e da Lei	✓
17	Estrutura de goberno	Páxs. 8-9	

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
18	Cargos executivos ou con responsabilidades en aspectos económicos, medioambientais e sociais	As responsabilidades en aspectos económicos, sociais e medioambientais recaen sobre os membros do Consello de Administración, que toman as súas decisións de forma colexiada	
19	Consulta aos grupos de interese sobre aspectos económicos, medioambientais e sociais	Páxs. 86-93	
20	Composición do órgano superior de goberno e os seus comités	Páxs. 8-9	
21	Información sobre se a persoa que preside o órgano superior ocupa tamén un posto executivo	O presidente do Consello de Administración preside á súa vez o Comité de Dirección	
22	Conflitos de interese	Non hai conflitos de interese	
22	Conflitos de interese	Todos os Membros do Comité de Dirección son traballadoras e traballadores de Mercadona e non existen situacións de conflito de interese	
23	Funcións do órgano superior de goberno	Páxs. 8-9, 20-21	
24	Coñecemento colectivo do órgano superior de goberno	Páxs. 8-9	
25	Avaliación do desempeño do órgano superior de goberno	Páxs. 8-9	
26	Identificación e xestión dos impactos económicos, sociais e medioambientais	Cada departamento eleva ao Comité de Dirección os aspectos económicos, sociais e medioambientais relevantes relacionados coa súa actividade, especificamente, durante reunións de coordinación	✓
27	Eficacia dos procesos de xestión do risco	Páxs. 18-21	✓
28	Análise dos aspectos económicos, medioambientais e sociais	Páxs. 16-21	
28	Análise dos aspectos económicos, medioambientais e sociais	Os órganos de goberno da compañía supervisan e aproban todo o relativo aos aspectos económicos, medioambientais e sociais	✓
29	Función do órgano superior de goberno na análise de sostibilidade	Os órganos de goberno da compañía supervisan e aproban toda a información que se comunica ao exterior	✓
30	Proceso para transmitir as preocupacións importantes ao órgano superior de goberno	Cada departamento eleva ao Comité de Dirección os aspectos relevantes relacionados coa súa actividade, especificamente, durante reunións de coordinación	✓
31	Natureza e número de preocupacións importantes que se transmitiron ao órgano superior	Elévanse todas as preocupacións relacionadas coa súa actividade e que están baixo a súa responsabilidade	✓

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	✓
32	Políticas de remuneración	Páx. 45 A compañía conta dende hai anos cunha Política Retributiva baseada no principio de “a igual responsabilidade, mesmo soldo”	✓
33	Procesos mediante os cales se determina a remuneración	Páxs. 42-43, 45	✓
34	Involucración dos grupos de interese na remuneración	A compañía dispón dun Convenio Colectivo vixente, asinado e acordado cos representantes sindicais das traballadoras e traballadores	✓
35	Lista de grupos de interese	Páxs. 18-21	✓
36	Acordos de negociación colectiva	Páxs. 48-49, 51 Convenio laboral propio que cobre o 100 % dos traballadores	✓
37	Identificación e selección de grupos de interese	Páxs. 18-21	✓
38	Enfoques para a participación dos grupos de interese	Diálogo constante con todos os grupos de interese co obxectivo de captar e satisfacer as súas necesidades e expectativas	✓
39	Aspectos clave e preocupacións xurdidos	Páxs. 18-21 A relación que se mantén cos grupos de interese permite aplicar melloras de produto realizadas cos “Xefes”, innovar cos provedores ou sumar coñecementos co sector primario para mellorar a oferta de produtos frescos	✓
40	Definición e contido da Memoria	A estrutura da Memoria corresponde ao Modelo de Calidade Total e informa sobre os cinco compoñentes da compañía (grupos de interese)	✓
41	Lista de asuntos materiais	Páxs. 18-21 En cada capítulo detállanse as estratexias e accións levadas a cabo que son relevantes para cada compoñente (grupo de interese)	✓
42	Reformulación da información	Non houbo cambios relevantes	✓
43	Período de análise	1 de xaneiro de 2022 ao 31 de decembro de 2022	✓
44	Data da análise máis recente	2021	✓
45	Ciclo de análise	Anual	✓
46	Punto de contacto para preguntas e dúbidas sobre a análise	Datos de contacto na contraportada	✓

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
47	Relación entre o salario inicial desagregado por xénero e salario mínimo en lugares onde se desenvolven operacións significativas	Páxs. 42-43, 45 A política retributiva responde ao principio de equidade: "a igual responsabilidade, mesmo soldo", sen facer distincións por xénero ou calquera outra diferenciación	
48	Porcentaxe do gasto nos lugares con operacións significativas que corresponde a provedores locais	Páxs. 4-5, 61, 103	
49	Número e porcentaxe de departamentos nos que se avaliaron os riscos relacionados coa corrupción e riscos significativos detectados	Foi avaliado o 100 % das actividades e procedementos internos dos distintos departamentos nos que se identificaron posibles riscos relacionados coa corrupción	
50	Políticas e procedementos de comunicación e capacitación sobre a loita contra a corrupción	O rexeitamento á corrupción é un principio fundamental no Modelo de Mercadona	✓
51	Casos confirmados de corrupción e medidas	Non foron detectados casos de corrupción durante o período analizado	✓
52	Número de sentenzas por competencia desleal, prácticas monopolistas ou contra a libre competencia e resultado destas	Non se rexistrou ningunha durante o período analizado	
53	Consumo enerxético interno	7.558.131 GJ	✓
54	Intensidade enerxética	0,1857 GJ/m ³ de mercadoría	
55	Aforro en consumo enerxético	59,4 millóns de kWh	✓
56	Consumo de auga	Consumo total 3,7 hm ³ (dos que 2,259 hm ³ corresponden a tendas e 1,441 hm ³ a bloques loxísticos) Consumo medio por tenda e mes: 114,16 m ³ /mes	✓
57	Captación de auga segundo a fonte	100 % rede de abastecemento municipal Captación de auga de chuvia en tres plataformas loxísticas, que é utilizada para rega e baldeo	✓
58	Emisións directas de gases de efecto invernadoiro por fugas de gases refrixerantes	11,80 Tn CO ₂ eq/MKilítros	✓
59	Emisións indirectas de gases de efecto invernadoiro por ao xerar enerxía	21,36 Tn CO ₂ eq/MKilítros	✓
60	Emisións directas de gases de efecto invernadoiro por transporte de mercadorías	7,30 kg CO ₂ eq/m ³ de mercadoría	✓
61	Intensidade das emisións totais de gases de efecto invernadoiro	58,07 Tn CO ₂ eq/MKilítros	✓
62	Redución anual das emisións de gases de efecto invernadoiro	-4.204 toneladas de CO ₂	✓

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
63	Emisións de substancias que esgotan o ozono	A compañía non utiliza substancias que esgotan o ozono	
64	Peso total dos residuos, segundo tipo e método de tratamento	424.068 toneladas de residuos (madeira, papel, cartón, plástico, <i>poliexpan</i> e outros), das cales o 80 % vai a reciclaxe/valorización	✓
65	Porcentaxe de novos provedores que se examinaron en función de criterios ambientais	Mercadona esíxelles a todos os seus Provedores Totaler que estean certificados nalgún estándar de boa xestión ambiental internacionalmente recoñecido (ISO 14001, EMAS ou equivalente)	
66	Número e taxa de contratacións e rotación media de empregados, desagregados por grupo de idade, xénero e área de actividade	Páx. 42	✓
67	Prestacións sociais para os empregados a xornada completa que non se lles ofrecen aos empregados temporais ou a media xornada, desagregadas por situacións significativas de actividade	Non existe esta diferenciación	
68	Prazos mínimos de aviso previo de cambios operativos e posible inclusión destes nos convenios colectivos	Calquera feito relevante que poida afectarlle ao cadro de persoal notifícaselles ás traballadoras e traballadores e aos seus representantes con antelación suficiente e sempre dentro dos prazos establecidos pola lexislación vixente	
69	Porcentaxe de traballadores que están representados en comités formais de seguridade e saúde conxuntos para a dirección e empregados, establecidos para axudar a controlar e asesorar sobre programas de seguridade e saúde	Os comités existentes representan a todas as traballadoras e traballadores ao mesmo nivel e todos os acordos son confirmados pola Dirección	✓
70	Taxa de accidentes, horas perdidas e absentismo	Incidencia accidentes de traballo con baixa: 28,78 % Horas perdidas: 9.871.109 Absentismo: 4,81 % Absentismo homes: 1,27 % Absentismo mulleres: 2,86 %	✓
71	Traballadores cuxa profesión ten unha maior incidencia ou risco elevado de enfermidade	Con carácter xeral, non se identifican traballadoras nin traballadores implicados en actividades con alta incidencia ou alto risco de enfermidades específicas	✓
72	Asuntos de saúde e seguridade cubertos en acordos formais cos sindicatos	Existen acordos en vigor cos sindicatos nos que se recollen aspectos como melloras no deseño dos postos de traballo e da elección de equipos e métodos de produción para garantir a seguridade no traballo, así como fomentar a información e formación necesarias para minimizar riscos en cada posto	✓

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
73	Media de horas de formación anuais por empregado, desagregada por xénero e categoría profesional	Por empregado: 23,9 horas de formación e 845,3 € investidos de media por persoa en España e 240 horas de formación e 5.732 € investidos de media por persoa en Portugal	✓
74	Programas de xestión de habilidades e de formación continua que fomentan a empregabilidade dos traballadores e lles axudan a xestionar o final das súas carreiras profesionais	Páxs. 46-47	✓
75	Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións do desempeño de desenvolvemento profesional desagregada por xénero e categoría profesional	Páx. 43 Todas as traballadoras e traballadores son avaliados anualmente no desempeño das súas funcións, tanto en sentido descendente como ascendente	
76	Composición dos órganos de goberno e desagregación do cadro de persoal por categoría profesional e xénero, idade, pertenza a minorías e outros indicadores de diversidade	Páxs. 8-9, 42, 48-49	✓
77	Relación entre o salario base dos homes con respecto ao das mulleres, desagregada remuneración mulleres vs. homes	Páxs. 42, 45 Aplica o principio de equidade “a mesma responsabilidade, mesmo soldo” sen diferenza ningunha en canto a xénero	✓
78	Número de casos de discriminación e medidas correctivas adoptadas	En 2022, Mercadona non rexistrou a través das canles dispoñibles ningún caso de discriminación	✓
79	Identificación de centros e provedores significativos nos que a liberdade de asociación e o dereito a acollerse a convenios colectivos poden infrinxirse ou estar ameazados, e medidas adoptadas para defender estes dereitos	A compañía garante en todos os seus centros de traballo a liberdade de asociación como se recolle no convenio colectivo vixente Non se identificaron provedores significativos en situación de risco	
80	Identificación de centros e provedores cun risco significativo de casos de explotación infantil, e medidas adoptadas para contribuír á abolición da explotación infantil	A compañía garante que non existe ningún caso de explotación infantil nos seus centros de traballo Non se identificaron provedores significativos en situación de risco	✓
81	Centros e provedores cun risco significativo de ser orixe de episodios de traballo forzoso, e medidas adoptadas para contribuír á eliminación de todas as formas de traballo forzoso	A compañía garante que non existe ningún caso de traballo forzoso nos seus centros de traballo Non se identificaron provedores significativos en situación de risco	
82	Número e porcentaxe de centros que foron obxecto de exames ou avaliacións de impactos en materia de dereitos humanos	A compañía cumpre os estándares esixidos nesta materia, de acordo coa lexislación vixente	✓
83	Horas de formación dos empregados sobre políticas e procedementos relacionados con aqueles aspectos dos dereitos humanos relevantes para as súas actividades, incluída a porcentaxe de empregados capacitados	Toda o cadro de persoal recibe formación no Modelo de Mercadona, que conforma os valores e comportamentos dentro da compañía	✓

N.º	Indicador	Páxina/Comentario	
84	Porcentaxe de centros onde se implantaron programas de desenvolvemento, avaliacións de impactos e participación da comunidade local	A compañía non dispón deste indicador, pero especificanse as diferentes accións realizadas no capítulo Sociedade (páxs. 68-93)	
85	Centros de operacións con efectos negativos significativos, posibles ou reais, sobre as comunidades locais	Páxs. 20-21, 92 Non se identificaron centros con efectos negativos nas comunidades locais	
86	Porcentaxe de novos provedores que se examinaron vs. criterios relativos aos dereitos humanos, prácticas laborais e repercusión social	Páxs. 56-67 O 85 % da oferta é de orixe española, obtida de provedores auditados segundo o Modelo de Mercadona, que contempla a satisfacción das necesidades das traballadoras e traballadores	
87	Contribucións económicas realizadas a partidos políticos por país e destinatario	Non se realizaron durante o período analizado	
88	Número de incidentes por incumprimento de normativa ou códigos voluntarios relativos aos impactos dos produtos e servizos na saúde e na seguridade durante o seu ciclo de vida, desagregados en función do tipo de resultado dos devanditos incidentes	Durante o período analizado non se identificaron incidentes significativos por incumprimento neste ámbito	✓
89	Tipo de información que requiren os procedementos da organización relativos á información e á etiquetaxe dos seus produtos e servizos, e porcentaxe de categorías de produtos e servizos significativos que están suxeitas a tales requisitos	Páxs. 30-33	✓
90	Número de incumprimentos da regulación e dos códigos voluntarios relativos á información e á etiquetaxe dos produtos e servizos, desagregados en función do tipo de resultado	Durante o período analizado non se identificaron incidentes significativos por incumprimento neste ámbito	
91	Número de casos de incumprimento da normativa ou dos códigos voluntarios relativos ás comunicacións de márketing, tales como a publicidade e o patrocinio, desagregados en función do tipo de resultado	Durante o período analizado non se identificaron incidentes significativos por incumprimento neste ámbito	
92	Número de reclamacións fundamentais sobre a violación da privacidade e a fuga de datos dos clientes	A compañía non ten constancia de ningunha no período analizado	✓
93	Importe das multas significativas por incumprir a normativa e a lexislación relativas á subministración e ao uso de produtos e servizos, valor monetario das multas significativas e número de sancións non monetarias por incumprimento da lexislación e da normativa	Non existen incumprimentos significativos da normativa*	

* A compañía considera significativa calquera sanción económica por enriba dos 50.000 €.

Proxecto Legado de Juan Roig e Hortensia Herrero

Juan Roig e Hortensia Herrero seguiron impulsando o Proxecto Legado, iniciativa de mecenado que ambos iniciaron en 2012 para construír o seu soño común: compartir os seus coñecementos e patrimonio persoal para contribuír de forma altruísta ao desenvolvemento da sociedade. Para iso, ao longo do ano reforzaron o seu compromiso persoal e implicación económica, que en 2022 se concretou nunha inxeción de 80 millóns de euros procedentes do seu patrimonio persoal.

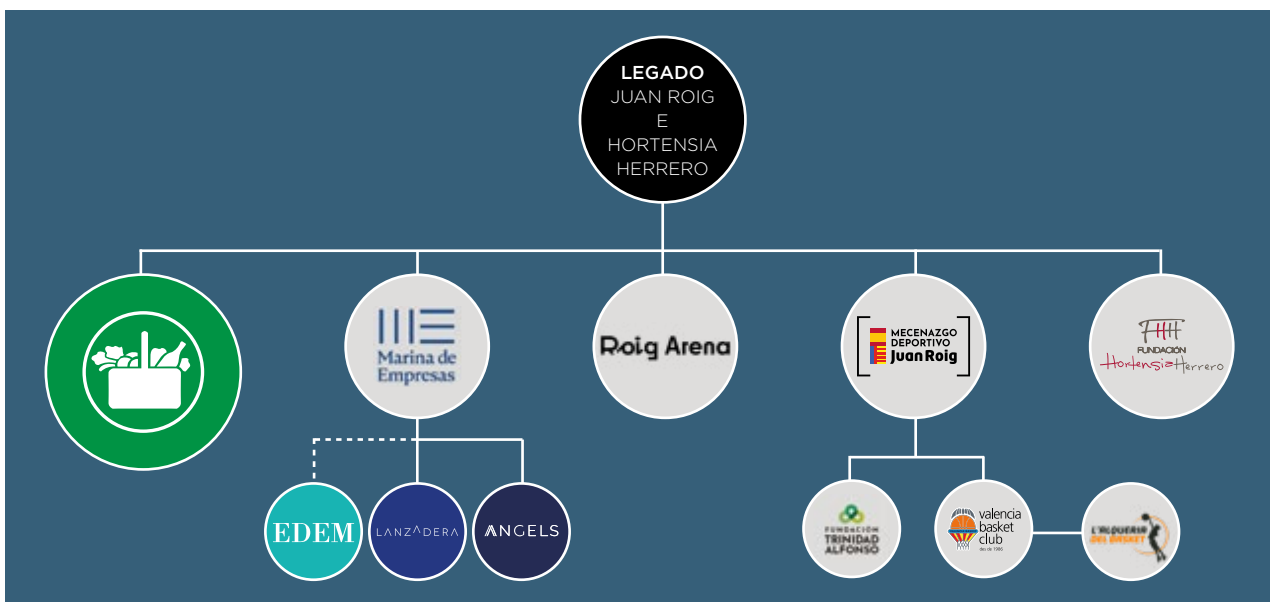
Desta maneira, o Proxecto Legado seguiu apostando pola formación e o talento impulsando os tres eixes do maior polo emprendedor do Mediterráneo, Marina de Empresas: EDEM, centro universitario e escola de negocios para a formación empresarial no que anualmente se forman 3.700 persoas; Lanzadera, aceleradora que dá apoio a *startups*; e Angels, sociedade que inviste en líderes emprendedores e que acumulou en 2022 un investimento total de 3 millóns de euros, 35 dende a súa fundación.

A través de Licampa 1617 seguiuise traballando para inaugurar e consolidar en València un recinto multiúsos e sostible para celebrar eventos deportivos, culturais e de entretemento: o Roig Arena, que en 2022 recibiu un investimento de 38,3 millóns de euros e acumulará un investi-

mento total de 280 millóns de euros cando estea acabado, en 2024.

No ámbito do apoio ao deporte, o Proxecto Legado de Juan Roig e Hortensia Herrero seguiu crescendo da man da Fundación Trinidad Alfonso e do apoio que ambos realizaron aos equipos masculino e feminino do Valencia Basket Club e L'Alqueria del Basket. A Fundación Trinidad Alfonso, que en 2022 fixo dez anos de vida e apoia o deporte na Comunitat Valenciana, investiu 11,5 millóns en 2022 en preto de 40 iniciativas, mentres que o presuposto destinado por parte de ambos os dous mecenas aos equipos de baloncesto foi de 14 millóns de euros.

Así mesmo, a Fundación Hortensia Herrero, presidida pola vicepresidenta de Mercadona, seguiu canalizando o apoio ao mecenado artístico e cultural investindo en 2022 un total de 6 millóns de euros. Hortensia Herrero está financiando os traballos de restauración do Palacio de Valeriola, situado na zona histórica de València, que se converterá en 2023 no futuro Centro de Arte Hortensia Herrero, un proxecto que requirirá un investimento total de 40 millóns de euros. Ademais, en 2022 impulsou unha decena de proxectos relacionados coa danza, a arte contemporánea e a restauración do patrimonio histórico.





80 M€
investimento en 2022 do
patrimonio persoal de
Juan Roig e Hortensia Herrero



1. Juan Roig e Hortensia Herrero, na inauguración da exposición do arquitecto Ron Arad, xunto ás súas catro fillas, Hortensia, Juana, Carolina e Amparo; e os seus xenos Jesús, Álvaro, Roberto e Antonio. 2. Hortensia Herrero, xunto ás bailarinas e bailaríns con bolsa concedida pola súa Fundación no Campus Internacional de Valencia Danza 2022. 3. Hortensia Herrero, Juan Roig e Fernando Roig, accionistas e membros do Consello de Administración de Mercadona. 4. Fachada do Palácio de Valeriola que albergará o Centro de Arte Hortensia Herrero e a súa Fundación. 5. Primeiro equipo masculino, feminino, canteira e escola do Valencia Basket para a tempada 22-23. 6. Marta Galimany, no Maratón de València, tras bater o récord de España feminino da distancia. 7. Simulación do Roig Arena. 8. Fachada da sede de EDEM Escola de Empresarios en València. 9. Emprendedores na sede de Lanzadera. 10. Emilio Peña, emprendedor e CEO da *startup* Flamingueo, investida por Angels, nas instalacións de Marina de Empresas durante o *Investors Day*.

Traxectoria Mercadona

1977-2022



1977

O matrimonio formado por D. Francisco Roig Ballester (1912-2003) e D.ª Trinidad Alfonso Mocholí (1911-2006) inicia a actividade de Mercadona dentro do Grupo Cárnicas Roig. As daquela carnicerías do negocio familiar transfórmanse en ultramarinos.



1981-1982

Juan Roig e a súa esposa, Hortensia Herrero, xunto aos seus irmáns Fernando, Trinidad e Amparo, cómpranlle Mercadona ao seu pai. A empresa conta con oito tendas de aproximadamente 300 m² de sala de vendas. Juan Roig asume a dirección da compañía, que inicia a súa actividade como empresa independente.

Primeira empresa en España en utilizar o escáner para a lectura do código de barras nos puntos de venda.



1988-1990

Inauguración do bloque loxístico de Ribarroja de Túrria (Valencia), pioneiro en España por estar totalmente automatizado.

Adquisición de Supermercados Superette, que contaba con 22 tendas en Valencia.

Juan Roig e Hortensia Herrero pasan a ostentar a maioría do capital da compañía.



1993-1997

Tras alcanzar as cifras de 10.000 traballadoras e traballadores e 150 tendas, implantación da estratexia comercial SPB (Sempre Prezos Baixos), que máis adiante derivará no Modelo de Calidade Total.

Nacemento das marcas Hacendado, Bosque Verde, Deliplus e Compy.

Acordo de unión con Almacenes Gómez Serrano, Antequera (Málaga).



1999-2001

Finaliza o proceso, iniciado en 1995, de converter en fixos todos os membros do cadro de persoal, que neses momentos era de 16.825 traballadoras e traballadores.

Inauguración do primeiro centro educativo infantil gratuito para as fillas e fillos das traballadoras e traballadores, no bloque loxístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona).



2003-2006

Primeira empresa en realizar unha Auditoría Ética.

Inauguración dun supermercado nas instalacións de El Mercat de l'Olivar, en Palma.

Inauguración da tenda número 1.000 da compañía, en Calp (Alacant).



2007-2008

Cuarta empresa do mundo mellor valorada en reputación corporativa, de acordo co estudo do Reputation Institute de Nova York.

Realiñamento de Mercadona co Modelo de Calidade Total, 15 anos despois da súa implantación.

Carro Menú para ofrecerlle ao "Xefe" o carro da Compra Total de maior calidade e máis barato do mercado.



2013-2016

Inicio do desenvolvemento da Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona.

Aproba iniciar o seu proxecto de internacionalización coa entrada en Portugal.

Inauguración dos dous primeiros supermercados co Novo Modelo de Tenda Eficiente, situados en Puerto de Sagunto (Valencia) e na localidade de Peligros (Granada).

Traxectoria Mercadona

1977-2022



2017-2018

Desenvolvemento da estratexia Frescos Global para impulsar e modernizar as novas seccións de frescos.

Lanzamento en València do novo servizo de venda en liña e apertura do primeiro almacén en liña, Colmea, en Vara de Quart (València).

Implantación da nova sección de Listo para Comer.

2019-2020

O proxecto de internacionalización convértese en realidade coa apertura das primeiras 10 tendas en Portugal.

No contexto da pandemia da COVID-19, o conxunto de persoas excepcionais que forman o Proxecto Mercadona contribúe a lograr a mellor xestión da historia da compañía.

Dar o si a seguir coidando o planeta a través da Estratexia 6.25 para a redución do plástico e xestión de residuos.

2021

Compromiso coa calidade contundente por parte de todos os departamentos de Mercadona en todos os procesos e servizos.

Inauguración dos centros de coinnovación de Vila do Conde (Porto) e Lisboa.

2022

Volver dicir si á estratexia Totaler Radical, ofrecéndolle ao “Xefe” a posibilidade de acertar con produtos dunha calidade contundente.

Posta en marcha do almacén de frío do bloque loxístico de Parc Sagunt (Valencia), que estará totalmente operativo en 2025.

**O Proxecto Mercadona
segue avanzando**



MERCADONA S.A.

C/ Valencia, 5 - 46016
Tavernes Blanques (Valencia)
Teléfono: (+34) 963 883 333

**IRMADONA SUPERMERCADOS,
UNIPessoAL, LDA.**

Avenida Padre Jorge Duarte, 123
4430-946 Vila Nova de Gaia (Portugal)
Teléfono: (+351) 221 201 000



**CANLES DE ATENCIÓN AO CLIENTE
ESPAÑA**

www.mercadona.es
www.facebook.com/mercadona
www.twitter.com/mercadona
www.instagram.com/mercadona
www.youtube.com/mercadona
www.linkedin.com/company/mercadona

**CANLES DE ATENCIÓN AO CLIENTE
PORTUGAL**

www.mercadona.pt
www.facebook.com/mercadonaportugal
www.twitter.com/mercadona_pt
www.instagram.com/mercadona_portugal
www.youtube.com/mercadonaportugal
www.linkedin.com/company/mercadonaportugal