

Transformando Mercadona

olá



Memoria Anual 2018

MERCADONA

MEMORIA ANUAL 2018



Memoria Anual 2018
e más información:
www.info.mercadona.es



Menchu e Jesús, traballadores do supermercado de La Almadraba na Cidade Autónoma de Ceuta.



Fachada do supermercado da rúa Carlos V na Cidade Autónoma de Melilla.



Supermercado en construción en Canidelo, Vila Nova de Gaia, Porto.



Ensalada da nova sección "Listo para Comer".



Ensalada elaborada de hélices de lentellas.



Izaro e Esther, "Xefas" do supermercado de Leruntxiki, en Elgoibar, Gipuzkoa.



Cuberta axardinada do supermercado da rúa Ayala en Madrid.



Nova bolsa de papel de Mercadona.



Furgoneta de repartición a un comedor social en Huesca.



Nova sección de forno.



Novo servizo de compra Mercadona en Liña.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Os nosos feitos máis relevantes 2018	4
Mensaxe do Presidente	6

O MODELO

Transformar Mercadona	12
Mercadona Sostible	19
Modelo de Innovación Transversal	20

IRMADONA: MERCADONA EN PORTUGAL

1. "O XEFE"

Tendas e Mercadona en Liña	35
Listo para Comer	41
Oferta Eficaz	42
Innovación	44
Seguridade Alimentaria e Calidade	46
Servizo de Atención ao Cliente	48
Alimentación Saudable	50

2. O TRABALLADOR

Indicadores Cadro de persoal	57
Novo Convenio Colectivo de Empresa	58
Compromiso coa igualdade e coa diversidade	59
Aposta pola creación de emprego estable e de calidade	60
Conciliación e compromiso co benestar do cadro de persoal	63
Formación para o crecemento profesional	64
Saúde e seguridade no traballo	64

3. O PROVEDOR

Provedor Totaler	73
Industria Mercadona	76
Bloques loxísticos	82

4. A SOCIEDADE

Crecemento sostible e compartido	93
Diálogo e transparencia	95
Acción social: medidas, obxectivos e resultados	102
Mercadona Sostible	106

5. O CAPITAL

INFORMACIÓN ADICIONAL RELEVANTE

TRAXECTORIA MERCADONA

122
132

OS NÓS
FEITOS
MÁIS
RELEVANTES
2018



“O XEFE”

1.636

TENDAS EN 2018
29 aperturas
20 peches

400

SUPERMERCADOS CO
NOVO MODELO DE
TENDA EFICIENTE
(Tenda 8)

215
reformas

300

NOVIDADES
NA OFERTA

75
melloras de produto

5,3

MILLÓNS DE FOGARES
compran en Mercadona

15,3%

COTA DE MERCADO
en superficie total de
venta da distribución
organizada en España

11

SUPERMERCADOS COA
NOVA SECCIÓN
“LISTO PARA COMER”



O TRABALLADOR

85.800

TRABALLADORES
con emprego estable
e de calidade

85.500
en España

300
en Portugal

1.800

NOVOS EMPREGOS
FIXOS

70

MILLÓNS DE EUROS
investidos en formación

1.328

EUROS/MES BRUTOS
de soldo de inicio do
persoal base en España
1.193 EUROS/MES NETOS

325

MILLÓNS DE EUROS
de prima variable repartidos
entre o cadro de persoal



PROVEDOR

18.640

MILLÓNS DE EUROS
COMPRAS EN ESPAÑA,
(máis do 85% do total)

+1.107

millóns de euros
que en 2017

1.400

PROVEDORES TOTALER

2.387

PROVEDORES
COMERCIAIS
e de servizo

+20.000

PEMES E
PRODUTORES
de materias primas

43

DÍAS
de prazo de pagamento
aos Provedores Totaler



A SOCIEDADE

1.575

MILLÓNS DE EUROS
Contribución Tributaria de
Mercadona en España

IMPACTO DA CADEA
DE MONTAXE DE
MERCADONA EN ESPAÑA:

630.000

postos de traballo directos,
indirectos e inducidos
3,4% do emprego total

1,9%

do PIB nacional
22.900 millóns de euros

COMPROMISO SOCIAL:

8.300

toneladas de alimentos
doados

Colaboración con:
170 comedores sociais
60 bancos de alimentos

33

fundacións e centros
ocupacionais

+1.000 persoas con
discapacidade intelectual
elaboran os murais de
trencadís dos supermercados

TRANSPORTE SOSTIBLE:

54

camións propulsados a gas

18

megatráileres



CAPITAL

24.305

MILLÓNS DE EUROS
FACTURACIÓN (+6%)

11.848

millóns de quilos-litros
(*quililitros*) vendidos
(+2%)

1.504

MILLÓNS DE EUROS
INVESTIMENTO (+50%)

593

MILLÓNS DE EUROS
BENEFICIO NETO (+84%)

470

MILLÓNS DE EUROS
destinados a reforzar
os FONDOS PROPIOS

40

MILLÓNS DE EUROS
de investimento en
MEDIO AMBIENTE

MENSAXE DO PRESIDENTE



En Mercadona levamos a cabo moitas iniciativas transformadoras en 2018. Durante estes doce meses, todos traballamos dentro do modelo de referencia que nos demos para satisfacer as necesidades dos nosos clientes (*“O Xefe”, como o denominamos internamente*) e dos outros compoñentes da compañía: Traballador, Proveedor, Sociedade e Capital. E seguimos transformando a compañía grazas á determinación e ao compromiso de cantos formamos parte deste proxecto, que persegue un crecemento baseado na eficiencia, na diferenciación, na sostibilidade e na creatividade innovadora.

Para alcanzar este obxectivo, resulta fundamental seguir mantendo no noso traballo diario a disciplina de aplicar sempre os métodos e valores que conforman a nosa esencia como empresa. Entender que o éxito non continúa de forma automática, e que é necesario ser áxiles para adaptarnos con inmediatez ás novas necesidades dos clientes, así como ser disruptivos e inconformistas

para abordar os cambios. É o que nos permite afrontar non só os retos presentes, senón tamén estar preparados para as sucesivas vagas de cambio que están por chegar.

Hoxe xa non somos só unha empresa de supermercados físicos: empezamos tamén a ser unha empresa de supermercados en liña, tras a posta en marcha do proxecto de Mercadona en Liña. Hoxe xa non só vendemos produtos para que *“O Xefe”* os prepare na casa: estámolos preparando na nova sección de *“Listo para Comer”*. E xunto a estes novos proxectos, continuamos construíndo, conxuntamente con 1.400 Provedores Totaler, unha Oferta Eficaz que, produto a produto, achega diferenciación. Porque o noso obxectivo é ser a mellor opción para os clientes e, para iso, a nosa obsesión é prescribirlle ao *“Xefe”* produtos innovadores coa máxima calidade ao menor prezo.

A suma de todas estas iniciativas e estratexias, xunto ao desenvolvemento do Novo Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8) e ao proxecto de Frescos Global, coa incorporación de importantes melloras nas nosas seccións de frescos e unha maior adaptación á oferta local, levou a Mercadona en 2018 a incrementar as vendas en superficie constante nun 6%, ata os 24.305 millóns de euros.

Igualmente, e grazas ao esforzo das máis de 300 persoas portuguesas que se uniron ao proxecto da compañía en Portugal, continuamos avanzando no noso salto internacional, país no que temos previsto abrir 10 tendas durante 2019 nos distritos de Porto, Braga e Aveiro, así como o noso primeiro bloque loxístico na Póvoa de Varzim, Porto.

Tamén, e coa finalidade de incrementar a eficiencia e a produtividade nos nosos procesos, seguimos investindo na construción e nas reformas dos bloques loxísticos para eliminar sobreesforzos ás persoas que realizan a súa actividade diaria neles. Pero ademais, en 2018 puxemos en marcha unha serie de iniciativas que reforzan a nosa competitividade, dende unha xestión de pedidos máis eficiente que reduce os stocks, que garante un abastecemento real, a unha mellor organización nos procesos e

nas tarefas, coa conseguinte optimización do espazo nos nosos supermercados.

Sabemos que a nosa responsabilidade como empresa pasa por adiantarnos aos cambios medioambientais e sociais que a sociedade demanda. Conscientes de que aínda nos queda moito por facer pero co compromiso firme de seguir avanzando, aproveitamos tamén a innovación para impulsar numerosas iniciativas que contribúen a facer das cidades e dos ámbitos nos que temos presenza un lugar máis sostible. Exemplo deste compromiso son o uso de camións a gas, a construción de xardíns urbanos e cubertas verdes nalgúns dos nosos supermercados ou as distintas iniciativas que tanto en Benestar Animal como na eliminación de plásticos estamos levando a cabo.

Todo ese proceso de adaptación e renovación constante é unha realidade que avanza grazas ao esforzo investidor sostido da compañía; un esforzo investidor que, no noso caso, abordamos como unha aposta polo medio e longo prazo. En 2018, este esforzo foi de 1.504 millóns de euros, destinados a construír o Mercadona do futuro e que nos está axudando a cumprir a máxima de perseguir primeiro a satisfacción do “Xefe”, porque con iso chega a venda, e despois o beneficio. A aplicación todos os días desta estratexia e os excelentes resultados das iniciativas anteriormente descritas fixeron crecer o beneficio neto máis dun 80%, ata alcanzar os 593 millóns de euros. Isto ratifica o que hai dous anos xa explicamos e ao que nos comprometemos: *que o beneficio para os cinco compoñentes no longo prazo é o investimento que estamos facendo para transformar Mercadona.*

Grazas a esta transformación constante, ao afán de superación, á paixón e ao alto nivel de compromiso de todas aquelas persoas que forman parte da compañía, Mercadona é hoxe máis produtiva e áxil do que era. Durante 2018, tamén se levou a cabo, xunto aos sindicatos, a renovación do convenio colectivo de empresa e o plan de igualdade por cinco anos, no que se volven aplicar medidas pioneiras que o fan máis igualitario e social

“O éxito non continúa de forma automática, é necesario ser áxiles para adaptarnos con inmediatez ás novas necesidades; e disruptivos e inconformistas para abordar as sucesivas vagas de cambio que están por chegar”

para as 85.800 persoas que conforman Mercadona, trala creación nestes doce meses de 1.800 novos postos de traballo estables e de calidade. Con eles, a compañía, no convencemento de que o crecemento ten que ser compartido, repartiu entre as traballadoras e os traballadores, un ano máis, e en concepto de prima por obxectivos, a cantidade de 325 millóns de euros do beneficio xerado.

E en 2019, o noso reto segue sendo o mesmo: perseguir un crecemento sostible baseado na eficiencia, na diferenciación, na sostibilidade e na creatividade innovadora, no que a implantación de ferramentas dixitais nos servirá como impulso acelerador. Neste camiño polo que decidimos avanzar, somos conscientes de que asumiremos riscos e cometeremos erros e de que a mellor forma de corrixilos é ter a vontade de admitilos con humildade. E tamén sabemos que, ás veces, cando o camiño non existe, terémolo que crear. Para iso, como sucedeu ao longo da historia do Proxecto Mercadona, contamos co apoio dos nosos accionistas e do noso Consello de Administración, cuxo liderado e cuxa determinación contribúen a perseguir a nosa visión de ter unha empresa que a xente queira que exista; facendo o que toca en cada momento, convencidos tal e como reflicten os autores do libro *Capitalismo Consciente*, “*igual que as persoas non vivimos só para comer, tampouco as empresas existimos só para lograr beneficios; agora ben: as persoas non podemos vivir sen comer e as empresas non podemos vivir sen beneficios*”.

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.





Francisco Espert
 Director Xeral de
 Prescrición Secos



Rafael Berrocal
 Director Xeral de
 Compras Carne, Mar,
 Froita e Verdura



Carlos Pérez
 Director Xeral de
 Compras Transformados
 do Campo



**Jose Miguel
 Fernández**
 Director Xeral de
 Compras Lácteos,
 Viño e Cervexa



Héctor Hernández
 Director Xeral Xurídico,
 Organización e Marina
 de Empresas



Daniel Blasco
 Director Xeral de
 Recursos Humanos

Consello de **Administración**

É o órgano encargado do goberno da organización e da representación da compañía.

Presidente	Juan Roig Alfonso
Vicepresidenta	Hortensia M ^a Herrero Chacón
Secretaria do Consello	Carolina Roig Herrero
Vogais	Hortensia Roig Herrero
	Amparo Roig Herrero
	Juana Roig Herrero
	Rafael Gómez Gómez
	Fernando Roig Alfonso

Comisión de **Auditoría**

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

Presidente	Rafael Gómez Gómez
Secretaria	Carolina Roig Herrero
Vogal	Juana Roig Herrero



O MODELO

MERCADONA, EMPRESA DE CAPITAL FAMILIAR, É UNHA DAS PRINCIPAIS COMPAÑÍAS DE SUPERMERCADOS E VENDA EN LIÑA EN ESPAÑA

Dende a súa fundación, o seu obxectivo é asumir a responsabilidade de prescribirlle ao “Xefe” (como internamente denomina o cliente) a mellor opción para satisfacer as súas necesidades de alimentación, limpeza do fogar e hixiene persoal, así como as relacionadas co coidado das súas mascotas. Grazas a iso, máis de 5,3 millóns de fogares depositan diariamente a súa confianza na compañía a través dos 1.636 supermercados que ten repartidos por toda a xeografía nacional e dende este ano tamén a través da súa nova canle de venda en liña por medio de almacéns propios denominados “Colmeas”

TRANSFORMAR MERCADONA

Mantemos un proceso de transformación constante e imos continuar cambiando, co **“Xefe”** como **faro**, para seguir buscando ser sempre a súa mellor opción

+ info. páx. 37

MERCADONA EN LIÑA



Fachada da primeira “Colmea” de Mercadona en Liña, en Vara de Quart, València.

En maio de 2018 Mercadona iniciou o “Laboratorio” do seu proxecto de venda en liña dende a súa nova “Colmea”, onde centraliza a preparación e distribución dos pedidos en liña. Este servizo está dispoñible actualmente en 134 códigos postais da provincia de València, e está previsto ir ampliándoo a outras cidades.

134

CÓDIGOS POSTAIS DA PROVINCIA DE VALÈNCIA

+ info. páx. 41

LISTO PARA COMER



Mariló, directora do proxecto “Listo para Comer” xunto ao seu equipo no supermercado da praza Francisco Navarro, en Burjassot, València.

A mediados de 2018, Mercadona puxo en marcha “Listo para Comer”, unha nova sección que ofrece 35 pratos cocinados e listos para consumir. No momento do peche do ano, esta sección está dispoñible en 11 tendas da provincia de València.

35

PRATOS

11

TENDAS

+ info. páx. 73

EVOLUCIÓN MODELO PROVEDOR



Liña de fabricación de embutidos do Proveedor Totaler Embutidos Monter en Sant Jaume de Llierca, Girona.

Mercadona evolucionou dende o Modelo de Interprovedor cara a un novo concepto: o Proveedor Totaler. Hoxe, na compañía hai máis de 1.400 Proveedores Totaler, especializados en produtos e non en categorías, que elaboran produtos das marcas propias para Mercadona, coas máximas garantías de Seguridade Alimentaria e unha gran calidade, coinnovando e desenvolvendo conxuntamente en función do que o cliente necesite.

1.400

PROVEDORES TOTALER

+ info. páxs. 36 e 38

TENDA EFICIENTE E FRESCOS GLOBAL



Fachada do supermercado de Ali-Gobeo en Vitoria-Gasteiz, Áraaba/Álava.

Mercadona conta actualmente con 400 supermercados adaptados ao seu novo Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8), proxecto que iniciou en 2016. Trátase dun novo concepto de supermercado que reforza a excelencia no servizo, optimiza o acto de compra e reduce ata nun 40% o consumo enerxético. A compañía tamén dispón de 660 tendas co modelo Frescos Global.

400

TENDAS 8

660

TENDAS CON FRESCOS GLOBAL

Este proceso de **cambio disruptivo** no que estamos inmersos implica un importante **esfuerzo investidor: 1.504 millóns de euros**

+ info. páx. 24

MERCADONA PORTUGAL



Exterior do supermercado en construción de Canidelo, Vila Nova de Gaia, Porto.

Mercadona ten previsto abrir 10 tendas en 2019 nos distritos de Porto, Braga e Aveiro, e investiu un total de 160 millóns de euros nesta primeira fase do proxecto, destinados principalmente á construción dos supermercados, dun bloque loxístico situado na Póvoa de Varzim, Porto, e á consolidación dun cadro de persoal que alcanzará os 1.000 traballadores portugueses en 2019.

10

TENDAS EN 2019

1

BLOQUE LOXÍSTICO

+ info. páx. 65

+ EFICACES + PRODUTIVOS



Liña de xeles Deliplus do supermercado de San Clemente, Cuenca.

A compañía puxo en marcha varias medidas de organización do proceso loxístico e na tenda para optimizar espazos e procesos que se suman ás novas formas de realizar os pedidos. Unha delas, o Pedido R, aplicado en 18 supermercados, ten por obxectivo manterlle o servizo ao “Xefe” optimizando o stock da tenda.

18

SUPERMERCADOS CO PEDIDO R

+ info. páx. 21

TRANSFORMACIÓN DIXITAL



Maribel e Ángel, traballadores do supermercado da rúa José Iturbi en Torrent, València.

A compañía continúa inmersa no seu proceso de transformación dixital en colaboración con Provedores Especialistas das distintas solucións informáticas. O obxectivo é axilizar ao máximo a toma de decisións, incrementando a eficiencia dos procesos a través de datos únicos e veraces.

31

MILLÓNS DE EUROS DE INVESTIMENTO
en novas pantallas táctiles para as tendas

+ info. páx. 106

SOCIALMENTE RESPONSABLE



Camión propulsado a gas no bloque loxístico de Riba-roja de Túria, València.

A través dos seus feitos en Responsabilidade Social, Mercadona atende o compoñente social e ambiental con distintas liñas de actuación sostibles. Algunhas destas céntranse en desenvolver, por exemplo, o compromiso da compañía co Benestar Animal, a eliminación das bolsas de plástico dun só uso en 2019, a colaboración cos comedores sociais e cos bancos de alimentos, ou nas diferentes iniciativas loxísticas para contribuir a ter ámbitos máis sostibles.

54

CAMIÓNS PROPULSADOS A GAS



Fachada do supermercado da rúa Carlos V na Cidade Autónoma de Melilla.



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 dos animais...

... asegurando sempre Seguridade Alimentaria, Máxima Calidade, Máximo Servizo, Mínimo Presuposto e Mínimo Tempo”

A VISIÓN

“Conseguir unha Cadea Agroalimentaria Sostible, que a xente queira que exista e sinta orgullo dela, liderada por Mercadona e tendo ‘O Xefe’ como faro”

A nosa responsabilidade como empresa é conseguir a satisfacción dos cinco compoñentes que conforman a compañía, porque o éxito sostido chega cando te aplicas en satisfacer, sempre, coa mesma intensidade todos os compoñentes. Para alcanzar este obxectivo, Mercadona conta cun Modelo propio, que parte do paradigma da sinxeleza e actúa como elemento vertebrador dos principios e valores da compañía

Os fundamentos do Modelo

O Modelo de Mercadona é o marco de referencia na toma de decisións para cantos forman parte do seu proxecto. Axuda a que todas as persoas, motivadas polo seu propio impulso en obter a satisfacción do “Xefe”, vaian na mesma dirección e permite decidir con axilidade como e cando se debe actuar ante unha circunstancia determinada.

Desenvolvido sobre verdades universais e paradigmas, a súa posta en práctica diaria propicia a incorporación de melloras que achegan valor, eliminando todo aquilo que non encaixe no Modelo, para que, dunha forma aberta e colaboradora, contribúan a satisfacer, por esta orde e coa

mesma importancia, os cinco compoñentes de Mercadona: “O Xefe”, como internamente denomina os seus clientes, O Traballador, O Proveedor, A Sociedade e O Capital.

Para iso, dende 1993, Mercadona conta cun modelo de xestión específico no que basea todas as súas decisións, o Modelo de Calidade Total, que evoluciona para facilitar a toma de decisións tendo sempre como faro a satisfacción do “Xefe”. Por medio del, desenvolve obxectivos e estratexias específicas cunha perspectiva empresarial que se apoia nunha cultura de participación para xerar un crecemento innovador, sostido e compartido, cuxo obxectivo é ter un modelo de empresa diferencial que a sociedade queira que exista.



Nova aplicación Activo2.

Activo2: Unha APP propia para mellorar a aplicación diaria do Modelo

En 2018 Mercadona desenvolveu unha nova aplicación informática denominada Activo2, que contén as principais ferramentas formativas do Modelo e da cultura da compañía. O seu nome xorde das ideas de dous traballadores que Juan Roig, presidente da compañía, fusionou co obxectivo de deixar constancia de que o maior activo da empresa é o Traballador, segundo compoñente do Modelo de Mercadona.


A nova plataforma permítelles ás traballadoras e aos traballadores interactuar e compartir exemplos e experiencias de forma activa e bidireccional, feito que contribúe a mellorar a aplicación do Modelo no día a día. Esta mellora englobase dentro do proxecto de innovación tecnolóxica de Mercadona orientado a simplificar os procesos para axilizar ao máximo a toma de decisións.

DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE NOS 5 COMPOÑENTES

COMPOÑENTES	POLÍTICAS E ESTRATEXIAS	DESEMPEÑO 2018
1. "O XEFE" O noso obxectivo principal é satisfacer totalmente os clientes	• Modelo de Seguridade Alimentaria	✓
	• Oferta Eficaz: máxima calidade, mínimo prezo	∞
	• Estratexia Frescos Global	∞
	• Novo Modelo de Tenda Eficiente	∞
	• "Listo para Comer"	∞
	• Servizo de Atención ao Cliente	✓
	• Protección de datos dos consumidores	✓
	• Innovación transversal	✓
	• Mercadona en Liña	∞
2. O TRABALLADOR Quen satisfai "O Xefe" ten que estar satisfeito ao 100%	• Postos de traballo fixos e con soldos por enriba da media do sector	✓
	• Principio de equidade: mesma responsabilidade, mesmo soldo	✓
	• Prima por obxectivos	✓
	• Formación e promoción interna	✓
	• Prevención de riscos laborais	✓
	• Conciliación da vida persoal e laboral	✓
	• Plan de Igualdade	∞
	• Clima social	✓
	• Protección de datos dos traballadores	✓
	• Servizo médico a disposición do traballador	✓
3. O PROVEDOR Os Provedores Totaler vertebran a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona	• Código de Boas Prácticas Comerciais	✓
	• Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona	∞
	• Xeración de tecido industrial	∞
	• Políticas de Pesca Sostible	∞
	• Política de Benestar Animal	∞
	• Protección de datos dos provedores	✓
4. A SOCIEDADE Contribuír ao desenvolvemento económico sostible e ao progreso social do país é unha obriga para a compañía	• Modelo de relación coas comunidades locais	✓
	• Diálogo e transparencia	✓
	• Impulsar o emprendemento	✓
	• Políticas de prevención de delitos e anticorrupción	✓
	• Programa de loita contra a exclusión: doazón de alimentos	✓
	• Modelo de Loxística Sostible	∞
	• Sistema de xestión medioambiental	∞
	• Protección de datos dos veciños	✓
• Xestión proactiva para detectar e eliminar posibles focos de risco de molestias aos veciños	✓	
• Xestión para solucionar suxestións dos veciños	✓	
5. O CAPITAL O obxectivo é obter beneficio como consecuencia de facer ben as cousas	• Crecemento e rendibilidade	✓
	• Políticas de xestión de risco financeiro	✓
	• Reinvestimento e visión a longo prazo	✓
	• Xeración de riqueza e valor compartido	✓


✓ Estratexia consolidada ∞ Estratexia en desenvolvemento

MERCADONA TRABALLA NA XESTIÓN, NO CONTROL E NA PREVENCIÓN DOS **POSIBLES RISCOS** INHERENTES Á SÚA ACTIVIDADE



“O XEFE”

- Seguridade Alimentaria
- Cambios de hábitos de consumo
- Protección de datos
- Transformación dixital



O TRABALLADOR

- Políticas de igualdade e diversidade
- Prevención de riscos laborais
- Conciliación
- Protección de datos



O PROVEDOR

- Boas prácticas comerciais
- Protección de datos



A SOCIEDADE

- Cidades e transporte sostibles
- Uso responsable dos recursos
- Relación con comunidades locais
- Medio ambiente e cambio climático
- Protección de datos
- Prevención de delitos e anticorrupción



O CAPITAL

- Incremento prezo materias primas
- Lixidez

Mercadona Sostible

Mercadona sempre asumiu o compromiso de impulsar as mellores prácticas en materia de sostibilidade e desenvolve a súa actividade de maneira responsable. Faino por medio dun comportamento ético que fomenta o diálogo coa sociedade e que promove os distintos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible impulsados pola Organización das Nacións Unidas, organización que desenvolve o Pacto Mundial, iniciativa da que, ademais, Mercadona é socia dende 2015.

Con este propósito, o Comité de Dirección da compañía é o encargado de determinar as políticas para identificar, previr e xestionar os riscos inherentes á actividade de Mercadona. Promove e apoia un firme compromiso coa prevención e xestión dos riscos que poden afectarlle á compañía, o que se traduce nas numerosas estratexias aplicadas para garantir a satisfacción dos cinco compoñentes.

Ademais diso, un dos valores clave para Mercadona é o da transparencia, que aplica de maneira constante con todos os compoñentes da compañía. Desta maneira, comparte obxectiva e periodicamente a súa evolución e os seus resultados cos seus provedores, co cadro de persoal e coa sociedade a través de canles moi diversas como a memoria anual e a memoria de medio ambiente, o portal de transparencia, a participación en numerosos foros e os diferentes informes e as iniciativas de sostibilidade nas que colabora coas asociacións das que é membro.

Estas accións descríbense con detalle nos correspondentes apartados desta Memoria. A continuación, destácanse algunhas das máis significativas.



Modelo de Innovación Transversal

Mercadona sempre considerou a innovación como un factor clave para o desenvolvemento presente e futuro da compañía. Por tal motivo, dispón dun Modelo de Innovación propio que é transversal, o que constitúe unha das súas principais pancas de crecemento e diferenciación.

O Modelo de Innovación de Mercadona é, ademais, un modelo aberto no que participan cantos forman parte

do cadro de persoal, os provedores e, moi especialmente, “O Xefe”. Grazas a este intercambio de ideas, experiencias e coñecemento, a compañía aborda os seus procesos creativos dende unha perspectiva conxunta e diferencial que permite non só desenvolver novos produtos e servizos con axilidade e sinxeleza, senón adiantarse ás necesidades do “Xefe” con solucións que lle ofrecen unha experiencia de compra total.

4 EIXES DA INNOVACIÓN

INNOVACIÓN DE CONCEPTO



Sección de perfumería do supermercado do Parque Comercial Montevida en Murcia.

- Todas as innovacións se impulsan exclusivamente se lle engaden valor ao “Xefe” e ao resto de Compañentes.
- O Novo Modelo de Tenda Eficiente optimiza o acto de compra dos clientes e xera aforros enerxéticos de ata o 40% respecto a unha tenda convencional. O Observatorio de Innovación en Gran Consumo 2018, impulsado polo Instituto Cerdà, cualifícao como unha das prácticas innovadoras destacadas na cadea de Gran Consumo en España.



INNOVACIÓN DE PRODUCTO



Paco e Ángel, traballador e “Xefe” no Centro de Coinnovación de Pratos Preparados en Bétera, València.

- 300 novos produtos cunha taxa de éxito do 82%.
- 2 produtos definidos polo Observatorio de Innovación en Gran Consumo 2018 do Instituto Cerdà como prácticas innovadoras destacables na cadea de Gran Consumo en España.
- 19 centros de coinnovación en España e Portugal nos que se realizaron 9.000 sesións cos “Xefes” para innovar conxuntamente.
- 2 naves de oferta: unha en España e outra en Portugal.
- 1 tenda piloto no Centro de Coinnovación de El Jarro, “Jarrods”, situado en Paterna (València).



De feito, Mercadona, dende a súa fundación, aposta pola innovación como motor de cambio. Unha innovación baseada no coñecemento e na experiencia, que unicamente se impulsa se lle achega valor ao “Xefe”. Unha innovación que é, en definitiva, un dos principais valores que ten a compañía para, como é o seu obxectivo, reinventarse constantemente, transformarse e seguir construíndo o Mercadona do futuro.

Fomentar a innovación para crecer e diferenciarnos. Se non hai fracaso é porque non se innova o suficiente

INNOVACIÓN DE PROCESOS



Sistema *Picking* Ponte Grúa (PPG) no bloque loxístico de Guadix, Granada.

- Melloras en procesos de fabricación e en sistemas loxísticos para evitar sobreesforzos, custos innecesarios e reforzar a produtividade.
- Nova ferramenta, denominada Pedido R, para xestionar o stock de maneira máis eficiente e incrementar a eficiencia e a produtividade da cadea loxística.
- Desenvolvemento da teoría do contraste, definindo de forma científica o rol de cada persoa nos procesos e métodos da compañía, medindo moi ben o esforzo e o resultado.



INNOVACIÓN TECNOLÓXICA



Nova aplicación informática para a compra en liña.

- Axilizar ao máximo a toma de decisións e simplificar os procesos.
- Continuar avanzando na automatización dos bloques loxísticos para eliminar os sobreesforzos.
- Novo departamento Mercadona en Liña, que permitiu impulsar o crecemento a través desta canle.
- Acordo coa compañía tecnolóxica SAP para implantar a tecnoloxía S4 HANA e dispoñer dun dato veraz, único e en tempo real que permita incrementar a eficiencia e a axilidade dos procesos e mellorar a xestión.





IRMÃDONA: MERCADONA EN PORTUGAL

SEGUIMOS TRABALLANDO NO
**DESENVOLVEMENTO DA NOSA
INTERNACIONALIZACIÓN**, QUE
DECIDIMOS POÑER EN MARCHA
EN **XUÑO DE 2016** COA **CREACIÓN
DO PROXECTO EN PORTUGAL**

Con este obxectivo creouse a sociedade Irmãdona Supermercados SA, que significa “irmá de Mercadona” e que ten a súa sede en Porto

PRINCIPAIS DATOS IRMÃDONA

Cadro de persoal de

300

PERSOAS

en 2018

60

MILLÓNS DE EUROS

de investimento

en 2018

88

MILLÓNS DE EUROS

de compras a Provedores

portugueses en 2018

**CENTRO DE COINNOVACIÓN
EN MATOSINHOS**

para o desenvolvemento da
oferta adaptada aos “Xefes”
portugueses

**BLOQUE LOXÍSTICO NA
PÓVOA DE VARZIM**

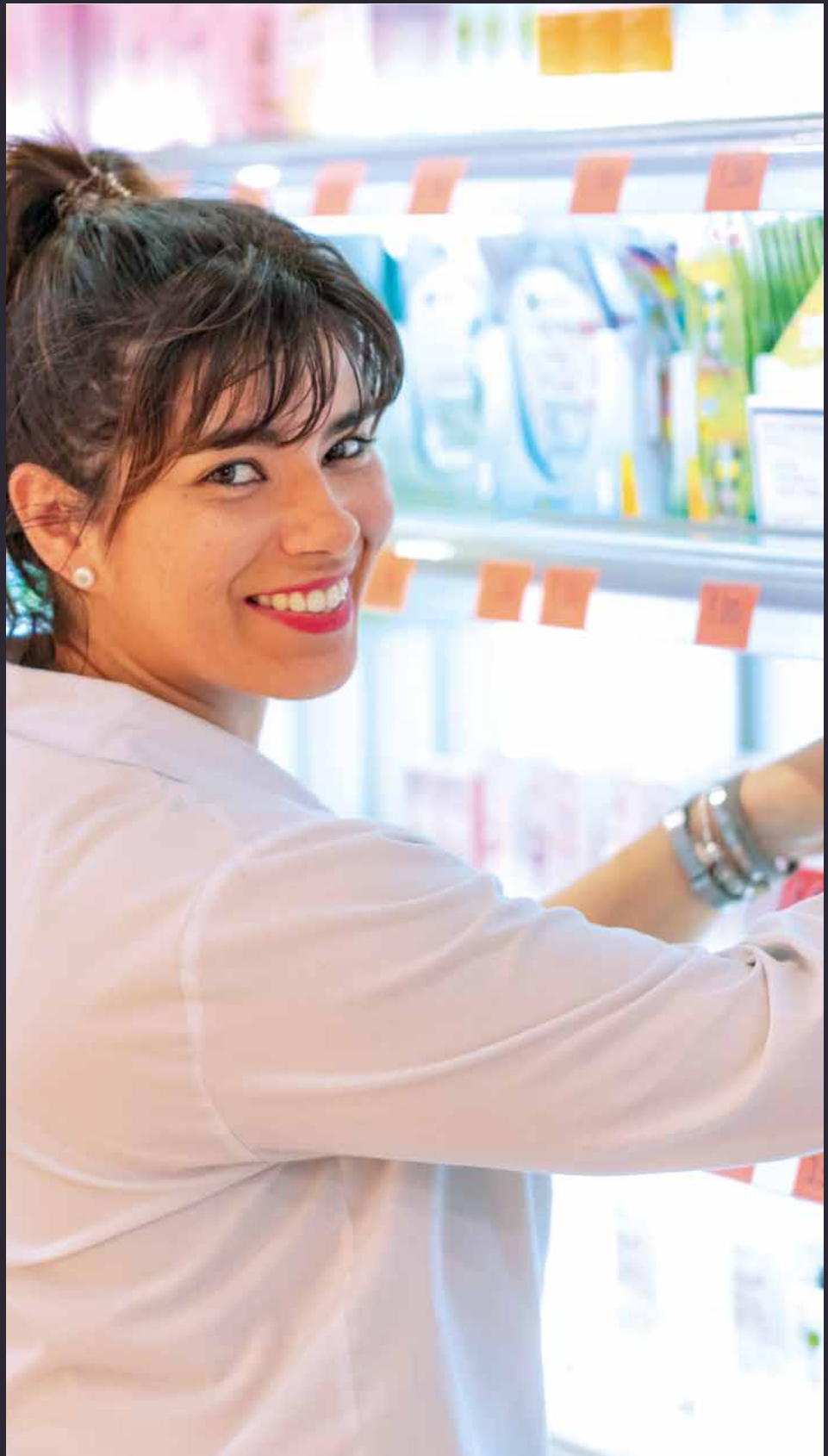
Parcela de

50.000 m²

10

APERTURAS

previstas en 2019



Irmãdona

10 supermercados en 2019 como punto de partida para seguir crescendo

Ao longo destes doce meses, a compañía destinou importantes recursos para avanzar no seu obxectivo de ser unha empresa portuguesa de orixe española e valenciana. E isto só será posible a través do esforzo previo de coñecer en profundidade o mercado portugués, os costumes, os gustos e as necesidades da sociedade portuguesa, para integrarse mellor nela e poder achegar valor.

Grazas a este traballo de coñecemento, Mercadona confirmou *in situ* que Portugal é un mercado moi competitivo que representa unha clara oportunidade de crecemento e mellora para a compañía. Este feito propiciou a decisión da compañía de reforzar a súa expansión en Portugal, onde abrirá 10 tendas no segundo semestre de 2019, en lugar das 4 inicialmente previstas.

Aprender e innovar co “Xefe” portugués

Precisamente para poder adaptarse á sociedade lusa e aprender cos consumidores portugueses, a compañía

inaugurou en xuño de 2017 o Centro de Coinnovación de Matosinhos (Porto). Con 1.000 m² distribuídos en dúas plantas, neste centro traballan 50 Especialistas de Solucións Locais, que estudan as necesidades e preferencias dos clientes co fin de adaptar a oferta aos hábitos e gustos do consumidor portugués.

O Centro de Coinnovación de Matosinhos é o primeiro de Portugal dos 19 destas características que a compañía ten. Conta cunha sala de degustación de produtos e cociñas para as sesións participativas cos “Xefes”. Nas instalacións deste macrolaboratorio de ideas realizáronse un total de 2.000 sesións ao longo de 2018, como, por exemplo, as probas de viño verde, nas que, coa colaboración dos “Xefes” portugueses, desenvolveuse a marca propia para Mercadona “Castelo de Moinhos”. Está dispoñible dende outubro de 2018 en 24 tendas limítrofes á fronteira portuguesa situadas nas provincias de Pontevedra, Ourense, Zamora, Salamanca, Badajoz e Huelva.



Definindo a selección de viños para Portugal no Centro de Coinnovación de Matosinhos, Porto.



Liña de produción do viño verde Alvarinho do Provedor Totaler portugués Adegas de Monção, en Monção, Viana do Castelo.



Etiqueta do viño verde Alvarinho da marca propia de Mercadona “Castelo de Moinhos”, de orixe portuguesa.

Formación do cadro de persoal

As traballadoras e os traballadores de Mercadona son un dos piares da empresa, que dende a súa fundación aposta polo talento de cantos forman parte do seu cadro de persoal. No caso de Portugal, a compañía conta xa cun equipo humano de 300 profesionais, tras contratar 180 persoas ao longo de 2018, e ten previsto seguir realizando novas incorporacións, ata alcanzar un cadro de persoal de 1.000 persoas, en 2019, para poder garantir o seu desenvolvemento e a súa expansión no mercado luso a curto prazo.

Mercadona aposta pola formación e polo desenvolvemento do talento e das habilidades das persoas que conforman o seu cadro de persoal. Por iso, todas as traballadoras e todos os traballadores que a compañía contratou en Portugal recibiron formación. Cunha duración de 18 meses e un investimento medio de 50.000 euros por persoa, reciben información detallada sobre o Modelo de Calidade Total de Mercadona e a súa aplicación, ao tempo que reforzan as súas habilidades e o seu liderado, así como as competencias específicas na xestión dos distintos postos de traballo.

Neste sentido, os primeiros 180 traballadores de tenda trasladáronse a España en 2018 para realizar a súa formación específica, o que lles permitiu mellorar as súas habilidades en cada posto concreto e coñecer Mercadona, o seu Modelo de Xestión e a súa historia, con maior exactitude e profundidade.

300
TRABALLADORAS E
TRABALLADORES

50.000 euros
de investimento
por persoa en
formación

Compras a provedores portugueses

Mercadona colabora con provedores portugueses dende hai anos, aos que en 2018 lles realizou compras por valor de 88 millóns de euros, e completou un total de 203 millóns de euros dende que anunciou o seu proxecto de internacionalización en Portugal, en 2016.

Proba diso son, por exemplo, o Proveedor Totaler Pastelería e Confeitaria Rolo, o de peixe de lonxa Foz da Nazaré ou o de queixo Lacto Serra, empresas portuguesas que contribúen a que a compañía poida ofrecer unha Oferta Eficaz, e especializada, con totais garantías en materia de Seguridade Alimentaria, coa máxima calidade e ao mínimo prezo posible.

Foz da Nazaré é un provedor de peixe de lonxa que colabora con Mercadona dende 2016, levando peixe fresco da lonxa ás tendas de España; isto representou, en 2018, 289 toneladas de peixe como bocarte, sardiña, xurelo, faneca, polbo e congro

FOZ DA NAZARÉ
PESCA COSTEIRA





Pastelaria e Confeitaria Rolo, empresa portuguesa que colabora con Mercadona dende 2017 e, dende entón, introduciuse en 660 supermercados da cadea o típico pastel portugués “pão de Deus”, coñecido en España por biscoito de coco. En 2018, Mercadona comprou 1.130.000 unidades deste produto



Lacto Serra
O QUEIJO A SEU GOSTO.

Lacto Serra colabora con Mercadona no desenvolvemento da súa marca propia para ofrecer o queixo manteigoso portugués, o que permite que Mercadona teña na súa oferta un queixo diferencial adaptado aos gustos dos “Xefes” portugueses

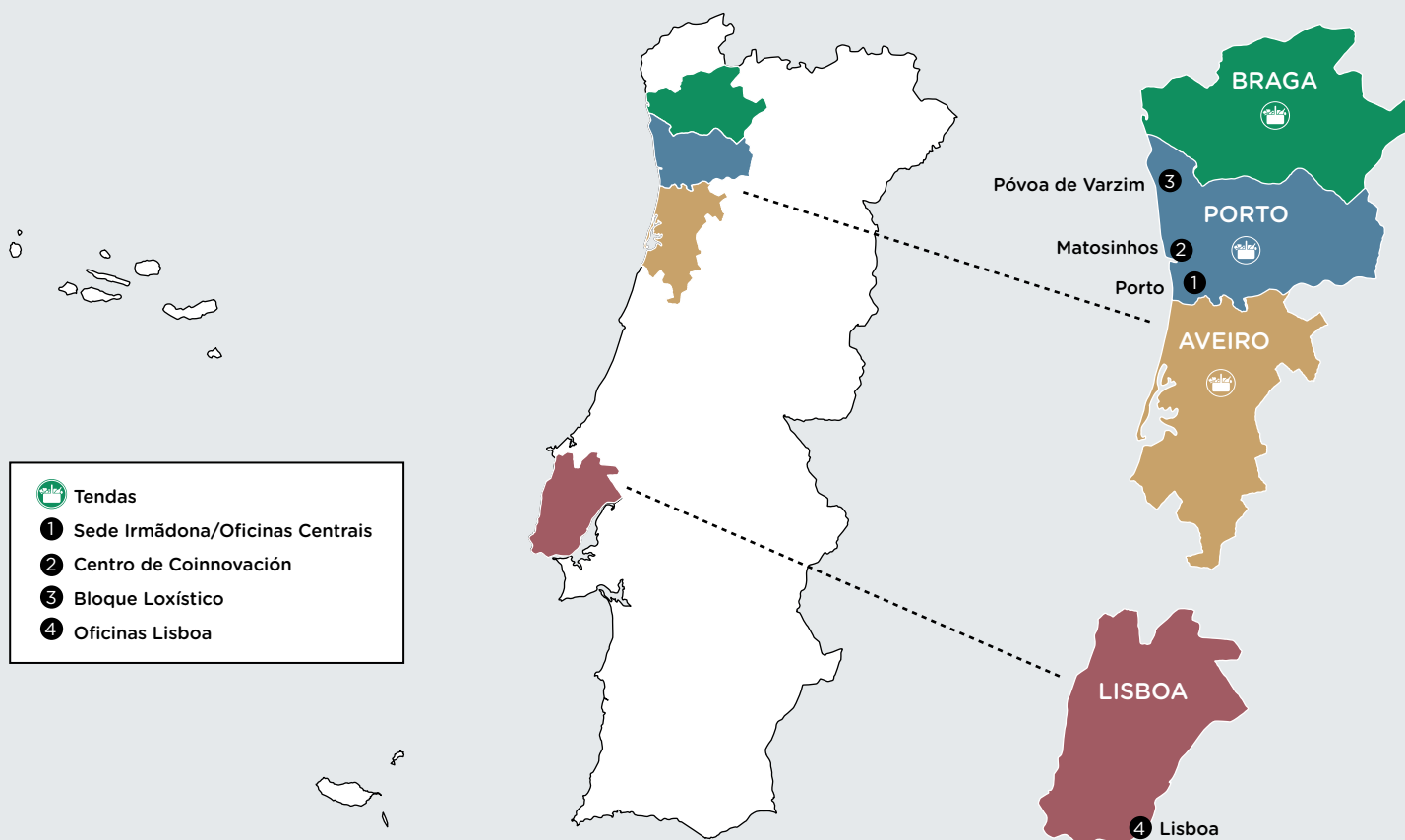
Investimento de Mercadona en Portugal

Para abordar o inicio do proxecto en Portugal, Mercadona realizou un investimento de 160 millóns de euros. Gran parte deles estanse destinando á construción dos supermercados que a compañía ten previsto abrir en 2019.

A compañía anunciou tamén a construción dun bloque loxístico situado na Póvoa de Varzim, nunha parcela de 50.000 m². A súa localización estratéxica permitirá abastecer os supermercados da cadea na zona norte de

Portugal e comunicarse facilmente co bloque loxístico xa existente no norte de España, en Villadangos del Páramo, provincia de León.

Ademais, a compañía conta, dende xuño de 2017, co Centro de Coinnovación de Matosinhos (Porto) para o desenvolvemento e a adaptación da oferta ao “Xefe” portugués, no que se investiron máis dun millón de euros.



Futuras Tendas en Portugal/Responsabilidade Social Empresarial

En febreiro de 2018, Mercadona entregou o Campo de Fútbol Manoel Marques Gomes, en Vila Nova de Gaia (Porto), en cuxas antigas instalacións se situará unha das primeiras tendas da compañía en Portugal.

O acordo de colaboración alcanzado entre Mercadona, o Concello de Gaia, a Junta de Freguesía de Canidelo e o Sport Clube de Canidelo deu lugar a unhas instalacións totalmente novas, proporcionando mellores medios para o desenvolvemento da educación deportiva de nenos e mozos da devandita freguesía.

Matosinhos contará tamén cun supermercado Mercadona, que se situará na antiga Fábrica de Conservas Vasco da Gama co compromiso de que o edificio histórico manteña o seu aspecto orixinal, preservando así a historia centenaria do inmovible e o seu marco arquitectónico inigualable. Recuperouse a fachada orixinal da entrada principal e a cheminea do interior. Desta maneira, este edificio abandonado renace da man de Mercadona e revitaliza unha das zonas industriais de Matosinhos.



Campo de Fútbol Manoel Marques Gomes e supermercado en Canidelo, Vila Nova de Gaia, Porto.



Antes e despois da fachada da antiga conserveira, que se mantivo no supermercado de Matosinhos, Porto.

ALGUNHAS ENTIDADES PORTUGUESAS COAS QUE MERCADONA COLABORA



APED

Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución (APED), patronal que promove e estuda os intereses do sector da distribución.



CÂMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA LUSO ESPAÑOLA

Institución que fomenta as relacións comerciais entre empresas portuguesas e españolas. Dende marzo de 2017, Mercadona é membro do Consello Consultivo da Cámara de Comercio e Industria Luso Española (CCILE).



GS1 Portugal

Organización multisectorial que fomenta o desenvolvemento de estándares e boas prácticas operativas e facilitadora das cadeas de valor.



O pasado 9 de novembro de 2018, o Presidente da República Portuguesa, Marcelo Rebelo de Sousa, recibiu no Palacio Nacional de Belém, en Lisboa, a Juan Roig, presidente de Mercadona. O encontro serviu para poder explicar de primeira man os obxectivos que a compañía deseñou para o seu proxecto en Portugal, un país estratéxico para Mercadona e que vai contribuir a impulsar o seu crecemento e a súa consolidación; e para detallar en profundidade o plan de investimento, creación de emprego e xeración de valor que representa Irmadona en Portugal.



CIP

Confederação Empresarial de Portugal (CIP), patronal de empresas para a promoción da competitividade e o crecemento económico, cuxo obxectivo é reforzar o papel e a influencia do asociacionismo empresarial.



AEP

Associação Empresarial de Portugal (AEP), apoia a defensa da actividade empresarial e ten como misión “defender os intereses das empresas e ofrecer servizos que potencien a súa competitividade”.

Canles de comunicación co “Xefe” portugués

En 2018, a compañía puxo en marcha canles en distintas redes sociais en Portugal para dar a coñecer o Modelo de Mercadona, a evolución e o desenvolvemento que ten previsto no país luso e, en especial, para manter o diálogo cos seus “Xefes”. En febreiro creouse a canle de YouTube Mercadona Portugal, onde se comparten vídeos sobre Mercadona e o seu Modelo, e, a finais de xuño, lanzouse a páxina de Facebook Mercadona Portugal, que a compañía utiliza para informar aos seus futuros “Xefes” portugueses das súas novidades.

Para iso, Mercadona dispón dun Servizo de Atención ao Cliente, no que traballan 8 persoas, que canalizan todas as consultas dos “Xefes” e informan a todos os departamentos implicados. Ademais de contestarlles aos “Xefes” polas redes sociais, o Servizo de Atención ao Cliente dispón dunha liña de teléfono grauíta e dun enderezo de correo electrónico.



30.000

SEGUIDORES EN FACEBOOK



750

SEGUIDORES EN YOUTUBE

Canles de Atención ao Cliente en Portugal:

www.mercadona.pt

www.facebook.com/mercadonaportugal

www.youtube.com/mercadonaportugal

**Teléfono
gratuito de
Atención ao
Cliente en
Portugal:**



Sede social de Irmãdona Supermercados SA, en Porto.



1. “O XEFE”

EN **MERCADONA**, CONTINUAMOS INNOVANDO E TRANSFORMANDO A COMPAÑÍA CO **OBXECTIVO DE** **SATISFACER “O XEFE”**

Para iso, ao longo do ano puxemos en marcha novas iniciativas, como o lanzamento de Mercadona en Liña e da sección “Listo para Comer”, e seguimos impulsando outras, como o Novo Modelo de Tenda Eficiente, Frescos Global, Oferta Eficaz e a Coinnovación conxunta que, no seu conxunto, ofrecen aos nosos clientes unha experiencia de compra total

PRINCIPAIS DATOS “O XEFE”

REDE DE SUPERMERCADOS

1.636 SUPERMERCADOS

Investimento de

607

MILLÓNS DE EUROS

en aperturas e reformas

125

MILLÓNS DE EUROS

en equipamento de
tendas, terreos e locais

TENDA 8 E FRESCOS GLOBAL

400

SUPERMERCADOS

adaptados ao Novo Modelo
de Tenda Eficiente (Tenda 8)

660

SUPERMERCADOS

adaptados a Frescos Global

MERCADONA EN LIÑA

Cadro de persoal de

220 TRABALLADORES

Investimento de

12 MILLÓNS DE EUROS

na construción da súa
primeira “Colmea”, nova
web e aplicacións móbiles

134 CÓDIGOS POSTAIS

da provincia de València

LISTO PARA COMER

11 SUPERMERCADOS

coa nova sección

5 MILLÓNS DE EUROS

de investimento en 2018



Jaques, “Xefe” do supermercado do Parque Comercial Avenida Reina Sofía en Mérida.

1.1 Tendas e Mercadona en Liña

En 2018 a compañía continuou transformando as súas canles de venda para reforzar a calidade do seu servizo e ofrecerlles aos seus “Xefes” unha mellor experiencia de compra.

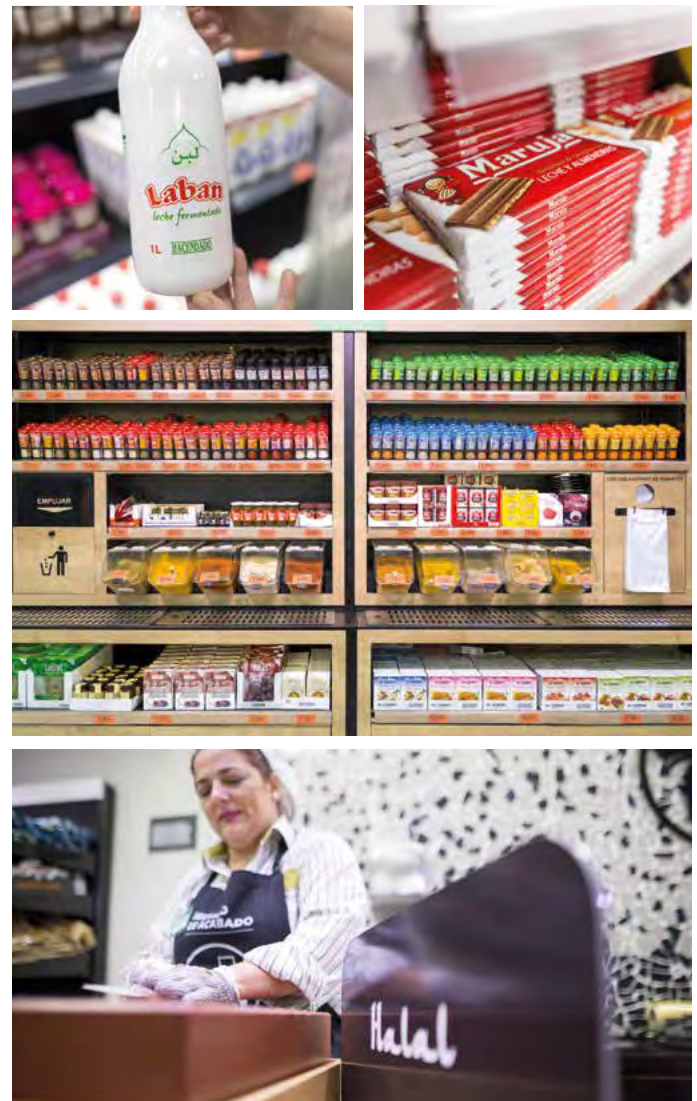
Tras realizar 29 aperturas e pechar 20 que non se adaptaban aos estándares actuais da compañía, terminou o ano cun total de 1.636 tendas. Neste sentido, o investimento realizado en aperturas e reformas ascende a 607 millóns de euros, aos que se engaden os 125 millóns de euros en equipamento de tendas, terreos e locais. Dentro deste proceso natural de expansión destacan as aperturas realizadas na Cidade Autónoma de Ceuta, a illa de La Palma e a Cidade Autónoma de Melilla, lugares nos que a compañía non tiña presenza ata o momento e que xa contribúen a consolidar o Proxecto Mercadona.

No caso de Ceuta, Mercadona abriu dúas novas tendas a finais de 2018. O primeiro supermercado, situado en La Almadraba, inaugurouse o pasado mes de setembro, mentres que en decembro de 2018 abriu a tenda situada na avenida de España da devandita Cidade Autónoma. Ambas as dúas aperturas permitiron ampliar o cadro de persoal da compañía, ao incorporar 177 traballadoras e traballadores con emprego estable e de calidade. Así mesmo, o investimento total realizado nestes dous novos supermercados foi de 17,9 millóns de euros.

En La Palma, Mercadona investiu un total de 7,8 millóns de euros para abrir o seu primeiro supermercado nesta illa o pasado novembro, concretamente no municipio de Breña Alta. Este esforzo supuxo a inclusión de 64 persoas máis no cadro de persoal da compañía.

Pola súa parte, a nova tenda de Melilla inaugurouse o pasado mes de decembro tras destinar 11,7 millóns de euros á súa construción, que contou co reto adicional de rehabilitar o histórico edificio da Casa Montes, edi-

ficado en 1926 baixo o deseño do arquitecto Enrique Nieto y Nieto, e considerado Ben de Interese Cultural dende 1986. Situado na rúa Carlos V, este supermercado, o primeiro dos dous que Mercadona ten previsto abrir na Cidade Autónoma de Melilla, supuxo a creación, igualmente, de 105 postos de traballo estables e de calidade.



Oferta adaptada ás necesidades dos “Xefes” dos supermercados da Cidade Autónoma de Ceuta e da Cidade Autónoma de Melilla.



Exterior do supermercado da rúa Veneçuela en Barcelona.

400 centros adaptados ao Novo Modelo de Tenda Eficiente (Tenda 8)

En 2018 Mercadona seguiu impulsando a adaptación dos seus supermercados ao Novo Modelo de Tenda Eficiente que decidiu poñer en marcha en decembro de 2016. Ao longo do ano realizou un investimento de 460 millóns de euros para reformar 215 supermercados, e finalizar o ano cun total de 400 centros adaptados a este novo modelo, que se enmarca na aposta que a compañía fai pola innovación de concepto. Grazas a este proceso de transformación das súas tendas, proporcionáselles mellor servizo aos “Xefes” con novas seccións e un deseño máis espazoso e cálido; unha maior conectividade por medio de dispositivos de última xeración que axilizan os procesos; máis ergonomía no postos de traballo; e un incremento do aforro enerxético, coa incorporación de medidas que reducen o consumo ata un 40%.



O Observatorio de Innovación de Gran Consumo en España 2018, elaborado polo Instituto Cerdà, recoñeceu como unha das principais innovacións no sector do gran consumo o Novo Modelo de Tenda Eficiente de Mercadona por constituír “unha aposta por ofrecer unha mellor experiencia de cliente, mellorar a calidade do posto de traballo do persoal de tenda e lograr unha maior ecoeficiencia nas tendas, contribuíndo á evolución do formato supermercado en España”.

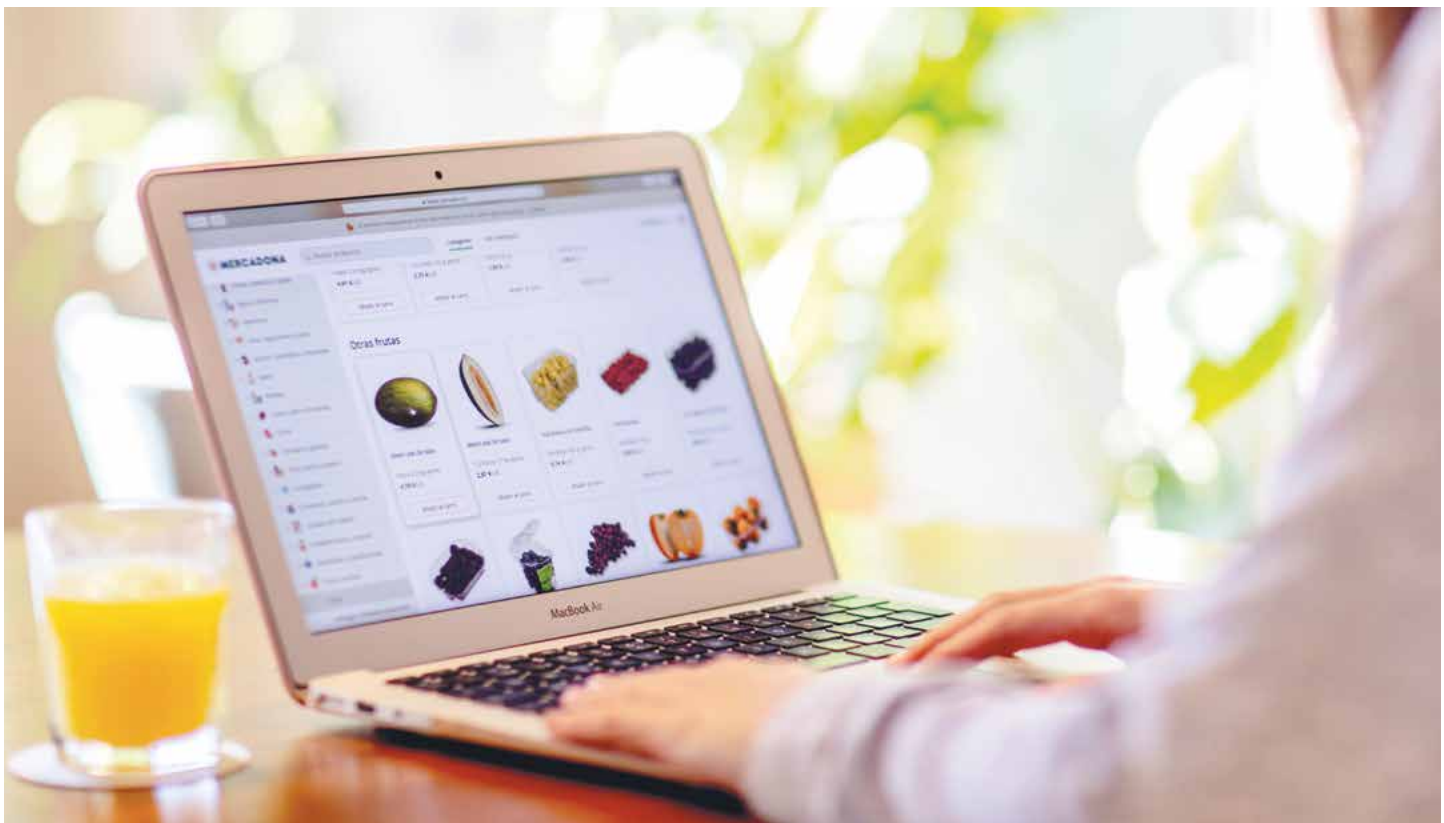
Mercadona en Liña

Tras investir 12 millóns de euros na construción do seu primeiro almacén exclusivamente para a venda en liña no polígono de Vara de Quart de València, o pasado mes de maio Mercadona iniciou a súa proba piloto dende este centro loxístico denominado “Colmea”. O servizo prestouse inicialmente na cidade de València e incorporouse paulatinamente a outros barrios da cidade, varios municipios e localidades, ata contar cun total de 62.000 novos usuarios dados de alta dende o seu lanzamento.

Esta primeira versión de Mercadona en Liña, máis intuitiva e fácil de navegar, presenta unha funcionalidade e un deseño que son o resultado da coinnovación de Mercadona cos seus clientes. Para este novo modelo, que convive co servizo clásico no resto das zonas e

que mantén a mesma tarifa (7,21 euros por pedido), a compañía desenvolveu unha nova web de compra e dúas aplicacións móbiles (iOS e Android).

O obxectivo da compañía é servir a compra completa dos seus clientes e, polo tanto, conta cun pedido mínimo de 50 euros. O proxecto dispón actualmente dun cadro de persoal de máis de 220 traballadores formado por enxeñeiros informáticos, *product managers*, deseñadores, persoal de almacén, especialistas das seccións de frescos igual que hai nas tendas físicas, repartidores e persoal de atención ao cliente. Ademais, e dada a favorable evolución da “Colmea” de Vara de Quart, Mercadona ten previsto incorporar dúas novas colmeas en 2019 no polígono industrial da Zona Franca (Barcelona) e en Getafe (Madrid).



Novo servizo de compra Mercadona en Liña.

Frescos Global

En 2018, Mercadona seguiu reforzando a súa estratexia de Frescos Global que está permitindo, a través da especialización, ofrecerlles novas alternativas ás necesidades dos "Xefes" e incrementar a calidade e a calidez da oferta de frescos.

Durante estos doce meses, a compañía investiu 230 millóns de euros para incorporar nos seus supermercados Frescos Global; conta no momento do peche do ano cun total de 660 tendas adaptadas a este concepto. A iso hai que sumar o esforzo realizado en formación, o que lle permite á compañía dispoñer, dentro do seu cadro de persoal de 47.000 especialistas en frescos, tanto chacineiros como peixeiros, froiteiros, carniceiros ou persoal de forno, cada vez máis cualificados. Grazas a iso, logrou, un ano máis, impulsar a súa competitividade, como demostra o incremento de vendas en volume de produtos frescos logrado nas tendas adaptadas a Frescos Global, que en 2018 foi de 6 puntos respecto ao resto da cadea.

Para lograr este crecemento, a compañía aproveitou os resultados obtidos mediante os seus laboratorios de investigación, cos que mellora o servizo que lles ofrece aos seus clientes nas súas distintas seccións. En 2018, e grazas a este traballo previo, a compañía lanzou numerosas novidades, como por exemplo as *focaccias* de cenoria, *kale*, remolacha ou cabaza; os elaborados de polo para preparar *fajitas*; ou a ensalada *Poke*.

Igualmente importante foi o labor realizado en 2018 pola compañía para dar resposta aos gustos e costumes locais. Exemplo diso son as porcións de carboeiro en Canarias, ou as diferentes variedades de queixos frescos, que se adaptaron especificamente a cada gusto local.



Javier, carnicero do supermercado de Jaca, Huesca.



47.000
ESPECIALISTAS
en frescos



Sergio, Ángel e Lorena, peixeiros do supermercado da Estrada de Riaza, en Segovia.



Sección de froita e verdura do supermercado no Parque Comercial Montevida, en Murcia.

660
SUPERMERCADOS
 con Frescos Global



Viera, "Xefa" do supermercado Marina d'Or, en Oropesa del Mar, Castelló, no mural de *sushi*.



230
MILLÓNS DE EUROS
 de investimento en 2018



Marta, forneira do supermercado de Cellophan en Burgos.



Luis Alberto, cortador de xamón do supermercado de Ronda Outeiro, na Coruña.



6 PUNTOS
DE INCREMENTO DE
VENDA EN FRESCOS
 nos supermercados con Frescos Global respecto ao resto da cadea

1. "O Xefe"



José e Noelia, "Xefe" e traballadora na nova sección "Listo para Comer" do supermercado da rúa Artes Gráficas en València.

1.2 Listo para Comer

En agosto de 2018, Mercadona incluíu dentro dos seus servizos a venda de comida acabada de facer co nome de “Listo para Comer”. Esta nova sección arrancou no supermercado da localidade de Burjassot (València) co obxectivo de funcionar como laboratorio para probar e aprender, e no momento do peche do ano incorporárase a un total de 11 supermercados da cadea, todos eles na provincia de València.


A Oferta de “Listo para Comer” componse de 35 pratos que foron definidos coas sesións de traballo que mantivo a compañía con 800 clientes. Nalgúns casos, como o das ensaladas, as pastas e as pizzas, os “Xefes” poden personalizalos e agregar os ingredientes que desexen.

O equipo inicial compúxose por 16 persoas que ascenderon internamente dentro da compañía. Tras a incorporación da sección a 11 tendas, o cadro de persoal total de traballadoras e traballadores de “Listo para Comer” ascende a 152 persoas, todas elas formadas especificamente nesta nova sección.

Para a posta en marcha deste proxecto, no que colaboraron un total de 80 Provedores Especialistas, o investimento ascendeu a 5 millóns de euros durante este exercicio, cifra que se elevará ata os 120 millóns de euros ao longo de 2019, ano en que a compañía pretende incorporar “Listo para Comer” noutros 250 supermercados.

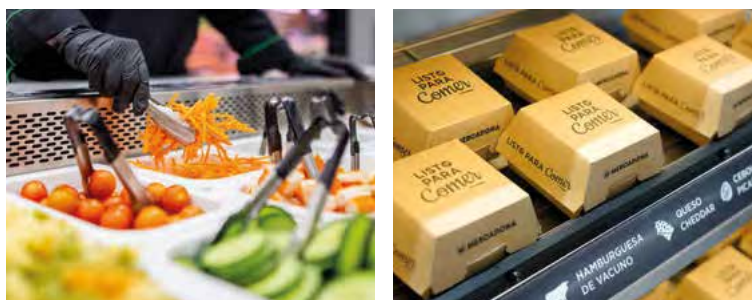


José Jordá, Director Xeral de Tendas e Prescrición Perecedoiros, Membro do Comité de Dirección da compañía dende hai 20 anos.



11 | En 2019 a nova sección incorporárase en 250 supermercados

SUPERMERCADOS CON “LISTO PARA COMER”



Detalle de varios pratos preparados da nova sección “Listo para Comer”.

1.3 Oferta Eficaz

Para abordar con éxito o reto da prescrición e poder ofrecerlles aos "Xefes" a mellor solución, Mercadona traballa constantemente no desenvolvemento da súa oferta, unha oferta que cobre todas as súas necesidades e que garante en cada produto a Seguridade Alimentaria e o servizo cunha gran calidade ao prezo máis baixo posible. Faino por medio da súa Oferta Eficaz, unha oferta "viva" composta por 8.000 referencias que a compañía define e que evoluciona por medio da innovación e en colaboración cos seus clientes e provedores.

Precisamente para mellorar a súa Oferta Eficaz, en 2018 a compañía tomou a decisión de reforzar a súa aposta pola especialización, o que supuxo asumir o esforzo de xestionar a súa oferta produto a produto en lugar de por categorías. Iso implicou unha evolución na súa relación con Interprovedores e Provedores Especialistas, que dende este ano asumen o papel de Provedor Totaler:

Provedor Especialista que fabrica o mellor produto, froito da colaboración conxunta dende "O Xefe" cara a atrás, garantindo calidade e prezo en cada produto.

1.400
PROVEDORES
TOTALER

especialistas capaces de fabricar as necesidades do "Xefe" e desenvolver conxuntamente, e produto a produto, unha Oferta Eficaz coas mellores solucións e ao menor prezo

8.000
PRODUCTOS

para que "O Xefe" compoña o seu Carro Menú: a Compra Total ao mínimo custo mensual





Centro de Coinnovación de Cruce Melenara en Telde, Gran Canaria.

Innovación conxunta para descubrir e dar solución a novas necesidades

Na súa aposta pola especialización, e por medio do novo marco de traballo e colaboración establecido cos Proveedores Totaler, a compañía seguiu innovando a súa Oferta Eficaz, que en 2018 se adaptou con axilidade aos gustos dos seus clientes, coa introdución de novos produtos “locais” máis pegados aos seus costumes e de solucións pensadas especificamente para dar resposta ás súas necesidades.

Para iso, conta co seu Modelo de Coinnovación, un proxecto pioneiro que puxo en marcha en 2011 mediante a Estratexia Mandil, baseada en compartir cos clientes experiencias e costumes de consumo, limpeza do fogar,

aseo persoal e coidado de mascotas que lles permite captar as necesidades para ofrecer solucións acertadas.

Na actualidade, a compañía dispón de 19 centros de coinnovación que, no seu conxunto, supuxeron un investimento de 2,5 millóns de euros. Neles traballan máis de 100 especialistas, que diariamente se encargan de captar e observar, ao pé da tenda, as preferencias e necesidades dos “Xefes” para que a compañía poida ofrecerlles solucións acertadas. En 2018, a compañía seguiu aproveitando estes centros para colaborar directamente cos seus clientes e poder introducir melloras e novas solucións en todas e cada unha das súas seccións. Neste ámbito, mantivo un total de 9.000 sesións con “Xefes”.

1.4 Innovación

COINNOVACIÓN PARA SATISFACER "O XEFE"

O Modelo de Coinnovación de Mercadona, que desenvolve a través da Estratexia Mandil, está baseado en compartir cos clientes experiencias de consumo para coñecer de primeira man as súas necesidades reais e poder satisfacelas. Este modelo volveu dar resultados en 2018. Exemplo diso son o leite alto en proteínas Hacendado, que é o primeiro destas características no mercado; ou as galletas para bebé, tamén Hacendado, aptas dende os catro meses de idade e libres de lactosa, glute, aceite de palma e ovo.

De feito, para a compañía, a innovación é un factor claro de diferenciación, como pon de manifesto o estudo "O valor da innovación conxunta" do Instituto Cerdà, que certifica que a taxa de éxito dos novos produtos impulsados por Mercadona en colaboración cos seus Provedores Totaler é do 82%, fronte ao 24% do sector. A iso súmanse, entre outros galardóns, o recoñecemento por parte do Observatorio de Innovación de Gran Consumo de España 2018 a 2 produtos distribuídos por Mercadona dentro das innovacións de consumo alimentario máis destacadas do ano. Un deles, é a Xelatina de iogur Hacendado 0% graxa e 0% azucres engadidos. Elaborado por Schreiber, combina xelatina, leite e froita, e contribúe ao fomento do consumo de produtos lácteos e de froita. Do mesmo xeito, destácanse as Pastillas multiusos Orache, desinfectantes e compactas, substitutivas da lixivia tradicional e cun formato que facilita tanto o uso do produto, como o seu transporte e a súa almacenaxe.



Algunhas das 300 novidades xurdidas da coinnovación cos "Xefes" e desenvolvidas cos Provedores Totaler durante 2018.



MARCAS PROPIAS

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

deliplus **Compy**

HACENDADO **BOSQUE VERDE**



CANTIDAD **215g**
NETA:
Fabricado y envasado en
España por Cayco Foods
Nicolas Appert s/n - 30820 Alcantarilla
(MURCIA). Nº Registro sanitario: 26.614113/AMU

Taxa de éxito no seu
lanzamento

4 VECES
SUPERIOR

á media do sector

1.5 Seguridade Alimentaria e Calidade

A principal prioridade para Mercadona é garantir a Seguridade Alimentaria da súa oferta, esixencia que comparte e na que se implican igualmente, produto a produto, todos os Provedores Totaler. Para ofrecerlles aos seus “Xefes” as máximas garantías, a compañía dispón dun Sistema de Xestión de Calidade e de Seguridade Alimentaria propio. Por medio del, controla exhaustivamente todos e cada un dos procesos da cadea de subministración, dende a súa orixe ata o consumidor final. Para iso, conta con sistemas de vixilancia innovadores e específicos, como por exemplo a ferramenta REMER, que detecta posibles riscos emerxentes e alerta deles, o que permite afrontar novas situacións e introducir constantemente melloras no Plan de Control.

Ademais, a compañía desenvolve un importante labor de docencia en materia de Seguridade Alimentaria, consciente de que a formación é un factor clave. En 2018, concretamente, formou máis de 150 traballadoras e traballadores en aspectos específicos como a xestión da nova sección de “Listo para Comer” das 11 tendas da provincia de València que incorporaron este servizo, ao mesmo tempo que todas as novas incorporacións foron formadas en Seguridade Alimentaria.

Simulacros e colaboración coas Autoridades Sanitarias

Para incrementar os seus niveis de Seguridade Alimentaria, Mercadona ten un Método de Simulacros propio, que a compañía aplica coa posta en marcha de diferentes escenarios simulados. Estas prácticas abórdanse coa colaboración dos Provedores Totaler, o que permite detectar puntos de mellora e reforzar as habilidades de cantos participan de cara a futuras posibles continxencias. De entre todos os xestionados en 2018, cabe destacar o realizado coa colaboración das Autoridades Sanitarias de La Rioja, Castilla-La Mancha e a Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN), que permitiu poñer a proba os sistemas internos, loca-

lizar e reformar os puntos de mellora e, noutros casos, demostrar o seu correcto funcionamento.

En 2018 Mercadona seguiu colaborando estreita e activamente coa Entidade Nacional de Acreditación (ENAC), á que pertence dende 2015 e de cuxa Xunta Directiva forma parte dende 2017. Ademais, un ano máis reforzou a súa colaboración coas Autoridades Sanitarias das distintas comunidades autónomas e cidades autónomas. Así mesmo, participou activamente en foros de referencia en materia de Seguridade Alimentaria, como os organizados pola Asociación para a Investigación de Industrias Agroalimentarias (AINIA), a Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), ou a Asociación Española de Distribuidores, Autoservizos e Supermercados (ASEDAS), entre outros.

Seguridade e calidade dos produtos da pesca

O Consello Superior de Investigacións Científicas (CSIC) e Mercadona iniciaron unha colaboración para mellorar a seguridade e calidade dos produtos da pesca por medio da investigación dos seus parasitos. Para iso, o Instituto de Investigacións Mariñas en Vigo (IIM), a través do grupo de investigación ECOBIOMAR e da súa Unidade Técnica de Biobanco, encargárase de analizar en profundidade o comportamento dos parasitos, especialmente do *Anisakis*. Este innovador estudo permitiralle a Mercadona trasladar as conclusións obtidas á xestión dos seus produtos de pesca co obxectivo de consolidar unha cadea confiable e mellorar a calidade e o servizo que lles ofrece aos seus clientes.

O proxecto centrárase na análise das especies que proceden de sistemas produtivos de pesca FAO 27, é dicir, do Atlántico Nordeste, e contará coa implicación de 6 Provedores Totaler de peixe de Mercadona. En concreto, colaborarán Riveira Peixe Fresco, POSA, Mascato, Mastter, Abroma Fishing e Castletownbere Fishermen’s Co-Op.



Algas con arroz e con sésamo do Provedor Totaler Samhae.

Regra de Ouro

Calquera produto da oferta de Mercadona ten que garantir a Seguridade Alimentaria; despois, a calidade; logo, a calidez; tamén, ser parte dunha Oferta Eficaz e, por último, co mínimo prezo.

DECÁLOGO DE SEGURIDADE ALIMENTARIA EN PROVEDORES TOTALER

O obxectivo é valorar e verificar os niveis de Seguridade Alimentaria de forma áxil e continuada

- 1**
Identificación e control dos seus provedores de materias primas
 - 2**
Control de produción
 - 3**
Control de incorporación de cambios
 - 4**
Análise e Control de Puntos Críticos
 - 5**
Control de limpeza e manipulación
-
- 6**
Control de instalacións
 - 7**
Verificación de detectores
 - 8**
Verificación de melloras de calidade
 - 9**
Método de Xestión de Alertas
 - 10**
Certificacións

PLAN DE CONTROL DE SEGURIDADE ALIMENTARIA E CALIDADE

Control dos produtos frescos e de alérxenos:

1.800
CONTROIS

Outros controis de proceso (superficies e ambientes):

1.200
CONTROIS

Control de procesos loxísticos:

+350
CONTROIS

Avaliación das instalacións e dos procesos de provedores:

2.000
INSTALACIÓNS AVALIADAS

Certificacións de Seguridade Alimentaria:
IFS e BRC, entre outras

99% DOS PROVEDORES TOTALER



Almudena, “Xefa” do supermercado da rúa Ayala en Madrid, na sección de forno.

Transparencia na etiquetaxe

Mercadona identifica sempre con claridade e transparencia os Provedores Totaler fabricantes das súas marcas propias, esixencia que lles facilita aos consumidores que, libremente e con información veraz, actúen e compren en consecuencia. De feito, conta cun procedemento propio que aposta polos principios de identificación e información e ano tras ano introduce melloras nas etiquetaxes para que “O Xefe” recoñeza con sinxeleza a información relevante, dende a compra ata o consumo, así como atributos clave, como por exemplo a presenza dalgúns alérxenos ou as condicións de uso.

**Teléfono gratuito de Atención
ao Cliente en España:**



1.6 Servizo de Atención ao Cliente

Mercadona dispón dun Servizo de Atención ao Cliente gratuito, tanto en España como en Portugal, no que traballan 76 persoas. O seu esforzo diario permite canalizar todas as dúbidas e cuestións que formulan os “Xefes” a través das diferentes canles que mantén abertas, cuestións e inquietudes que dende o SAC se tramitan inmediatamente por medio dos mecanismos establecidos para a súa posterior resolución polos departamentos implicados.

Canles de Atención ao Cliente en España:

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

Mercadona considera o seu servizo de Atención ao Cliente como unha ferramenta fundamental de mellora. De feito, boa parte das 275.000 consultas recibidas en 2018 foron suxestións que permitiron, tras ser analizadas polo departamento concreto, detectar puntos de mellora para, como é o obxectivo de Mercadona, satisfacer plenamente “O Xefe”.

Canles de comunicación co “Xefe”

Mercadona aposta pola transparencia, motivo polo que a comunicación cos seus “Xefes” é fundamental. Por iso, mantén unha actitude de escoita constante e fomenta o diálogo, ao tempo que aproveita diferentes canles para difundir información sobre a compañía que considera de interese para os seus clientes. Neste labor, no que se implican diariamente cantos forman parte do Proxecto Mercadona, as canles abertas pola compañía nas distintas redes sociais nas que participa seguiron cobrando importancia en 2018, como pon de manifesto o feito de que a finais do devandito exercicio contase con máis de 980.000 seguidores en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e YouTube, cunha media de 120.000 mencións ao mes.



Mónica, traballadora do Servizo de Atención ao Cliente.



600.000
SEGUIDORES EN FACEBOOK



112.000
SEGUIDORES EN INSTAGRAM



160.000
SEGUIDORES EN TWITTER



940.000
REPRODUCCIÓNS EN YOUTUBE



100.000
SEGUIDORES EN LINKEDIN



+281.000
SEGUIDORES en 2018



200.000
CONSULTAS
en redes sociais



120.000
MENCIONS/MES de media



1.7 Alimentación Saudable

No seu compromiso coa alimentación saudable e accesible, con produtos sostibles e de calidade, Mercadona seguiu adaptándose ás novas necesidades e adiantándose ás tendencias. Como consecuencia deste esforzo, potenciou a súa oferta de alimentación saudable coa introdución de melloras relevantes en materia nutricional, o que se traduciu en importantes avances en moi diversos produtos.

Nutrición e Saúde

Mercadona comparte coa sociedade o interese pola nutrición e pola importancia de levar unha vida sa apoiada nunha alimentación saudable, equilibrada e con produtos de calidade e sostibles.

Por iso, traballa estreitamente cos Provedores Totaler para, sempre que sexa viable, introducir melloras relevantes en materia nutricional e ofrecérllelas aos seus clientes ao prezo máis competitivo. Iso traducíuse en 2018 na adhesión ao Plan de colaboración para a mellora dos alimentos e das bebidas elaborado pola Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición (AESAN), co que a compañía e os seus Provedores Totaler teñen por obxectivo re-

ducir o contido en graxas saturadas, sal e azucre de máis de 300 produtos das súas marcas propias.

Ademais, mantén un compromiso firme co Ministerio de Sanidade, Consumo e Benestar Social colaborando coa Estratexia Nacional sobre Nutrición, Actividade Física e Prevención da Obesidade (NAOS). A través de accións cos Provedores Totaler, fomenta diferentes iniciativas como a redución de sal e azucres e, dende hai anos, está adherida ao Código de Autorregulación da Publicidade (código PAOS) do devandito ministerio.



1.250
PRODUCTOS
SEN GLUTE



Para favorecer unha Alimentación Saudable, a Oferta Eficaz de Mercadona incorpora alimentos accesibles que achegan todos os nutrientes necesarios para a vida das persoas. Ademais, recoméndalles aos seus “Xefes” que os combinen de forma variada, equilibrada e adaptada ás necesidades específicas de cada persoa, traballo para o que conta con paneis de expertos de recoñecido prestixio en materia de nutrición que asesoran e orientan co obxectivo de ofrecerlles aos “Xefes” melloras de produto con rigor e base científica.

Ampla oferta para satisfacer os “Xefes” con intolerancias ou alerxias

Mercadona mantén igualmente un compromiso responsable con aqueles “Xefes” que sofren intolerancias ou alerxias alimenticias, para os que traballa co obxectivo de facilitar a incorporación na súa oferta, e con todas as garantías, de produtos aptos para as súas dietas.

De feito, a compañía seguiu incrementando a súa oferta de produtos sen glute e, no momento do peche de 2018, conta cun total de 1.250 produtos libres desta proteína, o que reforza o compromiso que dende hai máis dunha década mantén co colectivo celíaco. Paralelamente, a compañía continúa traballando na mellora da oferta e identificación de produtos sen alérxenos, co obxectivo de que os “Xefes” con intolerancias ou alerxias poidan comprar en todas as categorías de produtos.

Neste sentido, a compañía mantivo en 2018 unha relación moi estreita coa Federación de Asociacións de Celíacos de España (FACE), Celíacs de Catalunya (SMAP), a Asociación de Intolerantes á Lactosa de España (ADILAC), a Asociación de Celíacos e Sensibles ao Glute (ACSG) e a Asociación Española de Persoas con Alerxia a Alimentos e Látex (AEPNAA), co obxectivo de seguir colaborando na mellora da información e formación dos consumidores sobre alérxenos, analizar os diferentes problemas existentes e buscar solucións que satisfagan as súas necesidades.



Adhesión ao Plan da

AESAN

para reducir o contido en
graxas saturadas, sal e azucre



1. "O Xefe"



Ángel e Mª del Carmen, "Xefes" do supermercado de Merkatondoa en Estella, Navarra.



Mercadona colabora estreitamente cos Provedores Totaler para ofrecer a máxima Seguridade Alimentaria sempre. Dispón de equipos transversais para estudar e adiantarse á lexislación en materia alimentaria e poder ofrecer, ademais, unha oferta eficiente apta tamén para persoas con diversas intolerancias e alerxias. Así mesmo, fomenta o consumo de produtos frescos de alta calidade a través da estratexia de Frescos Global.



Mercadona innova constantemente na adaptación das súas infraestruturas ás novas necesidades dos seus clientes. Seguiu impulsando a adaptación dos seus supermercados ao Novo Modelo de Tenda Eficiente para finalizar o ano cun total de 400 centros adaptados a este novo modelo, que non só lles proporciona mellor servizo aos “Xefes” con novas seccións e un deseño máis espazoso e cálido, senón que reduce ata nun 40% o consumo enerxético.



Mercadona foi pioneira no desenvolvemento dunha produción e dun consumo responsables. En 1993 puxo en marcha a súa política comercial SPB, Sempre Prezos Baixos, que elimina as ofertas e incentiva o consumo responsable. Ademais, aplica en todos os seus procesos medidas de prevención e redución do seu impacto ambiental.



Mercadona aposta pola seguridade e pola calidade dos produtos da pesca e colabora xunto ao Consello Superior de Investigacións Científicas (CSIC) na investigación dos parasitos que se poderían atopar nestes seres vivos e frear a súa evolución. Os resultados deste estudo permitirán consolidar unha cadea confiable e mellorarán a calidade e o servizo que lles ofrece aos seus clientes.



2. O TRABALLADOR

A **EVOLUCIÓN** E A **TRANSFORMACIÓN CONSTANTE** NA QUE SE ENCONTRA INMERSA MERCADONA NON SERÍA POSIBLE SEN A **PAIXÓN** E O ALTO NIVEL DE **COMPROMISO** DE TODAS AQUELAS PERSOAS QUE CONFORMAN A COMPAÑÍA

En 2018 a determinación de todo o cadro de persoal da empresa por formar parte do cambio foi especialmente relevante, pois grazas a ela, e ao esforzo individual e colectivo, a compañía puido abordar con garantías o seu actual proceso de transformación, porque os resultados chegan se coidas as persoas

PRINCIPALES DATOS O TRABALLADOR

CADRO DE PERSOAL
DE ALTO RENDEMENTO

85.800

PERSOAS COMPROMETIDAS

Creación de

1.800

POSTOS DE TRABALLO fixos,
estables e de calidade en 2018

NOVO CONVENIO
COLECTIVO DE EMPRESA

Máis igualitario e social

Mellora o poder adquisitivo
do cadro de persoal **cun**
soldo mínimo de

1.328 €

AO MES/BRUTOS

CRECEMENTO COMPARTIDO

325

MILLÓNS DE EUROS
repartidos en concepto
de prima entre o **98%**
das traballadoras e dos
traballadores

FORMACIÓN

70

MILLÓNS DE EUROS
invertidos en formación



Paula, traballadora da sección de forno do supermercado de La Corredoria en Oviedo, Asturias.

2.1 Indicadores Cadro de persoal

Para construír o Mercadona do futuro, a compañía aproveita o talento dos seus recursos humanos. En total, 85.800 persoas con contrato fixo no momento do peche de 2018. Todas elas realizaron importantes esforzos para alcanzar a excelencia no traballo que desempeñan. E como contrapartida, comprobaron que a confianza que a compañía depositou neles se traduce en feitos concretos: nun emprego de calidade e estable, con salarios moi por enriba da media do sector, con plans de formación específicos que permiten mellorar os seus coñecementos e as súas habilidades, e con plans de carreira profesional que, igualmente, lles dan a oportunidade de seguir crecendo persoal e laboralmente ao ritmo da propia compañía.

Grazas a todo iso, Mercadona conta cos mellores recursos humanos do sector: un cadro de persoal de alto rendemento, cohesionado e obsesionado con alcanzar a excelencia no seu traballo rutineiro; un cadro de persoal cuxa implicación e produtividade son as garantías do crecemento futuro da compañía.

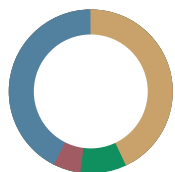
Modelo de Recursos Humanos recoñecido internacionalmente

A política de Recursos Humanos da compañía, que xa en anos anteriores Harvard Business Review destacou internacionalmente por sacar “o máximo rendemento” do seu cadro de persoal, ao aproveitar “as aptitudes creativas e de resolución de problemas dos traballadores para que suxiran melloras”, volveu en 2018 ser recoñecida. Concretamente, Mercadona foi destacada en 2018 como a primeira empresa en Talento no sector da distribución e a sexta a nivel xeral na clasificación Merco Talento do Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco).

Estes recoñecementos reflicten que Mercadona aposta de maneira sostida pola captación e a retención de talento, así como pola calidade laboral, á que seguirá destinando moitos esforzos, consciente do moito que aínda pode mellorar neste ámbito.



Distribución do cadro de persoal 85.800 traballadoras e traballadores fixos



POR IDADES

- 14% ATA 29 ANOS
- 39% ENTRE 30 E 39 ANOS
- 39% ENTRE 40 E 49 ANOS
- 8% MÁIS DE 50 ANOS



POR SEXO

- 64% MULLERES
- 36% HOMES



POR ÁREA DE ACTIVIDADE

- 85% TENDAS
- 9% LOXÍSTICA
- 6% OFICINAS

1.800 novos postos de traballo



POR IDADES

- 56% ATA 29 ANOS
- 36% ENTRE 30 E 39 ANOS
- 8% MÁIS DE 40 ANOS

2.2 Novo Convenio Colectivo de Empresa máis igualitario e social

En 2018 Mercadona asinou cos representantes da Unión Xeral de Traballadores (UXT) e Comisións Obreiras (CCOO) o novo Convenio Colectivo de Empresa e o Plan de Igualdade. Ambos os dous entraron en vigor o 1 de xaneiro de 2019 e terán unha duración de 5 anos.

O novo marco laboral, máis igualitario e social, reforza o compromiso de Mercadona co emprego estable e de calidade, avanza nas súas condicións laborais, ao tempo que consolida a súa aposta por mellorar o poder adquisitivo do cadro de persoal cun soldo mínimo de 1.328 euros ao mes/brutos, aos que se suman os complementos propios da Política Retributiva da compañía, que supoñen incrementos dun 11% anual ata o tramo 5, e un incremento progresivo do salario base vinculado ao IPC; ademais de introducir melloras nos sobresoldos de nocturnidade e frío.

O actual Convenio Colectivo de Empresa incorpora, igualmente, importantes medidas de carácter social e reforza

os compromisos de Mercadona en materia de conciliación da vida familiar e laboral. Entre elas, por exemplo, a ampliación do permiso de paternidade ata as 7 semanas.



Miguel Ángel Cilleros, Secretario Xeral da Federación de Servizos, Mobilidade e Consumo da UXT; José María Martínez, Secretario Xeral da Federación de Servizos CCOO; Daniel Blasco, Director Xeral de Recursos Humanos, e Héctor Hernández, Director Xeral Xurídico, Organización e Marina de Empresas de Mercadona; e resto de representantes de sindicatos e da empresa no Centro de Coinnovación de El Jarro en Paterna, València.

CONVENIO COLECTIVO E PLAN DE IGUALDADE 2019-2023

Un Convenio máis igualitario e social

Soldo mínimo de entrada: 1.328 euros brutos/mensuais



Garante o poder adquisitivo: Incremento salarial en base ao IPC

7 semanas de permiso de paternidade



Mellora sobresoldos nocturnidade e frío

Non partir en xornadas inferiores de 5 horas en tempos totais e 3 horas en tempos parciais



Excedencias por coidado de fillos ata os 12 anos

Equidade retributiva: "A igual responsabilidade, mesmo soldo"

Por falecemento de cónxuxe ou fillo, 30 días de permiso, dos que os 5 primeiros son retribuídos

Creación dun Observatorio paritario (empresa + sindicatos)



En Loxística, 7 fins de semana libres ao ano

Observatorio paritario para dotar de maior flexibilidade e eficiencia

En 2018 as organizacións sindicais e Mercadona tamén acordaron a creación dun Observatorio de carácter paritario con integrantes de todas as partes asinantes para dotar de maior flexibilidade e eficiencia a compañía á hora de introducir melloras relacionadas coas xornadas laborais e a súa distribución. Para iso, estará puntualmente informado dos novos proxectos que Mercadona teña previsto aplicar, o que lle permitirá ao Observatorio trasladar previamente á compañía recomendacións relacionadas coa xornada ou coa súa distribución.

2.3 Compromiso coa igualdade e coa diversidade

Para Mercadona, a igualdade e a diversidade son valores fundamentais que defende e fomenta. Faino por medio dun compromiso profundo, que se traduce nunha política de tolerancia cero fronte a calquera tipo de discriminación.

Por iso, defende na súa organización o principio de igualdade de trato e de oportunidades en todos os ámbitos e para todos os efectos, non admite discriminacións por razón de sexo, orientación sexual, estado civil, discapacidade, idade, raza, conviccións políticas e relixiosas, afiliación sindical ou de calquera tipo.

De feito, en Mercadona a equidade é un valor irrenunciabile que forma parte do seu Modelo, aplícase de maneira transversal e concrétese no principio “a igual responsabilidade, mesmo soldo”. Igualmente, impulsa a diversidade, valor integrador que reforza o seu desenvolvemento, co que incrementa a obtención de resultados e mellora a súa competitividade. Para iso, promove unhas condicións de traballo respectuosas

coa diversidade en todos os seus ámbitos por medio dunha política de neutralidade corporativa que os datos avalan por si sós, como pon de manifesto o feito de que o 64% do cadro de persoal sexan mulleres; que das 860 persoas que foron ascendidas en 2018, o 41%, un total de 355, fosen traballadoras; ou que a compañía conte xa con 1.750 mulleres en postos directivos, o 47% do total.

Neste contexto, cabe destacar a sinatura cos representantes sindicais do novo Plan de Igualdade, co que consolida a súa liña de actuación a favor da igualdade de oportunidades. De feito, non só reforzou dereitos conseguidos co anterior Plan, senón que con esta nova sinatura contribúe a defender e fomentar valores irrenunciabiles que redundan no desenvolvemento persoal e profesional de cantos forman parte do seu cadro de persoal.

66.500

PERSOAS

participaron en plans de formación específicos

70 millóns de euros
investidos

860

PERSOAS

ASCENDIDAS



Beatriz e David, traballadores do supermercado de Ronda Outeiro na Coruña.

2.4 Aposta pola creación de emprego estable e de calidade

O Modelo de Mercadona impulsa unha cultura de mellora continua que fomenta o liderado. Aposta, ademais, polo esforzo, o compromiso e a responsabilidade como valores fundamentais para crecer persoal e profesionalmente, e potencia o traballo en equipo como factor clave para diferenciarse do sector e poder conformar un cadro de persoal de alto rendemento e competitivo.

En 2018 Mercadona, un ano máis, fortaleceu o seu cadro de persoal tanto por medio do investimento en formación, máis de 70 millóns de euros, como coa creación de 1.800 empregos estables e de calidade. Iso permitiulle

pechar o ano cun total de 85.800 persoas, incluídas as 300 que no momento do peche do ano formaban parte do cadro de persoal de Portugal, responsables de alcanzar os obxectivos e as metas que a compañía marcou a curto prazo para o país luso.

Todos eles conforman un equipo profesional que aposta polo seu talento como valor diferencial: un equipo que aprende dos seus erros e que aproveita ao máximo os seus recursos, as habilidades e os coñecementos para, como é o obxectivo da empresa, satisfacer totalmente “O Xefe” e impulsar o Proxecto Mercadona.

En **xuño de 2018** produciuse un **incendio en Forvasa**, fábrica de pans e tortas situada en Puçol, València. **Mercadona** comprometeuse a **garantirilles ás 540 persoas** que traballaban nas instalacións **os seus postos de traballo** e centrou os seus esforzos en **relocalas** noutras áreas da empresa.



540

POSTOS DE TRABALLO
garantidos tras o incendio

TOTAL
DE SUBMINISTRACIÓN
GARANTIDA

Alicia, traballadora de Forvasa recolocada no Centro de Coinnovación de El Jarro en Paterna, València.



Instalacións da fábrica de pans e tortas Forvasa en Puçol, València, afectadas polo incendio.

Compartir beneficios cos traballadores

O Proxecto Mercadona é un proxecto de crecemento compartido que aplica a verdade universal da reciprocidade, pola que para poder recibir, primeiro temos que dar. Por iso, ofrécelles ás súas traballadoras e aos seus traballadores unhas condicións laborais altamente competitivas, o que lle permite reter o talento, contar cun cadro de persoal cohesionado e motivado e dispoñer dos mellores profesionais.

No ámbito retributivo, en 2018 volveu recompensar o esforzo de cantos compoñen o seu cadro de persoal cun salario que está por enriba da media do seu sector. Como contrapartida, tamén o retorno en produtividade continuou incrementándose, o que reforzou, un ano máis, a eficiencia da compañía.

Ademais diso, para incentivar o compromiso e o liderado, Mercadona conta cunha política de retribución variable coa que lles recoñece ás súas traballadoras e aos seus traballadores a consecución dos obxectivos marcados.

Como en anos anteriores, e no marco desta política de retribución variable implantada hai 18 anos, a compañía compartiu cos seus recursos humanos os beneficios obtidos ao longo do ano, ao primar todos os membros do

seu cadro de persoal con máis dun ano de antigüidade e cuxa implicación durante os doce meses permitiu cumprir os obxectivos persoais especificamente pactados para o seu posto de traballo. Concretamente, en 2018 repartiú en concepto de prima un total de 325 millóns de euros entre o 98% das traballadoras e dos traballadores, esforzo que cabe destacar nun ano no que a compañía realizou un investimento récord, de 1.504 millóns de euros, coa incidencia que iso tivo na súa conta de resultados.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

Prima por obxectivos

325

MILLÓNS DE EUROS

repartidos entre o cadro de persoal

3,7%
DE ROTACIÓN

98%

TRABALLADORES

cobra a prima

TÁBOA DE SALARIOS PERSOAL BASE EN ESPAÑA

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

ANTIGÜIDADE	-DE 1 ANO	2 ANOS	3 ANOS	+ DE 4 ANOS
Bruto/mes	1.328 €	1.458 €	1.618 €	1.797 €
Neto/mes	1.193 €	1.259 €	1.350 €	1.477 €

En vigor 01/01/2019. Incremento da Política Retributiva nun 1,2% en 2019.

* A este salario mensual hai que engadir a prima por obxectivos, que dende o primeiro ano de antigüidade e ata o cuarto é dunha mensualidade, e cando se leva máis de catro anos na empresa, consta de dúas mensualidades.

79%
do persoal base

2.5 Conciliación e compromiso co benestar do cadro de persoal

Dende 1993, ano no que Mercadona iniciou a implantación do seu Modelo de Calidade Total, a compañía mantén o seu compromiso coa conciliación da vida familiar e laboral. Para iso, impulsa iniciativas pioneiras que contribúen a dar resposta ás necesidades das persoas en ambos os dous ámbitos, a través dunha política de Recursos Humanos na que aposta pola mellora continua.

Aínda que en 2018 foron moitas as medidas que se potenciaron e reforzaron, as cifras dalgunhas delas falan por si soas do compromiso que mantén Mercadona coa conciliación. Así, por exemplo, destaca o feito de que 2.360 nais traballadoras, o 5% do total do cadro de persoal, decidise alongar 30 días os catro meses de baixa maternal establecidos legalmente. Igualmente, 16.062 traballadoras e traballadores optaron por gozar de xornadas reducidas, ao tempo que algúns deles, ademais, levaron os seus fillos a algún dos 4 centros educativos infantís gratuítos que a compañía ten dende 2001 nalgúns dos seus bloques loxísticos.



Isabel, traballadora do supermercado da Sionlla en Santiago de Compostela, A Coruña.

A conciliación é, polo tanto, un valor polo que se aposta e que crece ao mesmo ritmo que o fai a compañía. Así o demostran as medidas incorporadas no novo convenio, que contemplan, por exemplo, a ampliación do permiso de paternidade ata as 7 semanas; o aumento da excedencia por coidado de fillos ata que o menor faga os 12 anos; ou o feito de que quen teña ao seu coidado directo un menor de 12 anos e que estea gozando dunha redución de xornada, cando se esgote a idade máxima legal poida solicitar un cambio de contrato a tempo parcial ata os 15 anos do menor, e logo volver a tempo total, se así o desexa.

16.062

TRABALLADORAS E TRABALLADORES

gozaron de xornadas reducidas

2.360

TRABALLADORAS

optaron por ser nais e alongar 30 días a súa baixa maternal

129

TRABALLADORAS E TRABALLADORES

ampliaron a excedencia por coidado de fillos

1.436

TRABALLADORES

gozaron de permiso de paternidade

2.6 Formación para o crecemento profesional

Mercadona potencia as habilidades e os coñecementos das súas traballadoras e dos seus traballadores constantemente e aposta pola formación continua para consolidar non só o desenvolvemento presente e futuro do cadro de persoal, senón o crecemento sostido da compañía.

Para desenvolver e reforzar o talento do seu cadro de persoal, en 2018 a compañía investiu en formación un total de 70 millóns de euros, 5 millóns máis que o ano anterior e unha media de 815 euros por persoa, ata completar máis de 2,5 millóns de horas de formación, tanto xeral como específica.

Grazas a iso, dispón dun cadro de persoal de alto rendemento, motivado, cohesionado e cunhas habilidades e cun nivel de desempeño que converten os recursos humanos de Mercadona nos mellores do seu sector.

2.7 Saúde e seguridade no traballo

A saúde e seguridade laboral das traballadoras e dos traballadores é un compromiso constante que Mercadona asume e aplica de maneira transversal. Desenvolve un profundo labor de concienciación continua, e analiza cada proceso interno e cada desempeño co obxectivo de dotar da maior seguridade e ergonomía calquera dos diferentes postos de traballo.

Todas as actividades que a compañía impulsa en materia de saúde e seguridade no traballo son estratéxicas e o seu obxectivo é incrementar a cultura da empresa en materia preventiva, o que supuxo un investimento en formación e avaliación de 9,9 millóns de euros en 2018.

Destacan a avaliación dos posibles riscos psicosociais e a actualización dos módulos de formación de riscos laborais das tendas e dos almacéns, así como os estudos específicos de Seguridade (adequación dos equipos de traballo ao RD 1215/1997), Ergonomía (deseño de novos



Traballadoras e traballadores de Mercadona de promoción interna durante o curso de directivos.



Formación de persoal de mantemento.



Celia, directora do proceso de execución de obras, impartindo unha formación.

postos de traballo) e Hixiene Industrial (medicións de po de fariaña, ruído, ozono...).

A compañía conta, ademais, coa colaboración de servizos de prevención alleos, como Quirón Prevención, Previs, Cualtis, Mazel Asistencia Industrial, Legalplanning, Instituto de Biomecánica de Valencia, SaludOnNet, Canalsalud24 e Psicopreven. Este esforzo conxunto non só contribuíu a protexer a saúde dos traballadores, senón que reforzou a súa ergonomía e eliminou, igualmente, sobreesforzos.

Colaboración con mutuas e provedores

Xunto ao traballo desenvolvido coas 9 mutuas colaboradoras coa Seguridade Social (Umivale, Fremap, Asepeyo, MAZ, Ibermutuamur, Montañesa, Mutua Balear, MAC e Mutua Navarra), e como é tradicional dende hai anos, Mercadona colaborou no intercambio de coñecementos cos Servizos de Prevención dos principais provedores, o que sen dúbida é un punto importante de mellora continua para a compañía nesta materia.

PEDIDO R: UNHA XESTIÓN DE STOCK MÁIS EFICIENTE

Para incrementar a eficiencia e a produtividade na súa cadea loxística, a compañía, en colaboración coa Universidade Politécnica de València, iniciou as probas do Pedido R, unha ferramenta cuxo obxectivo principal é reducir o stock na tenda, garantíndolle o servizo aos "Xefes", mellorando a comodidade durante o proceso de compra e facilitándolle o traballo ao persoal das tendas á hora de repoñer os pedidos.

Este proxecto introduce importantes cambios na xestión do stock dos supermercados, ao pasar do actual modelo de pedido automático nas tendas por previsión a un modelo de pedido por reposición axustado ás necesidades de cada tenda, eliminando o impacto que o exceso de stock ten sobre a organización e a actividade diaria da tenda.

Iniciado no mes de xaneiro de 2018, o Pedido R implantouse no bloque loxístico de Riba-roja de Túria (València) e irase ampliando ao resto de bloques ao longo de 2019. Esta iniciativa, operativa en 18 supermercados no momento do peche do exercicio, optimiza a distribución do espazo coa actualización dos criterios de reposición, o que repercute tanto na orde e imaxe da sala de venda e dos almacéns da tenda como no aproveitamento do espazo. E, ademais, garante un abastecemento eficiente de cada supermercado cuns menores custos loxísticos.



Lineal de iogures do supermercado de Marina d'Or en Oropesa del Mar, Castelló.



Jesús e Fernando, responsables da implantación do novo proxecto de Pedido por Reposición (Pedido R).

FORMACIÓN INTERNA EN MERCADONA EN 2018

PLAN	DESCRICIÓN	DATOS
ACOLLIDA	Explicación á nova incorporación de forma persoal do posto de traballo que vai desenvolver e a posterior transmisión do Modelo de Calidade Total, o que consolida e mellora as súas habilidades e fortalece a cohesión da compañía na súa toma de decisións	5.978 persoas 3 millóns de euros de investimento 155.000 horas
FRESCOS GLOBAL	Mellora das habilidades para adaptarse á especialización que require a estratexia Frescos Global, por medio da participación nos cursos de Novo Modelo de Carne, Novo Modelo de Forno, Corte de Xamón ou Venda de <i>Sushi</i>	9.800 persoas 3,5 millóns de euros de investimento 148.500 horas
LISTO PARA COMER	Formación específica de 110 persoas para especializarse na nova sección que a compañía puxo en marcha	110 persoas 69.000 euros de investimento 3.000 horas
DIRECTIVAS E DIRECTIVOS LÍDERES	Formación en liderado empresarial e mellora de habilidades de xestión, comunicación e toma de decisións, dándolles unha visión global da empresa	667 directivas e directivos (50 doutros países) 27.000 euros de investimento medio 82.000 horas
AXUDANTES	Formación específica para especializar un colectivo clave na organización. Xestionar o día a día do coordinador, sacándolle a máxima produtividade e efectividade á súa xornada laboral	39 persoas 887.000 euros de investimento 36.000 horas

70 M€
5 M€ MÁIS
QUE EN 2017

2,5
MILLÓNS HORAS
de formación

66.500
PERSONAS FORMADAS
en plans específicos

92
MÓDULOS OU
ACCIÓNS FORMATIVAS

815 €
POR
TRABALLADOR

PLAN DE PREVENCIÓN E PROGRAMA DE SAÚDE

Supermercados

Avaliación de riscos dos novos centros e das reformas realizadas	249	AVALIACIÓNS REALIZADAS
Formación inicial e periódica	100%	NOVOS INGRESOS E FORMACIÓN PERIÓDICA ANUAL PLANIFICADA
	100%	CARNICEIROS NOVO MODELO DE VENDA
	100%	CHACINEIROS CORTE DE XAMÓN
Formación en emerxencias	141	ACCIÓNS REALIZADAS

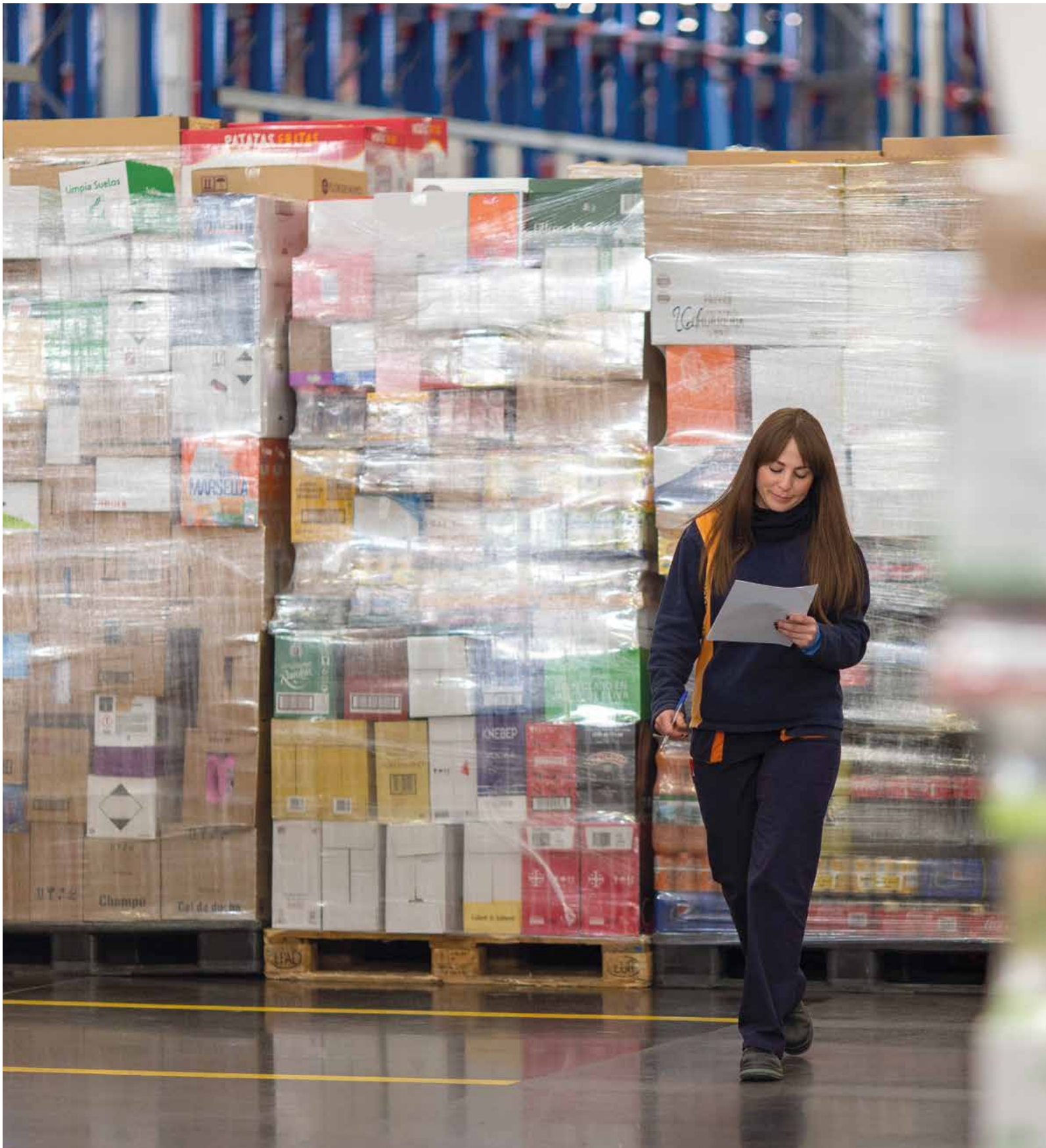
Bloques Loxísticos

Riscos xerais e específicos (seguridade instalacións)	37	CURSOS PROGRAMADOS POR CADA BLOQUE LOXÍSTICO
---	----	--

Seguridade e Saúde Laboral

Incidencia de accidentes de traballo	19,20%*	
Duración media da baixa	37	DÍAS
Cobertura campaña vacinación gripe estacional	59%	
Cobertura de exames colectiva periódica	81%	
Investimento en prevención de riscos laborais	9,9	MILLÓNS DE EUROS

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



Antonia, traballadora do bloque loxístico de Guadix, Granada.



4 EDUCACIÓN DE CALIDADE

Mercadona potencia as habilidades e os coñecementos das súas traballadoras e dos seus traballadores constantemente e aposta pola formación continua, o que contribúe a mellorar a capacitación e a empregabilidade do cadro de persoal. En 2018, a compañía investiu en formación un total de 70 millóns de euros, ata completar 2,5 millóns de horas de formación.



5 IGUALDADE DE XÉNERO

Mercadona é unha empresa comprometida coa igualdade de xénero e réxese polo Principio de Equidade “mesma responsabilidade, mesmo soldo”. Así mesmo, conta cun modelo empresarial no que a promoción interna é un dos seus sinais de identidade, baseada exclusivamente na cualificación e valía das persoas.



10 REDUCCIÓN DAS DESIGUALDADES



8 TRABALLO DECENTE E CRECIMENTO ECONÓMICO

Mercadona conta cun cadro de persoal de 85.800 persoas, 85.500 en España e 300 en Portugal, todas elas con contrato fixo e con salarios por enriba da media do sector. En 2018, a compañía creou 1.800 postos de traballo estables e de calidade, e continuou avanzando na automatización dos seus almacéns para reducir sobreesforzos.



3. O PROVEDOR

EN MERCADONA, A
EVOLUCIÓN É UN **PROCESO**
CONSTANTE DENTRO DO
NOSO MODELO DE EMPRESA

Un proxecto aberto e socialmente responsable que, coa satisfacción do “Xefe” como faro, foi crescendo ano tras ano ata conformar un clúster industrial de 1.400 Provedores Totaler. Todos eles contribúen co seu esforzo e coa súa determinación ao desenvolvemento de produtos innovadores ou de proximidade, no caso dos frescos, que achegan a diferenciación e especialización, e son, polo tanto, corresponsables do éxito e liderado de Mercadona

PRINCIPALES DATOS O PROVEDOR

PROVEDOR
TOTALER

1.400

PROVEDORES TOTALER

CADEA AGROALIMENTARIA
SOSTIBLE

Persegue crear sinerxías,
compartir o coñecemento
de cada elo que a conforma
e construír unha Cadea
Agroalimentaria eficiente,
moderna e diferencial

Colaboración con

9.000

AGRICULTORES

5.500

GANDEIROS

12.000

PESCADORES

BLOQUES
LOXÍSTICOS

Rede loxística de máis de

1.000.000m²

DE SUPERFICIE

16

BLOQUES LOXÍSTICOS

2 almacéns satélites

2 almacéns reguladores



Galiña poñedora criada en liberdade do Proveedor Totaler Huevos Guillén.

3.1 Proveedor Totaler

A evolución do Modelo de Proveedor

A evolución do Intepveedor e do Proveedor Especialista cara ao Proveedor Totaler é o camiño natural que dende hai anos Mercadona está percorrendo. Faino a través da colaboración conxunta e cun obxectivo común: cumprir sempre o Modelo Totaler e desenvolver e innovar produtos que sexan a mellor opción en calidade e prezo para “O Xefe”.

Dentro deste compromiso, Mercadona, xunto aos 1.400 Proveedores Totaler cos que colabora, persegue o crecemento a través da excelencia na construción dunha Oferta Eficaz que achegue diferenciación, e traballa diariamente para ser Totaler e prescribirlle ao “Xefe” produtos coa máxima calidade que lle permitan fabricar o seu Carro-Menú* ao mínimo custo.

Para lograr este obxectivo, Mercadona foi evolucionando paulatinamente o seu modelo. De feito, a súa aposta pola especialización en frescos, coa estratexia de compras de produtos locais e de proximidade iniciada en 2012, co que se garanta unha maior frescura, provocou que a compañía conte, no momento do peche de 2018, cun total de 350 Proveedores Totaler en frescos, fronte aos 40 de 2012.

E este esforzo, paralelamente, traducíuse nun relevante incremento de vendas, como demostra o crecemento do 30% alcanzado nos últimos 4 anos.

No novo Modelo Totaler, a relación de Mercadona e os seus provedores réxese por unha serie de principios baseados en:

- Relación a longo prazo.
- Desenvolvemento do produto co “Xefe” e para “O Xefe” con iniciativas de coinnovación.
- Produtos que acheguen diferenciación “Hacendado” e cumpran sempre: Seguridade Alimentaria, calidade definida, servizo e prezo de compra competitivo.
- Contrato indefinido para os produtos sempre que se cumpran as condicións pactadas.
- Procesos de elaboración sostibles e socialmente responsables.

* Carro Menú: a Compra Total do “Xefe” coa maior calidade ao mínimo custo mensual.

TOTALER:

Prescribirlle ao “Xefe” as solucións necesarias para cada necesidade e ser a mellor opción

PROVEDOR TOTALER :

Proveedor que, xunto con Mercadona, desenvolve o mellor produto, froito da coinnovación dende “O Xefe” cara a atrás, garantindo sempre a Seguridade Alimentaria, a calidade, o servizo e un prezo competitivo en cada produto, e co que mantemos unha relación comercial de estabilidade baixo as marcas Hacendado, Deliplus, Bosque Verde e Compy, entre outras

Un novo marco de relación a longo prazo

Desta maneira, e tras 20 anos dun Modelo de relación de éxito que serviu para consolidar o crecemento tanto da compañía como dos Interprovedores, 120 a finais de 2017, Mercadona decide tomar todos os seus puntos fortes de canto aprendeu en colaboración cos Interprovedores para evolucionar esta figura e o marco de relación establecido. E faino, novamente, poñendo no centro desta decisión “O Xefe”, tras constatar despois da súa experiencia en Frescos que a axilidade para adaptarse ao mercado, a aposta polo “local” e a especialización son claves para seguir contando coa confianza dos seus clientes e para poder ofrecerlles esa oferta “viva” e de calidade que reclaman.

É neste contexto no que se inicia o desenvolvemento do Proveedor Totaler, unha figura que une todas as potencialidades tanto de Interprovedores como de Provedores Especialistas e que, centrado en desenvolver produto a produto, representa a mellor opción para dar resposta á Misión de Mercadona.

Para reforzar esta especialización, a compañía, ao longo destes anos, foi fortalecendo os seus departamentos de Compras e de Prescrición. Así o demostra o feito de que de 2008 a 2018, en tan só unha década, pasase de contar con 50 xerentes a dispoñer de 1.000, repartidos en 5 departamentos de Compras e 2 de Prescrición, o que pon de manifesto, igualmente, o esforzo destinado a conseguir esa especialización en secos e en frescos que permite dispoñer de provedores non só cun *know-how* específico para a elaboración de produtos concretos de moi alta calidade, senón cos medios necesarios para poder introducir no lineal produtos innovadores coa inmediatez que demandan os “Xefes”.

O desenvolvemento do Modelo Totaler é un proxecto aberto no que non importa o tamaño do fabricante e si a súa especialización e axilidade para satisfacer “O Xefe” con produtos diferenciais e cunha excelente calidade baixo as marcas propias de Mercadona, o que xera unha responsabilidade compartida. Un proxecto que establece un novo marco de relación a longo prazo, que é igual



Recollida de mazás da variedade Fuji do Proveedor Totaler Girona Fruits SCCL en Bordils, Girona.

para todas as partes implicadas, pero no que se persegue a especialización por produto e non por categoría, así como o desenvolvemento de solucións con e para “O Xefe” por medio da coinnovación, cunha calidade e cun servizo claramente definidos e un prezo competitivo. Un proxecto socialmente responsable no que todas as súas partes saen gañando: “O Xefe”, máis satisfeito cunha Oferta Eficaz especializada; o Proveedor Totaler, coa garantía de compra indefinida do produto mentres se cumpran as condicións pactadas; e Mercadona, con produtos diferenciais e a axilidade requirida para adaptarse ás necesidades cambiantes dos seus clientes.

En maio de 2018 tivo lugar a vixésima **Reunión de Interproveedores de Mercadona**, na que se explicou en profundidade a importancia de cumprir sempre o **Modelo Totaler**, inspirador da nova figura do Proveedor Totaler. Nela, a compañía abordou a necesidade de seguir adaptándose ao seus “Xefes” por medio da especialización, o que implica **desenvolver a oferta produto a produto** e non por categorías como mellor opción para dar resposta á Misión de Mercadona.



3.2 Industria Mercadona

No momento do peche de 2018, a compañía traballa con 2.387 provedores comerciais e 13.358 non comerciais, ademais de 198 transportistas. Xunto cos 1.400 Proveedores Totaler, asumen un papel relevante na cadea de montaxe de Mercadona, pois a súa implicación conxunta permitiu seguir promovendo e consolidando un proxecto de crecemento compartido que, ano tras ano, xera valor.

Este esforzo, ademais do impacto directo positivo que supón, xera un impulso que indirectamente repercute na actividade das zonas nas que se encontra presente e que se traduce na creación de industria, servizos e emprego; na xeración de riqueza e na consolidación das economías locais. Así, o volume de compras realizadas en España en 2018 é de 18.640 millóns de euros, cifra que supón o 85% do total de compras.

Co obxectivo de dispoñer sempre da mellor opción para “O Xefe”, Mercadona ten presenza en máis de 10 países, nos que traballa cos mellores provedores tamén para reforzar a súa oferta e o seu servizo. En varios deses países conta, ademais, con oficinas de representación, filiais e sucursais, coas que dá cobertura legal aos 36

traballadores que en orixe poden operar en representación da compañía.

Código de Boas Prácticas Mercantís

Mercadona está 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. Este proxecto, impulsado polo daquela Ministerio de Agricultura e Pesca, Alimentación e Medio Ambiente (MAPAMA) en colaboración con distintas asociacións de toda a cadea agroalimentaria nacional, supón un novo paso na promoción de prácticas comerciais xustas. Así mesmo, dende 2014 a empresa é membro de The Supply Chain Initiative, acordo voluntario europeo de boas prácticas mercantís na cadea agroalimentaria, impulsado por sete asociacións sectoriais e que conta co apoio da Comisión Europea.



Piñóns do Proveedor Totaler Jesús Navarro, nas súas instalacións de Novelda, Alacant.



18.640

MILLÓNS DE EUROS

volumen de compras en España

+1.107 M€

que en 2017

85%

DO VOLUME TOTAL

de compras

Sardiñas ao limón en aceite de xirasol elaboradas polo Proveedor Totaler Francisco Gil Comes en Vinaròs, Castelló.

ALGUNS EXEMPLOS DE INVESTIMENTOS DE PROVEDORES TOTALER EN 2018

ACEITES DEL SUR - COOSUR

Vilches (Jaén)

Ampliación de bodega e refino

4,2 M€

23 NOVOS EMPREGOS

CALADERO

Zaragoza (Zaragoza)

Ampliación de producción de bandexas de peixe fresco

8,3 M€

66 NOVOS EMPREGOS

ELABORADOS CÁRNICOS MEDINA

Buñol (València)

Melloras e ampliación de producción de vacún para a nova sección de carne

2 M€

117 NOVOS EMPREGOS

GRUPO PROFAND

Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)

Automatización de procesos e melloras de calidade na liña de pota

1,9 M€

30 NOVOS EMPREGOS

JESÚS NAVARRO

Novelda (Alacant)

Construcción dunha nova planta de edulcorantes e especias

1,5 M€

11 NOVOS EMPREGOS



HIJOS DE JUAN PUJANTE

Beniel (Murcia)

Ampliación de producción de polo de campo

1,6 M€

89 NOVOS EMPREGOS

SCHREIBER FOODS

Talavera de la Reina (Toledo)

Novas liñas de iogures gregos, líquidos e batidos

15,3 M€

40 NOVOS EMPREGOS



QUESERÍAS ENTREPINARES

Las Arenas (Valladolid)

Novas cámaras de maduración de queixo e liñas de envasado en cuña

15 M€

40 NOVOS EMPREGOS

INQUIBA

Guareña (Badajoz)
Ampliacións, melloras e
nova liña de suavizante

7,5 M€

72 NOVOS EMPREGOS



EUROPASTRY

Vallmoll e Sarrall (Tarragona)
Ampliación de producción
e nova liña de croissant
de manteiga

40 M€

50 NOVOS EMPREGOS

DELIBREADS

Llíria (València)
Ampliación da fábrica e nova
liña de tortillas de trigo

8,3 M€

10 NOVOS EMPREGOS

CHAMPINTER

Fuentealbilla e Villamalea (Albacete)
Varias melloras e produción
de cogomelos *shitake*

3,5 M€

26 NOVOS EMPREGOS

PLATOS TRADICIONALES

Buñol (València)
Incremento de capacidade e liña
para novos pratos preparados

8,74 M€

233 NOVOS EMPREGOS

GRUPO EGATESA

La Esperanza
(Santa Cruz de Tenerife)
Lanzamento de produtos
locais para a nova sección
de carne en Canarias

1,5 M€

30 NOVOS EMPREGOS

EMBUTIDOS MONTER

Sant Jaume, Serinyà e
Les Planes (Girona)
Ampliación da produción e
lanzamento de novos *sticks*

8 M€

79 NOVOS EMPREGOS

Colaboración co sector primario

Dende hai anos Mercadona defende a necesidade de modernizar a cadea agroalimentaria, ao considerala unha panca de crecemento non só para a compañía senón para o país. Por iso, en 2018 seguiu impulsando a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona, que persegue unir esforzos e compartir o coñecemento de cada elo que a conforma para, entre todos, xerar sinerxías e construír unha Cadea Agroalimentaria eficiente, moderna e diferencial.

Neste contexto, durante estes doce meses a compañía continuou estreitando vínculos cos sectores estratéxicos da industria agroalimentaria española, como son o agrícola, o pesqueiro e o gandeiro, e reforzou con todos eles a súa aposta pola estabilidade, a planificación, a proxección de futuro, a seguridade na compra e a especialización.

Grazas a iso, a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona seguiu crescendo e consolidándose como un proxecto de coñecemento compartido no que todos os que a forman, un ano máis, saíron gañando. O sector primario, cun maior *know-how* e eficiencia; e Mercadona, cuns Provedores Totaler cada vez máis locais e especialistas que, ademais de produtos de máxima calidade e frescura, contribúen a seguir avanzando no compromiso de, sempre que sexa viable, utilizar materia prima de orixe nacional.

COLABORACIÓN CON

9.000
AGRICULTORES

5.500
GANDEIROS

12.000
PESCADORES

CADEA AGROALIMENTARIA SOSTIBLE

Principais estratexias da Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona



ESTABILIDADE



PRODUTIVIDADE



PLANIFICACIÓN



DIÁLOGO

CRECIMENTO COMPARTIDO E SOSTIBILIDADE

AVANCES NA CADEA AGROALIMENTARIA SOSTIBLE: Construír xuntos para crecer xuntos



GRANXA VENCOPA

Tras investir 3,5 millóns de euros nas súas modernas instalacións en Castilla y León, propiedade do mozo gandeiro Ventura Barreales, dispoñen actualmente de sala de muxir rotatoria con 40 puntos, separación automática de animais, robot-empurrador automático de alimentos, etc. Todos estes avances na automatización de procesos permitíronlle xestionar a granxa, que ten 600 vacas, sen sobreesforzos e converterse nun dos exemplos destacables do proxecto EFIBER de eficiencia produtiva de Lactiber, tras pasar dos 10.000 litros ao día aos 12.000, crecemento co que, paralelamente, reforzou a súa sostibilidade.

LARANXAS

Na campaña 2018-2019, Mercadona comproulles 200.000 toneladas de laranxas a máis de 2.500 provedores locais da Comunidade Valenciana, Andalucía, Región de Murcia, Catalunya e as Illas Canarias.



VERDURAS CURRO

Tomates Pradeño, variedade autóctona de Madrid recuperada polo Proveedor Totaler Verduras Curro para a súa venda nas tendas de Madrid. Esta empresa familiar de terceira xeración con tradición agrícola, ademais de xestionar a súa propia produción, traballa con 28 agricultores con pequenas explotacións da zona e doutras provincias como Toledo, Segovia e Murcia. Mantén con eles unha relación a longo prazo, o que lles permite planificar os seus cultivos, contribuíndo a garantir a economía social da zona e o mantemento dos postos de traballo durante todo o ano.

FRUSANA

Cooperativa gaditana de primeiro grao de froitas e verduras. Cunha traxectoria de máis de 50 anos de historia, conta con máis de 270 socios e dedican 400 ha ao cultivo da batata.



3.3 Bloques loxísticos

Mercadona conta cunha rede loxística eficiente e sostible na que traballan 8.000 persoas. Grazas a iso, garante a diario a subministración de todos os seus supermercados, 1.636 no momento do peche de 2018. Dispón de 1 millón de metros cadrados de superficie e está composta por 16 bloques loxísticos, 2 almacéns satélites e 2 almacéns reguladores.

Consciente da relevancia que a loxística e a definición e xestión de stocks teñen na súa actividade, Mercadona destina ano tras ano importantes recursos para consolidar a súa rede, por medio da introdución de melloras que contribúen a optimizar todo o seu potencial. En 2018, en concreto, a compañía investiu un total de 257 millóns de euros que permitiron, ademais de avanzar na construción dos novos bloques, incorporar melloras nos xa existentes, como as novas cámaras de maduración no bloque de Villadangos del Páramo (León) ou iniciar a construción dun novo almacén de Perecedoiros no bloque de Zaragoza.

Bloques loxísticos intelixentes para eliminar sobreesforzos






Mercadona seguiu consolidando a súa aposta polo traballo de calidade nos almacéns, co impulso e desenvolvemento de bloques loxísticos totalmente automatizados, pioneiros no sector, que ademais de eliminar sobreesforzos son motor de competitividade e produtividade. Grazas a esta iniciativa, que puxo en marcha en decembro de 2007 coa inauguración do seu bloque loxístico de Ciempozuelos (Madrid), eliminou completamente calquera manipulación e sobreesfuerzo dos traballadores da súa división loxística, o que contribúe a previr e reducir o risco de accidentes laborais e, paralelamente, a reforzar a eficiencia da súa rede de distribución.

A compañía dispón de varios bloques deste tipo, que denomina Almacén Siglo XXI, situados en Ciempozuelos (Madrid), Villadangos del Páramo (León), Abrera (Barcelona), Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava) e gradualmente adaptaranse o resto dos bloques a esta nova tecnoloxía. Ademais, nos próximos anos, inaugurará dous novos bloques loxísticos destas características, un situado en Parc Sagunt (València) e outro na Plataforma Loxística de Plaza en Zaragoza.





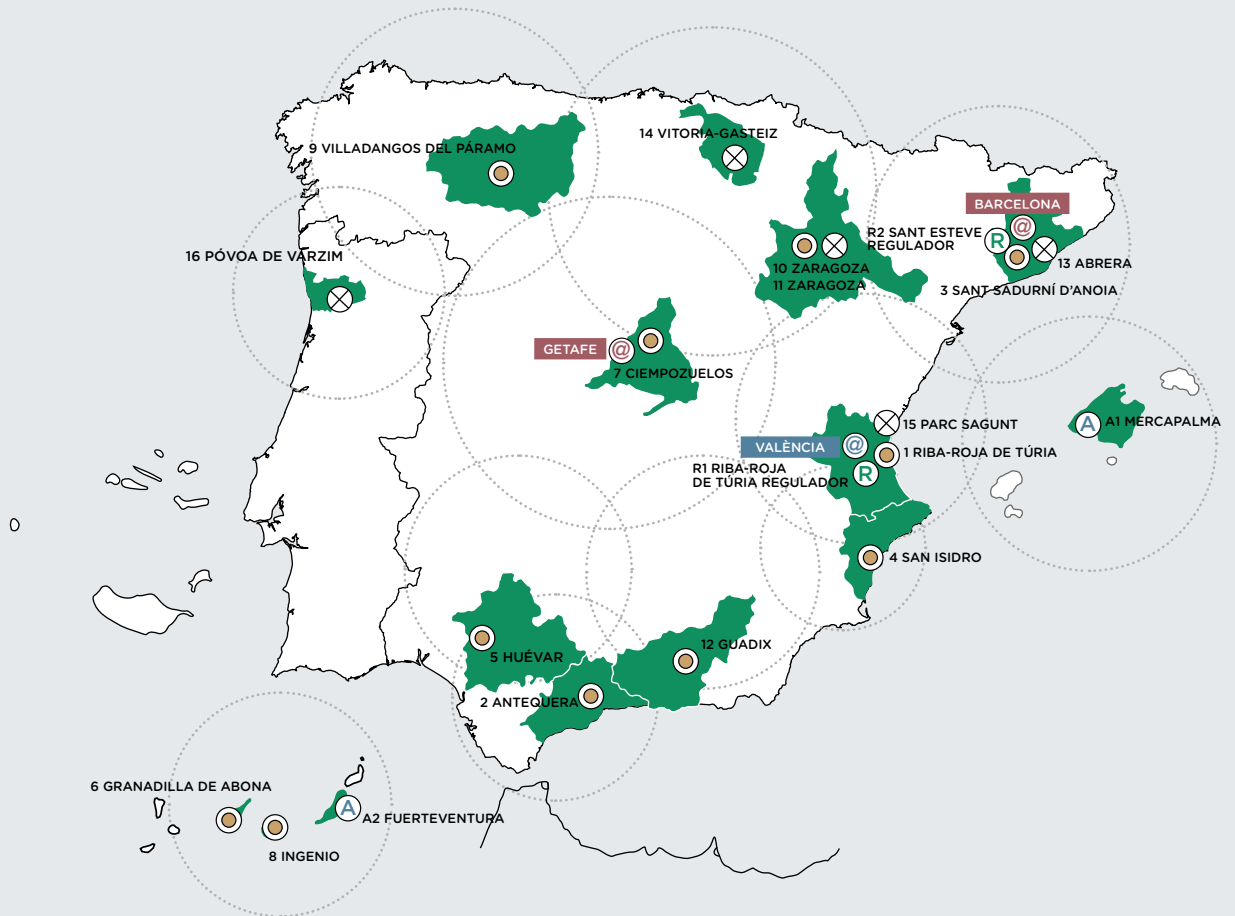
Estela, directora do bloque loxístico de Ciempozuelos, Madrid, e os traballadores do devandito bloque, José e Joaquín.

BLOQUES LOXÍSTICOS

-  BLOQUE LOXÍSTICO EN FUNCIONAMIENTO
-  BLOQUE LOXÍSTICO EN PROXECTO/CONSTRUCCIÓN
-  ALMACÉN SATÉLITE
-  ALMACÉN REGULADOR
-  RAIO ACCIÓN

COLMEAS (Almacén en Liña)

-  EN FUNCIONAMIENTO
-  EN CONSTRUCCIÓN



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

Bloque loxístico Parc Sagunt

Tras investir en 2017 un total de 41 millóns de euros na adquisición de 550.000 metros cadrados de parcela no parque empresarial Parc Sagunt (València), durante estes doce meses a compañía seguiu impulsando este proxecto que, unha vez terminado, suporá un investimento total de 400 millóns de euros. De feito, ao longo do ano realizáronse importantes avances nos formigoados das diferentes dependencias, ao tempo que se executaron xa as infraestruturas enterradas de varias zonas distintas.

Grazas á súa situación estratéxica, Parc Sagunt incrementará a eficiencia loxística da compañía e abastecerá un total de 255 tendas. Así mesmo, permitirá reestruturar o bloque loxístico que a compañía ten en Riba-roja de Túria (València), que ao non poder automatizarse na súa totalidade adaptará a súa actividade para converterse en almacén regulador.



Lorena, directora das obras dos almacéns de Mercadona, na construción do bloque loxístico de Parc Sagunt en Sagunt, València.



Fotografía aérea da construción do bloque loxístico de Parc Sagunt, en Sagunt, València.

Bloque loxístico de Zaragoza

Para seguir impulsando a súa rede loxística, en 2018 Mercadona decidiu construír un novo bloque loxístico intelixente na Plataforma Loxística de Plaza en Zaragoza, cun investimento inicial previsto de máis de 40 millóns de euros. O devandito bloque loxístico contará con 65.000 metros cadrados, dos que 30.000 metros se destinarán a superficie edificada.

Coa súa posta en funcionamento, trasladarase a actividade loxística que vén realizándose nas actuais instalacións tamén situadas en Plaza, onde se manterán os servizos de apoio e o almacén de envases. O cadro de persoal, formado por 100 persoas, tamén será trasladado a este novo bloque loxístico automatizado que eliminará sobreesforzos dos traballadores.

Bloques loxísticos de Vitoria-Gasteiz, Abrera e Huévar del Aljarafe

Mercadona seguiu avanzando no desenvolvemento das obras do bloque loxístico de Vitoria-Gasteiz (Araña/Álava), tras destinar este ano 56 millóns de euros á posta en marcha da área de conxelados e no proxecto de automatizar secos e de maquinaria de fabricación de pan. Este proxecto iniciouse en 2015 para abastecer os supermercados que ten en Euskadi, Navarra, La Rioja, Cantabria e Burgos.

Do mesmo xeito, a construción do quinto bloque loxístico intelixente de Mercadona en Abrera (Barcelona) continúa o seu curso. Cabe destacar que, ao longo destes meses, se traballou na plataforma de produtos frescos, integrada dentro do almacén de frío, para abastecer de froita e verdura, carne e peixe os supermercados Mercadona en Catalunya. A iso hai que sumar a actividade do almacén de secos, a fábrica de pan e a área de xestión de envases, en funcionamento actualmente.



Sistema "kanguro" no bloque loxístico en Abrera, Barcelona, que permite compoñer os palés de frescos evitando sobreesforzos e dunha forma máis rápida.

Paralelamente, en agosto de 2018 iniciou as obras para a ampliación do seu bloque loxístico no municipio sevillano de Huévar del Aljarafe, onde proxecta a construción dunha nova nave de 36.700 metros cadrados. As novas instalacións, que se destinarán ao almacenamento, á preparación e á expedición de produtos frescos, estarán operativas no ano 2021 e contarán co denominado PPG (*Picking* Ponte Grúa), un sistema innovador de almacenamento e preparación automática de palés de carne, froita e verdura.

Bloque loxístico da Póvoa de Varzim

Durante estes doce meses, ademais, Mercadona iniciou as obras do seu primeiro bloque loxístico en Portugal. Localizado na cidade da Póvoa de Varzim, conta con dúas naves de 12.000 metros cadrados cada unha, nas que se situarán, respectivamente, os almacéns de secos, perecedoiros, refrixerados e conxelados.

O primeiro bloque portugués da compañía suporá un investimento total de 28 millóns de euros e prevese que estea totalmente operativo no primeiro semestre de 2019. Para iso, xa se finalizaron as canalizacións eléctricas e executouse a estrutura metálica de varios dos seus almacéns, ao tempo que se abordaron importantes avances en relación coa nova vía de acceso



Fotografía aérea da construción do bloque loxístico na Póvoa de Varzim, Porto.

EN 2018:

1.000.000 m²

CONSTRUÍDOS

destinados a garantir a cadea de subministración da compañía



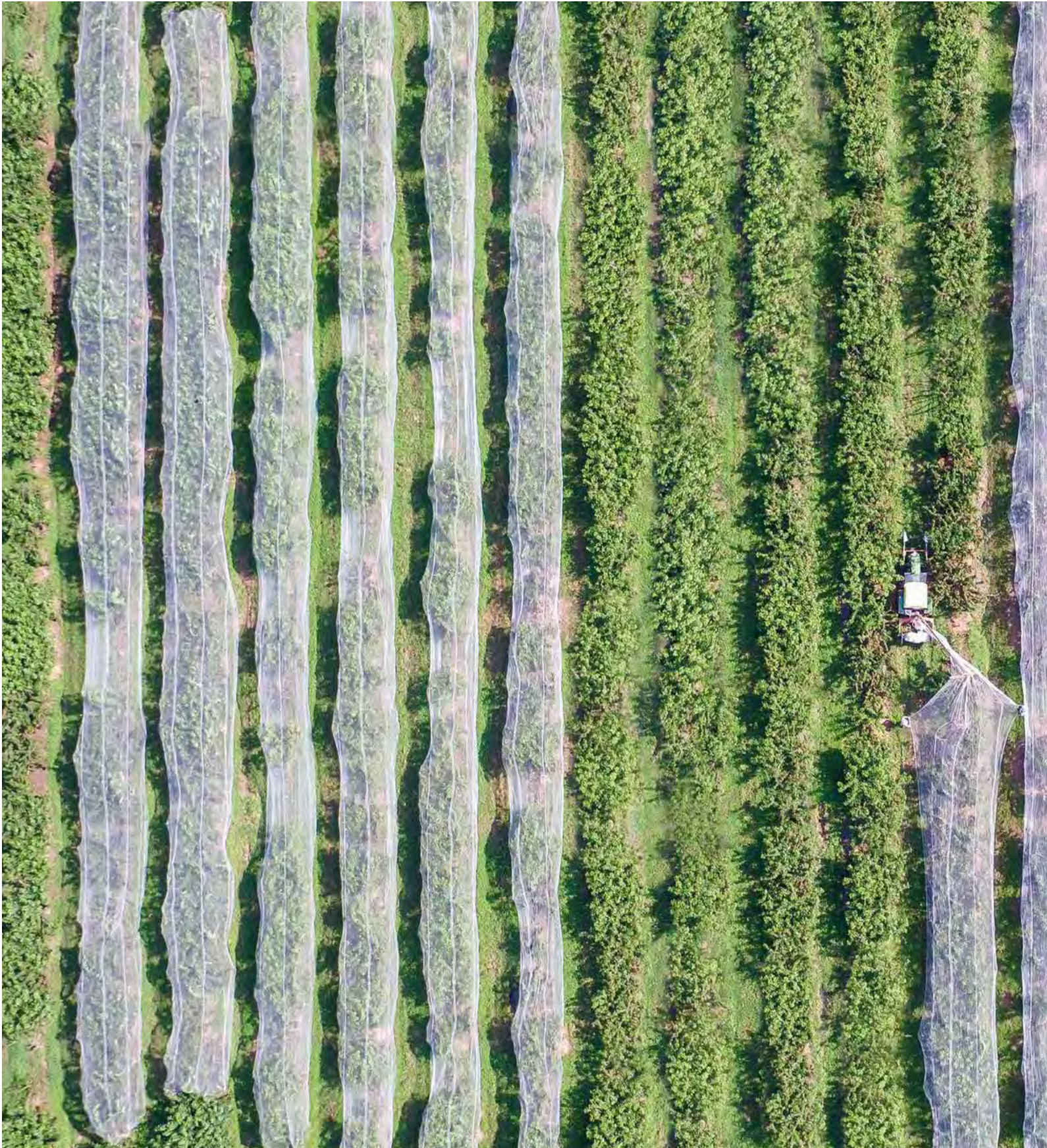
16
BLOQUES
LOXÍSTICOS

8.000
EMPREGADOS

257
MILLÓNS DE EUROS



Sistema de *Picking Ponte Grúa* (PPG) no bloque loxístico de Vitoria-Gasteiz, Araba/Álava.



Campos de cereixas do Proveedor Totaler Campo y Tierra en Coria, Cáceres.



Mercadona colabora cos Provedores Totaler para fomentar o crecemento compartido e sostible e xerar valor nos ámbitos nos que ten presenza. Ademais, aposta dende hai anos pola creación e consolidación dunha industria produtiva e eficiente no país. Colabora cun total de 1.400 Provedores Totaler, o que permitiu impulsar durante os últimos anos un importante clúster industrial no país.



Os Provedores Totaler aplican nos seus procesos boas prácticas de protección ambiental e apostan pola produción responsable, para o que desenvolven iniciativas conxuntas que, a través de proxectos baseados na economía circular e no uso eficiente de recursos, permiten axustar ao máximo o consumo de materias primas. Ademais, o 100% dos produtos de orixe animal de Mercadona procede de provedores homologados que se comprometeron a ter implantados antes de 2021 os estándares certificables en materia de Benestar Animal tanto na fase de granxa, como durante o transporte e durante o sacrificio.



O 100% dos provedores comparten a Política de Compra de Produtos da Pesca de Mercadona.



MERCADO



4. A SOCIEDADE

O **MODELO DE CALIDADE TOTAL** CONTEMPLA TRANSVERSALMENTE AS ESTRATEXIAS E OS OBXECTIVOS PARA **SATISFACER E CREAR VALOR COMPARTIDO** PARA OS **CINCO COMPOÑENTES** DA COMPAÑÍA, CUMPRINDO O **PROPÓSITO** COMO EMPRESA DE **XERAR EMPREGO, PROSPERIDADE E RIQUEZA**

E ao mesmo tempo, contribúese a mellorar a calidade de vida das persoas e a innovar para transformar a sociedade, a través dunha visión conxunta compartida por todos os que forman o Proxecto Mercadona: “Ser unha empresa que a xente queira que exista e sinta orgullo dela”

PRINCIPAIS DATOS A SOCIEDADE

CRECEMENTO COMPARTIDO E SOSTIBLE

Investimento de

1.504

MILLÓNS DE EUROS

e xeración de

1.800

NOVOS POSTOS DE TRABALLO

fixos, estables e de calidade

Achega directa de

4.800

MILLÓNS DE EUROS

ao PIB nacional

en 2018

MERCADONA SOCIAL

Colaboración con
máis de

170

COMEDORES SOCIAIS

60

BANCOS DE ALIMENTOS

aos que doou

8.300

TONELADAS DE ALIMENTOS

33

FUNDACIÓNS E

CENTROS

OCUPACIONAIS

que traballan na creación

dos murais de *trencadís*

MEDIO AMBIENTE

Investimento de

40

MILLÓNS DE EUROS

en protección do
medio ambiente



Nova bolsa de papel, reutilizable.

4.1 Crecemento sostible e compartido

En Mercadona, o comportamento socialmente responsable está arraigado organicamente no seu Modelo de Xestión, un Modelo que aposta pola verdade universal de que “para recibir, primeiro hai que dar” e que aborda a súa actividade de maneira responsable, convencida de que cando se actúa correctamente, obtéñense, a medio e longo prazo, reaccións e resultados positivos por medio da aposta polo crecemento e a prosperidade compartidos.

Para iso, fomenta un comportamento responsable e cantos forman parte da compañía non só se esforzan diariamente, senón que manteñen, ademais, unha actitude de transparencia e diálogo na que a empatía é clave. Unha actitude solidaria que lle permite á compañía impulsar medidas que contribúen a mellorar os ámbitos no que desenvolve a súa actividade. E tamén, a involucrarse no desenvolvemento das zonas onde ten presenza a través de iniciativas de moi diversa índole, como o apoio ao emprendemento, a aposta pola convivencia con formatos tradicionais de comercio, o aproveitamento eficiente dos recursos naturais, a colaboración con organismos e entidades que axudan ás persoas con menos recursos, etc.

En 2018 Mercadona seguiu impulsando o seu proceso de transformación, que só en termos de investimento foi de 1.504 millóns de euros. Ademais, ao longo do ano o crecemento sostible da compañía xerou 1.800 novos postos de traballo estables e de calidade, practicamente 5 ao día, cunhas condicións que, ano tras ano, se manteñen por enriba da media do sector, como demostra o feito de que o soldo inicial mínimo sexa de 1.328 euros brutos ao mes.

De acordo cos cálculos realizados polo Instituto Valenciano de Investigacións Económicas (Ivie), a compañía achegou en 2018 un total de 630.000 postos de traballo, froito tanto da súa actividade directa como da xerada indirectamente e da inducida.

Todos estes feitos reflicten o compromiso vertebrador que Mercadona mantén coa Sociedade. Un compromiso que novamente se traduce nunha achega en 2018 que as cifras avalan por si soas: 1.575 millóns de euros aboados ás Administracións Públicas en concepto de tributos soportados e recadados, dos que 790 millóns de euros corresponden aos pagamentos realizados á Seguridade Social, 175 ao Imposto de Sociedades, 492 á recadación do IVE e do IRPF, e 118 a outros impostos e outras taxas, así como unha achega directa de 4.800 millóns de euros ao PIB nacional. De igual forma, froito tanto da actividade directa de Mercadona como da xerada indirectamente e da inducida, xerouse un impacto fiscal en España de 8.852 millóns de euros e un impacto no PIB de 22.900 millóns de euros.

Respecto ao proxecto de internacionalización, a compañía mantén o seu compromiso coa Sociedade pagando os impostos que lle corresponden en Portugal, feito que se traduce na achega ao longo de 2018 de tributos soportados e recadados por 4,3 millóns de euros: 1,3 millóns de euros á Seguridade Social, 2,4 millóns de euros en concepto de pagamentos de Impostos sobre Inmobles, e 1 millón de euros de IRS. Así mesmo, polos investimentos no país o valor do IVE para devolver é de 0,4 millóns de euros.

Cando se actúa correctamente, obtéñense, a medio e longo prazo, reaccións e resultados positivos por medio da aposta polo crecemento e a prosperidade compartidos

IMPACTO DA ACTIVIDADE ECONÓMICA DE MERCADONA

Achega Total de Renda, Emprego e Recadación Fiscal

22.900*

millóns de euros
ACHEGA
CONXUNTA AO PIB
1,9% do PIB

630.000*

POSTOS DE TRABAJO EN
ESPAÑA
3,4% do emprego total
en España

8.852*

millóns de euros
DE RECADACIÓN FISCAL
2,1% da recadación total estimada
das Administracións Públicas españolas
(incluídas cotizacións á Seguridade Social)

Contribución Tributaria Mercadona (España)

Tributos soportados e recadados **1.575** millóns de euros

Contribución Tributaria Soportada Mercadona

Seguridade Social

660

MILLÓNS DE EUROS

Imposto de Sociedades

175

MILLÓNS DE EUROS

Outros impostos e taxas

118

MILLÓNS DE EUROS

Contribución Tributaria Recadada Mercadona

Seguridade Social

130

MILLÓNS DE EUROS

IRPF

328

MILLÓNS DE EUROS

IVE

164

MILLÓNS DE EUROS

Contribución Tributaria Irmãdona (Portugal)

Tributos soportados e recadados **4,3** millóns de euros

Contribución Tributaria Soportada Irmãdona

Seguridade Social

0,9

MILLÓNS DE EUROS

Impostos sobre Inmobles

2,4

MILLÓNS DE EUROS

Contribución Tributaria Recadada Irmãdona

Seguridade Social

0,4

MILLÓNS DE EUROS

IRS

1

MILLÓN DE EUROS

IVE (para devolver)

0,4

MILLÓNS DE EUROS

*Datos actualizados segundo a metodoloxía empregada polo Instituto Valenciano de Investigacións Económicas (Ivie) en 2018.

4.2 Diálogo e transparencia

Mercadona mantén unha relación de proximidade coa Sociedade co obxectivo de detectar a contribución que, dentro da súa actividade, pode achegar aos ámbitos nos que ten presenza. Por iso, e dende a máxima de que “para poder recibir, primeiro temos que dar”, mantén lazos de colaboración firmes e estables, e aposta pola escoita e pola transparencia como bases sobre as que constrúe a convivencia.

Para fortalecer os seus vínculos coa Sociedade, Mercadona favorece o diálogo con esta. Grazas a iso, detecta e satisfai as necesidades do seu ámbito, ao coñecer de primeira man as inquietudes de cantos forman parte del: dos seus veciños, dos consumidores, de asociacións e institucións. Por este motivo, ano tras ano participa en numerosos foros e reunións con distintos organismos e distintas institucións, oportunidades que aproveita non só para explicar con maior detalle o seu Modelo de Empresa, senón para escoitar que espera a Sociedade do Proxecto Mercadona.

Para Mercadona, ademais, a transparencia é un valor irrenunciable e un dos eixes do seu compromiso social. Rexe as súas relacións con todos os compoñentes, tal e como pode constatarase na súa páxina web. Nela, publícase de forma periódica e actualizada información institucional e económica relevante para garantir a transparencia da súa actividade relacionada co funcionamento e control da actuación pública.



Relación con consumidores

Mercadona leva anos fomentando a participación e colaboración, a través da promoción de accións individuais ou conxuntas, coas Asociacións de Consumidores máis representativas tanto do ámbito nacional, como do autonómico e provincial.

Grazas a iso, achégase aos consumidores e pode coñecer a súa opinión, ademais de colaborar e participar en actos formativos e informativos. Neste sentido, cabe destacar a participación de Mercadona na Convención Nacional de Cooperativas Agroalimentarias de España que tivo lugar en abril de 2018 en Murcia, na que o director de Relacións Externas Cadea Agroalimentaria, Ricard Cabedo, impartiu o relatorio “Hábitos de Consumo en España”.

Mercadona mantén esta mesma política en Portugal, onde a compañía ten previsto inaugurar os seus primeiros supermercados en 2019. Por tal motivo, xa mantivo contactos con Deco Proteste, asociación de referencia en materia de defensa dos consumidores de Portugal, achegamento que lle permitiu explicar persoalmente o seu proxecto empresarial e afondar o seu coñecemento do mercado luso.

Proxecto “Mesa de Participación”

Ao longo de 2018, a compañía seguiu colaborando no proxecto “Mesa de Participación”, foro de debate e grupo de traballo formado polas Confederacións e Federacións de asociacións de consumidores e usuarios CECU, FUCI, UNAE e CAUCE xunto con Mercadona. Fundada en 2014, a MPAC réunese periodicamente co fin de debater sobre temas de actualidade, novas tendencias e novos hábitos de consumo e co obxectivo de propoñer solucións conxuntas no ámbito do consumo e de establecer lazos de unión entre a administración, os consumidores e o ámbito empresarial.

Durante estes doce meses, ademais, e a través da “Mesa de Participación”, a compañía traballou na elaboración da enquisa “Hábitos de Consumo 2018”, realizada a 3.100 familias, cuxas conclusións permitiron analizar en profundidade os hábitos de compra dos consumidores españois, a información e formación xeral que teñen en materia de nutrición ou etiquetaxe, así como a súa predisposición a colaborar en asuntos de relevancia como, por exemplo, a Responsabilidade Social e o Desperdicio de Alimentos.



Visita da Mesa de Participación de Asociacións de Consumidores (MPAC) ao Centro de Coinnovación de El Jarro en Paterna, València.



Visita da Ministra de Industria, Comercio e Turismo, Reyes Maroto, ao Centro de Coinnovación de El Jarro, València.

Achegamento a

62

ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES,
nacionais, autonómicas e
1 asociación portuguesa

Colaboración con

18

ASOCIACIÓN
de celíacos, de intolerancias e outras
alergias, 1 delas de Portugal

Colaboración en

3

CONTOS sobre celiacía e
1 vídeo sobre estilos de vida saudable



Marta e Julia, traballadora e "Xefe" do supermercado da rúa Venecuela, en Barcelona.



Virginia e Víctor, traballadora e "Xefe" do supermercado de Cuarte de Huerva, Zaragoza.

Apoio a

34

ACTOS E ACCIÓN
promovidas polas asociacións

Participación en

35

**CONGRESOS, XORNADAS E
RELATORIOS**
sobre o sector

34

VISITAS
a instalacións da compañía e
Provedores Totaler

23

CONVENIOS
de colaboración

90

ENCUNTROS
informativos

Xestión Proactiva cos Veciños

Mercadona mantén cos seus veciños unha relación construtiva cuxa base principal é o respecto mutuo. Por iso, sostén un diálogo constante que lle permite detectar as necesidades que lle formulan e harmonizar a súa actividade comercial co obxectivo de que non interfira nin xere ningún impacto molesto naqueles ámbitos e barrios nos que ten presenza.

Neste proceso de adaptación constante e de busca de solucións, sendo conscientes do moito que lle queda por mellorar, a compañía puxo en marcha en 2014 o proxecto “Xestión Proactiva cos Veciños”. Esta ferramenta preventiva permitiulle evitar que se produzan posibles molestias, ao realizar 5.190 exames nos procesos de carga e descarga, así como 3.080 nos procesos internos das instalacións e supermercados.

Ademais, e dentro do seu proceso de identificación de posibles necesidades que contribúan a fortalecer a convivencia cos barrios nos que ten presenza, en 2018 a compañía xestionou un total de 418 suxestións, queixas e melloras procedentes de veciños, das que un 70% foron resoltas satisfactoriamente en menos de 30 días.

Contribuír a consolidar cidades máis sostibles

A compañía incrementou en 2018 o uso de camións propulsados a gas para o transporte dende os seus almacéns ata as súas tendas, especialmente naquelas cidades nas

que os índices de contaminación son máis elevados. Estes motores emiten ata un 40% menos de CO₂ por litro de combustible, un 80% menos de óxidos de nitróxeno comparados co estándar Euro V, e reducen 10 veces a emisión de partículas. Ademais, e co mesmo obxectivo de reducir o impacto medioambiental, está testando a repartición a domicilio con furgonetas eléctricas e híbridas, ao tempo que seguiu consolidando a súa aposta pola descarga urbana silenciosa, iniciativa que igualmente contribúe a reducir a contaminación, tanto acústica como atmosférica.

Socio activo do Pacto Mundial

Ao longo dos últimos doce meses Mercadona seguiu traballando para impulsar as diferentes iniciativas existentes ao amparo do Pacto Mundial pola defensa dos valores fundamentais en materia de Dereitos Humanos, Normas Laborais, Medio Ambiente e Loita contra a Corrupción, ao que se adheriu en 2011.

Paralelamente, coa súa implicación activa, a compañía reforza o seu apoio aos dez principios e valores do devandito pacto; todo isto queda reflectido no informe de progreso que valida o cumprimento dos devanditos principios, que se remitiu á Rede Española do Pacto Mundial.



Máis información
na Memoria de Medio Ambiente:
www.info.mercadona.es



Fachada do supermercado da rúa Estocolmo en Madrid, integrada co estilo dos chalés próximos.

Algúns recoñecementos sociais 2018

En 2018 Mercadona recibiu numerosos premios e recoñecementos ao seu compromiso social por parte de distintas institucións e entidades. Todos eles reflicten a relación de colaboración e solidariedade que a compañía mantén coa sociedade, un compromiso constante que Mercadona consolida ano tras ano, consciente do moito que pode e debe achegar para “devolverlle á sociedade parte de canto dela recibe”.

Informe Merco Empresas

Mercadona consolidouse como a primeira empresa do sector da Distribución Xeneralista en España e a segunda empresa con mellor reputación en España na “Clasificación Xeral de Empresas 2018” do Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO). Así mesmo, Juan Roig foi considerado en 2018 o segundo líder empresarial de maior reputación segundo a “Clasificación Xeral de Líderes 2018” do mesmo monitor.

Mellor Empresa de Distribución

O pasado mes de decembro, Mercadona recibiu, na sede do Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación (MAPA) e das mans do Secretario Xeral de Agricultura e Alimentación, Fernando Miranda, o premio á “Mellor Empresa de Distribución Comercial 2017” outorgado polo medio de comunicación agroalimentario QCOM.es.

Empresa Solidaria

En 2018, a Fundación Europea para a Cooperación Norte-Sur (FECONS) distinguiu a Mercadona co premio Empresa Solidaria.

Irmá Benfeitora

Mercadona recibiu da Hermandad del Santo Refugio de Zaragoza a distinción Irmá Benfeitora, que acredita o labor solidario realizado pola compañía en colaboración con esta institución.

Empresa Solidaria

En 2018, o Concello de Alcorcón (Madrid) entregoulle a Mercadona o Galardón Empresa Solidaria, no acto de celebración da I Gala de Solidariedade e Voluntariado, pola colaboración que a compañía mantén co comedor social “Casa de María y José”.

Premios Caridade

Mercadona recibiu o Premio Empresa Solidaria 2018, concedido por Cáritas Diocesana de Guadalajara no VIII Premios da Caridade, pola súa colaboración co comedor social Casa Nazaret.

Premio Accesibilidade

Con motivo do Día Internacional e Europeo das persoas con Discapacidade, que se celebra cada 3 de decembro, o CERMI de Ceuta entregoulle o seu Premio Accesibilidade 2018 a Mercadona como recoñecemento aos esforzos que realiza en materia de accesibilidade.

Málaga de Consumo

UCA-UCE Málaga outorgoulle a Mercadona o Premio Málaga de Consumo á mellor empresa na categoría de Valor á Institución Privada.

Premio Espiga de Ouro

En 2018, Mercadona recibiu das mans da Federación Española de Bancos de Alimentos o premio “Espiga de Ouro”, o máximo recoñecemento que outorga a asociación, polo seu programa de colaboración e doazóns de alimentos a nivel nacional.

Integración en mercados municipais

Mercadona aposta pola convivencia e un exemplo diso é o compromiso que dende hai case dúas décadas mantén co comercio tradicional. Dende 2001 impulsa a revitalización dos mercados tradicionais nas 37 tendas que a compañía mantén en senllos mercados municipais. Desta forma, Mercadona contribúe a impulsar o comercio de proximidade das zonas e dos barrios nos que ten presenza.



Supermercado no Mercat de Mirasol de Sant Cugat del Vallès, Barcelona.



Os patrocinadores do Premio Rei Jaume I ao Emprendedor, Mercadona, a Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) e EDEM Escola de Empresarios, xunto ao premiado Enrique Silla Vidal, fundador e CEO de Jeanologia, compañía valenciana dedicada dende 1994 ao envellecemento dos téxtiles e ao estampado por medio de procesos sostibles.

Apoio ao emprendemento

Para Mercadona, o talento das persoas é un dos principais motores do desenvolvemento da Sociedade. Por iso, promove iniciativas tanto interna como externamente que contribúen a fomentalo, convencida de que saber detectar, reter e impulsar o talento, contribuír a xestionar o coñecemento e as novas ideas son fonte de eficiencia e produtividade e, polo tanto, unha clara aposta polo futuro da Sociedade.

Xunto a EDEM Escola de Empresarios e a Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), apoia ano tras ano o emprendemento a través do patrocinio da categoría “Premio ao Emprendedor” dos Premios Rei Jaume I. En 2018, novena edición desta categoría, o devandito galardón recaeu en Enrique Silla Vidal, fundador e CEO de Jeanologia, compañía valenciana dedicada dende 1994 ao envellecemento dos téxtiles e ao estampado por me-

dio de procesos sostibles. En pouco máis de dúas décadas, o seu proxecto empresarial converteuse no líder mundial das tecnoloxías ecolóxicas e sostibles para o sector téxtil, unha visión pioneira e disruptiva que transforma a industria téxtil creando produtos custo-eficientes, sostibles, innovadores, fáciles de usar e seguros para os traballadores, e que para o xurado destes premios representa “de maneira sólida e inconfundible” os valores vinculados ao feito de emprender.

No ámbito da formación e do desenvolvemento do talento, Mercadona mantén dende hai anos unha relación estreita con EDEM, fundación presidida por Hortensia Roig da que a compañía é Patrón. A través da súa participación e implicación nela, Mercadona contribúe á formación de empresarios, directivos e emprendedores irradiando os valores fundamentais do Modelo de Calidade Total.

Concretamente, en 2018 Juan Roig foi de novo profesor na 13ª edición do curso de alta dirección “15x15: 15 días con 15 empresarios líderes” e distintos directivos de Mercadona impartiron clase tanto nos programas de xestión empresarial “ABC”, de formación sénior, como en cinco títulos do Centro Universitario EDEM: o Grao en ADE para Emprendedores, o Grao en Enxeñería e Xestión Empresarial, o Máster en Mercadotecnia e Venda Dixital, o MBA Júnior e o Máster en Emprendemento e Liderado. Así mesmo, máis de 100 estudantes do Centro Universitario realizaron durante o ano pasado as súas prácticas en Mercadona.

EDEM forma parte, xunto á aceleradora Lanzadera e ao vehículo de investimento Angels, de Marina de Empresas, unha iniciativa de Juan Roig que ten a misión de formar, asesorar e financiar os emprendedores de hoxe e do futuro e que constitúe unha aposta pola creación de riqueza e emprego, así como polo fomento do emprendemento.



Juan Roig, presidente de Mercadona, xunto á 4ª Promoción de alumnos do Grao en ADE para Emprendedores de EDEM Escola de Empresarios.

4.3 Acción social: medidas, obxectivos e resultados

Mercadona Social e Responsable

Un dos compromisos que Mercadona mantén coa Sociedade é devolverlle parte de canto recibe dela. En 2018, a compañía reforzou este compromiso por medio do seu Plan de Acción Social, co apoio a diversas institucións e entidades sociais de todas as comunidades autónomas.

Grazas a esta implicación, Mercadona continuou en 2018 co programa de colaboración con comedores sociais doando diariamente produtos que non son aptos para a venda pero que si están en perfectas condicións para o seu consumo a 170 comedores sociais de proximidade de diferentes localidades de España.

Operacións Quilo e Gran Recollida

No marco do seu compromiso coa sociedade, e tanto a través da súa rede de supermercados como coa axuda dos traballadores e co apoio da súa división lóxística, Mercadona colaborou en diferentes “Operacións Quilo” e na “Gran Recollida” organizada polos Bancos de Alimentos. En 2018, novamente os “Xefes” demostraron a súa solidariedade, que se traduciu nun total de 5.700 toneladas doadas.

Estratexias contra Desperdicio Alimentario

O desperdicio é un problema transversal responsabilidade de todos os que formamos a cadea alimentaria. Está relacionado directamente cos hábitos inadecuados de aprovisionamento e de consumo, así como cunha xestión e manipulación inadecuadas dos alimentos. Consciente diso, Mercadona desenvolve diferentes estratexias que contribúen a reduci-lo.



Paula e Manolo, voluntaria e traballador do supermercado de Campanar en València durante a Gran Recollida de Alimentos 2018.

Colaboración con
170
COMEDORES
SOCIAIS

Convenios con
60
BANCOS DE ALIMENTOS
e outras entidades

8.300
TONELADAS
de alimentos
doados

5.700
TONELADAS
doadas polos “Xefes”
en Operacións Quilo

Neste sentido, a compañía dispón de ferramentas internas de xestión que permiten o máximo axuste nos pedidos para adecualos á demanda real do “Xefe” e reducir os excedentes nas tendas. Estes excedentes, cada día máis axustados, son doados dende hai anos a diferentes institucións xunto aos produtos que non son aptos para a venda por pequenas deterioracións no envase, pero que si están en perfectas condicións para ser consumidos con total seguridade.

Paralelamente, en 2018 a compañía continuou participando na estratexia do MAPA “Máis alimento, menos desperdicio”, cuxo obxectivo é previr e reducir o desperdicio alimentario; e formou parte igualmente da iniciativa da AECOC “A alimentación no ten desperdicio, aprotéitaa”. Así mesmo, participou en diferentes iniciativas autonómicas contra o dispendio, como por exemplo a “Plataforma de Euskadi contra o dispendio alimentario” impulsada pola viceconsellería de Agricultura, Pesca e Política Alimentaria do Goberno vasco.

Cubertas axardinadas

Na súa aposta pola convivencia e por fomentar unha relación de bos veciños, Mercadona impulsa iniciativas que contribúen a mellorar os barrios nos que ten presenza. Exemplo diso son os xardíns urbanos que a compañía instalou nas cubertas das tendas que ten en patios de bloques, así como os xardíns verticais integrados nalgúns centros, medidas coas que contribúe á recuperación de espazos singulares. No momento do peche de 2018, a compañía contaba cun total de 5 xardíns urbanos, en cuxa construción e en cuxo deseño se utilizaron especies autóctonas de baixas necesidades hídricas, que reducen tanto a contaminación como o denominado “efecto illa de calor” e que, ademais, contribúen a alcanzar os obxectivos definidos no Libro Verde de Sostibilidade Urbana e Local editado polo daquela Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación e Medio Ambiente.



Cuberta axardinada do supermercado da glorieta de Quevedo en Madrid.

Murais *trencadís*

Tras decidir, hai anos, consolidar a innovación social das súas tendas, en 2018 Mercadona seguiu implantando nas peixerías e nos puntos de acabado de carne das súas tendas murais de *trencadís*. En total, 573 novos murais, que supuxeron un investimento de 1,5 millóns de euros e que foron elaborados grazas ao esforzo diario de máis de 1.000 persoas con discapacidade dun total de 33 fundacións e centros ocupacionais.

Mercadona e Pamesa Cerámica decidiron poñer en marcha en 2011 este proxecto social co obxectivo de ofrecerlles a estas persoas formación e emprego. Sete anos despois, o proxecto non só segue vixente, senón que se consolida e crece, pois a compañía colabora coa Fundación Roig Alfonso, Fundación Síndrome de Down, Fundaempleo Azahar e Fundación Espurna; os Centros Especiais de Emprego Purglass, Ivas, Tola, Di-Kapacitats e Monduber; a Granxa Fogar El Rinconet; Asociación Afanías; os Centros

Ocupacionais Torreblanca, Ivas el Maestrazgo, El Molí, Ivas Belcaire, Buris-Anna, La Salut, La Xara, El Castellet, Hort de Feliu, Mislata, Xirivella, El Prat, La Ribera, El Cau e Habilitare; a Cooperativa Social Socoltie, e Koynos; os Centros Ocupacionais Municipais de Sueca, Requena e María Rafols; Bona Gent e Atadis, institucións ás que agradece o seu esforzo diario.

Este proxecto obtivo o recoñecemento de El Economista, que lle outorgou a Mercadona o Premio á empresa que mellor desenvolveu a súa Responsabilidade Social Corporativa en 2018 polo seu apoio á integración mediante a realización de murais decorativos de *trencadís* nas súas tendas. Este galardón, cuxa entrega se realizou durante “A Noite da Economía” que promove o mencionado xornal, contribúe a difundir o labor de innovación social que a compañía realiza nos seus supermercados.



Membros da Fundación Roig Alfonso da Comunidade Valenciana elaborando os murais de *trencadís*.



Gonzalo Gortázar, Conselleiro Delegado de CaixaBank, entrégalle a Arantxa Roig, directora da Fundación Roig Alfonso, o Premio á empresa que mellor desenvolveu a súa Responsabilidade Social Corporativa en 2018 outorgado por El Economista.

FUNDACIONES E CENTROS OCUPACIONAIS QUE ELABORAN OS MURAI S DE *TRENCADÍS*



4.4 Mercadona Sostible

Mercadona contempla calquera efecto que a súa actividade poida ter no ámbito, motivo polo que mantén un compromiso pleno coa protección e co aproveitamento eficiente dos recursos naturais para “facer máis con menos”



Máis información na Memoria de Medio Ambiente:

www.info.mercadona.es

Sistema de Xestión Medioambiental Propio

No marco do seu sistema de xestión medioambiental propio, e por medio dunha actitude responsable, Mercadona promove numerosas iniciativas que canaliza, principalmente, a través de 4 áreas fundamentais.

Optimización consumo recursos naturais

Tras seguir adaptando centros ao seu Novo Modelo de Tenda Eficiente, que permiten unha redución do consumo enerxético de ata un 40% respecto a unha tenda convencional, a compañía pechou 2018 cun total de 400 supermercados destas características, ao tempo que continuou incorporando medidas de aforro enerxético nos seus bloques loxísticos.

Ademais, en 2018 avanzou na eliminación das bolsas de plástico dun só uso, a través da incorporación en 66 tendas situadas en València, Bizkaia, Barcelona, Cantabria, Illes Balears, Ceuta e Melilla, de alternativas máis sostibles, como as bolsas de papel, de plástico reciclado procedente do plástico e da embalaxe dos supermercados, e as de rafia. Estas novas bolsas estarán dispoñibles en toda a cadea en abril de 2019.

Paralelamente, e cumprindo a normativa europea de redución de emisións de dióxido de carbono, en 2018 implantou instalacións frigoríficas máis sostibles. Para iso, utilizou tecnoloxías alternativas que reducen as emisións de CO₂ e a cantidade de gases refrixerantes e, adicionalmente, está investigando novos sistemas experimentais co mesmo obxectivo. Nesta mesma liña de optimización de recursos, a compañía seguiu avanzando na implantación dun sistema de xestión de alarmas que garante diariamente a temperatura óptima de cada produto, ata pechar 2018 cun total de 1.203 tendas adaptadas a este sistema, que en 2019 se estenderá a todos os supermercados da cadea.

Redución de residuos e do desperdicio alimentario

Ao longo do ano, a compañía mantivo o seu compromiso coa reciclaxe mediante xestores autorizados de todos os residuos de cartón, plástico, *poliexpan* e madeira. Ademais, e para potenciar unha produción responsable que converte residuos en recursos, seguiu apostando pola economía circular e impulsando, por medio dela, sinerxías entre provedores que xeran sostibilidade.

A compañía, que participa na estratexia do MAPA: “Máis alimento, menos desperdicio” e é impulsora da iniciativa da AECOC “A alimentación non ten desperdicio, aprobeíttaa”, tamén reforzou a súa política contra o desperdicio alimentario. Para tal efecto, durante 2018 non só optimizou a xestión dos seus pedidos para paliar o devandito desperdicio, senón que liquidou produtos frescos nos seus supermercados e doou alimentos que son aptos para o consumo pero non para a venda.



Recipiente fabricado con plástico reciclado polo Proveedor Totaler SP Berner.

Redución de emisións e optimización loxística

En 2018, Mercadona seguiu traballando para reducir as emisións por medio da súa aposta por vehículos sostibles, como demostra o feito de que o 95% da frota de camións do seu provedor loxístico sexa Euro VI e Euro VI C, os máis esixentes actualmente en materia de óxidos de nitróxeno e partículas. Ademais, e dentro do seu proxecto de Distribución Urbana Sostible, incorporou 54 camións propulsados a gas e levou a cabo probas con furgonetas eléctricas e híbridas para a repartición a domicilio.

Paralelamente, seguiu apostando pola optimización loxística para “facer máis con menos”, con diferentes medidas como as melloras nos camións para incrementar a súa carga útil das 24 ás 26 toneladas en cada viaxe, a incorporación á frota dos seus provedores de transporte de 18 megatráileres ou o inicio das probas piloto, xunto a Acotral e a DXT, de bitráileres que poden transportar ata 66 palés por viaxe. Igualmente, maximizou a súa eficiencia no transporte, como pon de manifesto a taxa de

enchido alcanzada, incluídas as viaxes de retorno, que foi do 90%.



Camión propulsado a gas tras realizar unha descarga no supermercado da praza de La Mezquita en València.



Megatráiler á entrada do bloque loxístico en Riba-roja, València.

XESTIÓN MEDIOAMBIENTAL, EFICIENCIA E SOSTIBILIDADE

EMISIÓN DE CO₂ en quilos por metro cúbico de mercadoría*

2017 **45,39**
2018 **44,39**

Emisións directas

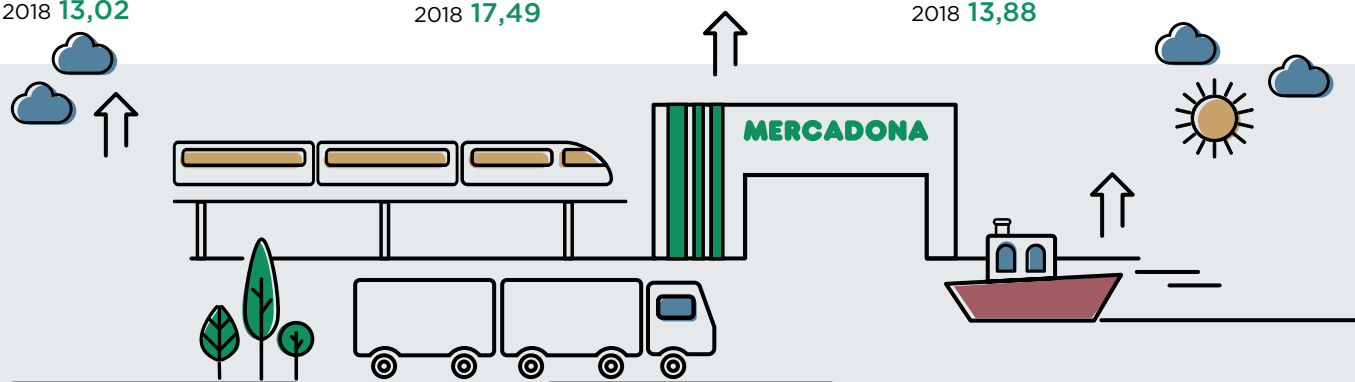
2017 **14,13**
2018 **13,02**

Emisións debidas ao consumo de enerxía

2017 **17,98**
2018 **17,49**

Emisións debidas ao transporte de mercadoría

2017 **13,27**
2018 **13,88**



TRANSPORTE POR ESTRADA

Tendas con descarga urbana silenciosa

2017 **664**
2018 **736**

Estándares de emisións na frota (camións Euro V, Euro VI e Euro VI C)

2017 **Euro V (9%)**
Euro VI (57%)
Euro VI C (34%)
2018 **Euro VI (28%)**
Euro VI C (70%)

OUTROS DATOS

Consumo enerxético en GJ

2017 **7.745.047**
2018 **7.830.976**

Emisións totais de CO₂ (miles de toneladas)

2017 **1.593**
2018 **1.615**

RECICLAXE

Toneladas papel e cartón

2017 **202.421**
2018 **213.167**

Toneladas poliexpan

2017 **2.494**
2018 **2.636**

Toneladas plástico

2017 **13.001**
2018 **13.660**

Toneladas madeira

2017 **1.878**
2018 **3.479**

Toneladas tonners reciclados

2017 **1**
2018 **1**

Toneladas pilas usadas recollidas nas tendas

2017 **167**
2018 **179**

Taxa de reciclaxe



Reciclaxe/Valorización

2017 **78%**
2018 **76%**

Destrución

2017 **22%**
2018 **24%**

*Todos os datos fan referencia ao proceso de Mercadona dende o transporte ao bloque loxístico ata a tenda. Elaboración propia baseada no protocolo GHG.

Benestar Animal e Pesca Sostible

Mercadona mantén unha política de Benestar Animal baseada nos principios da Organización Mundial de Sa- nidade Animal (OIE), principio que traslada aos seus prove- dores. Consciente de que queda moito por mellorar, a compañía foi implantando diversas medidas neste ámbi- to. Así, o 100% dos produtos de orixe animal de Mercado- na procede de provedores homologados e tamén a tota- lidade dos seus provedores de peixe ratifica a política de Compra de Produtos da Pesca.

Ademais, traballa con provedores que fomentan a pro- tección dos animais nas granxas, no transporte e incluso no matadoiro, por medio de diferentes programas e en cooperación con distintas institucións, como o Instituto

de Investigación e Tecnoloxía Agroalimentarias (IRTA) ou o Instituto de Investigación e Desenvolvemento Tecnolóxico (NEIKER-Tecnalia). E adicionalmente, todos os seus prove- dores asumiron o compromiso de, en 2021, implantar nos seus procesos estándares certificables de Benestar Animal.

Por outra parte, en 2018 a compañía colaborou coa ONG SEO Birdlife para a protección das aves nas grandes ci- dades, proporcionándolles lugares de alimentación e descanso nos xardíns urbanos situados na cuberta dal- gunhas tendas.



Máis información na
Memoria de Medio Ambiente:
www.info.mercadona.es



Ovellas pastando en Arcusa, na zona de El Sobrarbe aragonés, Huesca, orixe dos cordeiros do Proveedor Totaler Profesionales de la Carne.

ALGUNHAS ENTIDADES E ORGANISMOS COS QUE MERCADONA COLABORA

AECOC

Asociación Española de Codificación Comercial

AESAN

Axencia Española de Seguridade Alimentaria e Nutrición

AEP

Asociación Empresarial de Portugal

APED

Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución

ASEDAS

Asociación Española de Distribuidores, Autoservizos e Supermercados

AINIA

Asociación para a Investigación da Industria Agroalimentaria

AVE

Asociación Valenciana de Empresarios

Cámara de Comercio e Industria Luso Española

Cámara de Comercio de España

Cámara Oficial de Comercio de España en Bélxica e Luxemburgo

CEOE

Confederación Española de Organizacions Empresariais e as súas respectivas organizacions territoriais e autonómicas

CIP

Confederación Empresarial de Portugal

Círculo de Empresarios

Consello Asesor Agroalimentario de San Telmo Business School

MAPA

Direccións Xerais do Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación

Ecoembalaxes España

Ecodes

Fundación Ecoloxía e Desenvolvemento

EDEM

Escola de Empresarios

ENAC

Entidade Nacional de Acreditación

ESCODI

Escola Superior de Comercio e Distribución de Terrassa

EuroCommerce

ERRT

European Retail Round Table

Forética

Foro Interalimentario

Fundación COTEC

Fundación ÉTNOR

Fundación Seres

Fundación Transforma España

GS1 Portugal

IEF

Instituto da Empresa Familiar

Máster en Xestión de Empresas Agroalimentarias da Fundación Lafer

Pacto Mundial

Retail Forum

Foro Europeo da Distribución para a Sostibilidade

Respon.cat

Responsabilidade Social en Cataluña

SESAL

Sociedade Española de Seguridade Alimentaria

Autoridades Sanitarias ou de Seguridade Alimentaria nas distintas Comunidades Autónomas



Detalle da entrada do supermercado da rúa Ayala en Madrid.



Un dos compromisos de Mercadona é devolverlle á sociedade parte de canto recibe dela. Dentro do seu plan de acción social, e a través das diferentes iniciativas nas que participou en todas as comunidades autónomas, seguiu desenvolvendo un importante labor de axuda coa doazón e redistribución a 170 comedores sociais e 60 Bancos de Alimentos de máis de 8.300 toneladas de alimentos.



Mercadona aposta polo talento e polo seu desenvolvemento e fomento tanto dentro como fóra da compañía. Por iso, impulsa iniciativas de apoio ao emprendemento, como por exemplo coa súa colaboración en EDEM Escola de Empresarios, tanto por medio da docencia como do patrocinio dos Premios Rei Jaime I.



Mercadona é un proxecto empresarial de crecemento compartido. En 2018 realizou un investimento de 1.504 millóns de euros e unha achega de 1.575 millóns de euros aboados ás Administracións Públicas en España. Paralelamente, contribuíu en 4.800 millóns de euros ao PIB nacional e xerou 1.800 novos postos de traballo.



Mantén un compromiso pleno coa protección e co aproveitamento eficiente dos recursos naturais. Dispón dun sistema de Xestión Medioambiental propio cuxo obxectivo principal é aproveitar ao máximo os recursos dispoñibles e minimizar a xeración de residuos. O devandito sistema centrase na optimización do consumo de recursos naturais, na redución de residuos e do desperdicio alimentario, na redución de emisións e na optimización loxística.



Traballa xunto aos seus provedores no fomento do Benestar Animal nas granxas, no transporte e no sacrificio, por medio de diferentes programas e en colaboración con distintas institucións. O 100% dos produtos de orixe animal de Mercadona procede de provedores homologados e en 2021 todos aplicarán, ademais, estándares certificables de Benestar Animal durante toda a vida deste.



Ademais da súa Política de Pesca Sostible, iniciou unha colaboración co Consello Superior de Investigacións Científicas (CSIC) na investigación de posibles parasitos que se poderían encontrar nestes seres vivos e frear a súa evolución. Os resultados deste estudo permitirán consolidar unha cadea confiable e mellorarán a calidade e o servizo que lles ofrece aos seus clientes.



A través das distintas institucións das que forma parte e dos foros nos que participa, Mercadona reforza e dá a coñecer os seus valores e o seu compromiso coa ética empresarial. A compañía, ademais, está adherida dende o ano 2011 ao Pacto Mundial pola defensa dos valores fundamentais en materia de Dereitos Humanos, Normas Laborais, Medio Ambiente e Loita contra a Corrupción. É socia de Forética, da Fundación Seres e da Comunidade #PoloClima, proxecto pioneiro para que persoas, empresas, administracións e organizacións actúen contra o cambio climático.



5. O CAPITAL

**MERCADONA É UNHA EMPRESA
FAMILIAR DE CAPITAL 100%
ESPAÑOL** CUXA RESPONSABILIDADE
É SATISFACER, SEMPRE E
COA MESMA INTENSIDADE, OS
CINCO COMPOÑENTES QUE
CONFORMAN A COMPAÑÍA

Para iso conta cun modelo de xestión propio, o Modelo de Calidade Total, e aplica unha orde secuencial que sitúa no centro de calquera decisión que toma “O Xefe”, porque se o cliente está satisfeito, as vendas chegan e, con elas, o beneficio. Grazas ao Modelo de Calidade Total, Mercadona consolidou ano tras ano o seu desenvolvemento e a súa expansión. E por medio do esforzo constante de cantos forman parte do seu proxecto, é motor de crecemento compartido naqueles lugares onde ten presenza, a través da xeración de emprego, prosperidade e riqueza

Constituída en Tavernes Blanques (València) en 1977, o obxecto social de Mercadona é “a compra-venda de todos os artigos que comprende o ramo da alimentación, así como o seu comercio, e pode abrir establecementos para a venda polo miúdo ou por xunto dos citados produtos, a prestación de servizos de transporte de todo tipo de mercadorías, e realizar estudos, programas, informes e calquera outra actividade que directa o indirectamente se relacione coa informática e a xestión, a contabilidade, a administración e o control de empresas”. Mercadona dedícase á distribución de produtos de alimentación, droguería e perfumería, a través dos seus 1.636 supermercados, que se abastecen dende os diferentes bloques loxísticos que a empresa ten estratexicamente situados no territorio nacional. Como xa se comentou noutros apartados desta Memoria, en 2018 abríronse as primeiras tendas na Cidade Autónoma de Ceuta, na illa de La Palma e na Cidade Autónoma de Melilla, e para 2019 a materialización do proxecto de Portugal traducirase na apertura das primeiras tendas nos distritos de Porto, Braga e Aveiro.

A satisfacción do quinto compoñente, “O Capital”, é un dos obxectivos do Modelo de Mercadona e non sería posible sen conseguir previamente a satisfacción do resto dos compoñentes. A confianza que día a día depositan na empresa os máis de 5,3 millóns de fogares, o esforzo diario na realización do traballo rutineiro dos aproximadamente 85.800 traballadores en España e Portugal, o compromiso dos provedores e a boa acollida da sociedade, permitíronlle á compañía conseguir os obxectivos de vendas definidos para o exercicio 2018. Os cambios realizados por Mercadona respecto ao Modelo de Tenda Eficiente, aos bloques loxísticos e aos sistemas de información, leváronse a cabo de forma coherente co modelo de xestión baseado na Calidade Total e pensando na xeración de beneficios sostibles no longo prazo.

Como en exercicios anteriores, as contas anuais foron auditadas por Deloitte, SL, que con data do 31 de xaneiro de 2019 emitiu o seu informe sen salvidades, conforme vén sendo habitual. O devandito informe, xunto coas contas anuais, depositase no Rexistro Mercantil de València.

PRINCIPAIS CIFRAS

(millóns de euros e de quilítros)	2017	2018	%Variación
Unidades de venda quilos-litros	11.586	11.848	+2%
Facturación	22.915	24.305	+6%
Resultado de explotación	395	767	+94%
Resultado antes de impostos	402	760	+89%
Resultado despois de impostos	322	593	+84%

Unidades de venda (*quilitros*)

No momento do peche do exercicio, a compañía alcanzou unha cifra de 11.848 millóns de *quilitros* vendidos, un 2% máis que os 11.586 de 2017. A compañía está satisfeita con esta cifra, pois pon de manifesto a confianza depositada polo “Xefe” ao longo destes doce meses.

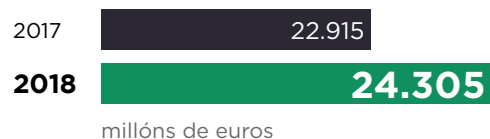
EVOLUCIÓN *QUILITROS* VENDIDOS



Vendas

A confianza dos “Xefes” e a aposta firme por prescribir a oferta coa mellor relación calidade-prezo que satisfaga as súas necesidades, permitíronlle a Mercadona alcanzar en 2018 un volume de facturación de 24.305 millóns de euros, un 6% máis que en 2017.

EVOLUCIÓN VENDAS BRUTAS



Beneficio

O beneficio antes de impostos situouse en 760 millóns de euros en 2018, fronte aos 402 millóns de euros do exercicio precedente. Pola súa parte, o beneficio despois de impostos en 2018 foi de 593 millóns de euros, mentres que en 2017 Mercadona obtivo un resultado neto de 322 millóns de euros.

EVOLUCIÓN DO BENEFICIO NETO



A evolución do resultado e das vendas pon de manifesto que as decisións se tomaron cumprindo a orden secuencial: 1º “O Xefe”, 2º Venda e 3º Beneficio.

EBITDA

O EBITDA da compañía no momento do peche do exercicio 2018 ascende a 1.195 millóns de euros, fronte aos 754 millóns de euros do ano 2017. O resultado operativo de Mercadona tivo unha evolución acorde co beneficio esperado, coherente coa estratexia do exercicio e en liña coa aposta da compañía polos resultados a longo prazo.

EVOLUCIÓN DO EBITDA





Fachada do supermercado de La Almadraba na Cidade Autónoma de Ceuta.

Investimentos

Os investimentos realizados durante o exercicio 2018 ascenden a aproximadamente 1.504 millóns de euros, fronte aos 1.008 millóns de euros do exercicio 2017, e foron financiados na súa totalidade por Mercadona, feito que reflicte a solidez da súa tesourería, a implicación nos seus proxectos e a súa capacidade de xerar fluxos de efectivo.

No momento do peche do exercicio Mercadona conta con 1.636 supermercados distribuídos en todas as provincias e comunidades autónomas que configuran o territorio nacional. Durante estes doce meses, a compañía puxo en marcha 29 novas tendas, reformou 215 e continuou a implantación do novo Modelo de Tenda Eficiente, estratexia que persegue mellorar a experiencia de compra do “Xefe” e que ten previsto finalizar nos próximos anos.

Así mesmo, iniciou a implantación de novos modelos de venda como “Listo para Comer”, que pretenden continuar incrementando a satisfacción dos seus “Xefes”.

No presente exercicio, Mercadona seguiu coas obras en bloques loxísticos, entre elas o futuro bloque loxístico

de Parc Sagunt (València), a construción das “Colmeas” para atender o negocio en liña, o desenvolvemento do novo CPD en Villadangos, as novas oficinas de Albalat dels Sorells (València) e as obras de distintos almacéns reguladores.

O proxecto de Portugal estase materializando na construción do bloque loxístico da Póvoa de Varzim para dar servizo ás futuras tendas, cuxa construción tamén se iniciou ao longo deste ano 2018.

Ademais, a compañía seguiu modernizando a súa loxística, mellorou o traballo nas súas instalacións e consolidou os investimentos dentro do proxecto informático de transformación dixital.

EVOLUCIÓN DOS INVESTIMENTOS



Recursos propios

O beneficio obtido no exercicio e na capitalización da práctica totalidade deste supuxo que, no momento do peche do exercicio 2018, a cifra de recursos propios ascenda a 5.583 millóns de euros e que o valor da compañía crecese respecto ao ano anterior.

Cabe sinalar que a taxa de recursos propios respecto ao activo total se mantivo arredor do 60% nos exercicios 2017 e 2018.

EVOLUCIÓN DOS RECURSOS PROPIOS



Outros Indicadores

Provedores

O prazo medio de pagamento a provedores foi de 43 días e o prazo de rotación de existencias de 13 días.

Os datos do Fondo de Manobra do presente exercicio son os seguintes:

En millóns de euros	2018
Activo corrente	3.641
Pasivo corrente	3.486
FONDO DE MANOBRA	155

Taxa Liquidez

A Taxa de Liquidez, definida como Activo Circulante/Pasivo Circulante, situouse en 1,04 no exercicio 2018.

O obxectivo é ser motor de crecemento compartido naqueles lugares onde Mercadona está presente

Fluxos de Efectivo

A xeración de Fluxos de Efectivo, tendo en conta os investimentos realizados no proxecto Portugal, no exercicio 2018 foi a seguinte:

En millóns de euros	2018
Fluxos actividades de explotación	1.413
Fluxos actividades de investimento	(1.341)
Fluxos actividades de financiamento (dividendos)	(122)
Variación Neta do Efectivo	(50)

A actividade investidora, descrita anteriormente, realizouse con fondos propios, o que supuxo unha diminución da tesourería.

Produtividade

Durante os exercicios 2017 e 2018 Mercadona mantivo a súa produtividade (vendas en euros/n.º de traballadores), o que reflicte a implicación das persoas que forman parte do Proxecto Mercadona en alcanzar os obxectivos fixados pola compañía.

MERCADONA, SA

Balance de situación o 31 de decembro de 2018
(en miles de euros)

ACTIVO NON CORRENTE	5.495.351
Inmobilizado	5.434.402
Activo por imposto diferido	60.949
ACTIVO CORRENTE	3.641.224
Existencias	704.439
Debedores	126.957
Investimentos financeiros	110.638
Efectivo e outros activos líquidos	2.699.190
TOTAL ACTIVO	9.136.575
PATRIMONIO NETO	5.583.359
Capital	15.921
Reservas	4.974.900
Resultado do exercicio	592.538
PASIVO NON CORRENTE	66.480
Provisións e débedas a longo prazo	19.497
Pasivos por imposto diferido	46.983
PASIVO CORRENTE	3.486.736
Provedores	2.421.574
Acredores e débedas con Administracións Públicas	796.136
Persoal	269.026
TOTAL PATRIMONIO NETO E PASIVO	9.136.575

MERCADONA, SA

Conta de perdas e ganancias correspondente ao exercicio terminado o 31 de decembro de 2018
(en miles de euros)

Importe cifra de negocios	22.234.936
Aprovisionamentos	(16.706.198)
Outros ingresos de explotación	67.399
Gastos de persoal	(2.861.459)
Outros gastos de explotación	(1.540.902)
Amortización inmovilizado	(426.557)
RESULTADO EXPLOTACIÓN	767.220
Ingresos financeiros	14.640
Deterioracións	(22.617)
RESULTADO FINANCEIRO	(7.977)
RESULTADOS ANTES DE IMPOSTOS	759.243
Imposto sobre beneficios	(166.705)
RESULTADO DO EXERCICIO	592.538

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

Cumprindo a lei 11/2018, do 28 de decembro, a Sociedade presentou un Estado de Información Non Financeira que forma parte do informe de xestión, que foi verificado por **Deloitte, SL**, como prestador independente de servizos de verificación quen con data do 31 de xaneiro de 2019 emitiu o seu informe de verificación sen salvidades, tal e como estaba previsto.

Neste traballo, Deloitte verificou unha parte importante dos indicadores que se integran, entre moitos outros, nesta memoria corporativa. Na táboa adxunta referente aos indicadores, lístanse aqueles que aparecen na presente memoria e que, á súa vez, foron verificados por Deloitte (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 seguinte enderezo:
www.info.mercadona.es

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

TÁBOA DE INDICADORES

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
1	Nome da organización	MERCADONA, SA	✓
2	Actividades, marcas, produtos e servizos	Páxs. 15-21, 45	✓
3	Localización da sede	Calle Valencia, 5 Tavernes Blanques, València, España	✓
4	Localización das operacións	España e Portugal Páxs. 4-5, 23-31	✓
5	Natureza da propiedade e forma xurídica	Páxs. 16, 115-116	✓
6	Mercados servidos	Páxs. 12-13, 16	✓
7	Dimensión da organización	Páxs. 4-5	✓
8	Información sobre empregados e outros traballadores	Páxs. 4, 26, 55-60 Mercadona conta con 85.800 empregados fixos (85.500 en España e 300 en Portugal) e non ten subcontratistas na actividade principal	✓
9	Cadea de subministración	Páxs. 5, 71-74	
10	Cambios significativos na organización e na súa cadea de subministración	Páxs. 12-13	
11	Información sobre como aborda a compañía o principio de precaución	Páxs. 17-18	✓
12	Iniciativas externas	Páxs. 46-47, 76, 95-98, 100-101, 111	
13	Relación con asociacións das que a organización é membro	Páx. 111	
14	Declaración do presidente	Páxs. 6-7	

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Páxs. 17-19	✓
16	Valores, principios, estándares e normas de comportamento	Páxs. 15-16 Mercadona réxese polo Modelo de Calidade Total, que fundamenta os valores e paradigmas da compañía. Nel defínese a conduta interna que compartimos todos os traballadores. Ademais, dispoñemos dun Código de Conduta, que ten como misión asegurar o cumprimento dos nosos valores e da Lei	
17	Estrutura de goberno	Páxs. 8-9	
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 colegiada	
19	Consulta aos grupos de interese sobre aspectos económicos, medioambientais e sociais	Páxs. 95-99	
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	Conflictos de interese	Non hai conflitos de interes Todos os Membros do Comité de Dirección son traballadores de Mercadona e non actúan como conselleiros noutras empresas do mesmo sector	
23	Funcións do órgano superior de goberno	Páxs. 8-9, 19	
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. 17-19	✓

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
28	Análise dos aspectos económicos, medioambientais e sociais	Páxs. 17-19 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 relacionados coa súa actividade e que están baixo a súa responsabilidade	
32	Políticas de remuneración	Páxs. 58-59, 62 A compañía conta dende hai anos cunha Política Retributiva, baseada no principio de “a igual responsabilidade, mesmo soldo”	✓
33	Procesos mediante os que se determina a remuneración	Páxs. 58, 62	✓
34	Implicación dos grupos de interese na remuneración	A compañía dispón dun Convenio Colectivo vixente, asinado e acordado cos representantes sindicais dos traballadores	
35	Lista de grupos de interese	Páx. 17	✓
36	Acordos de negociación colectiva	Páx. 58 Convenio laboral propio que cobre o 100% dos traballadores	
37	Identificación e selección de grupos de interese	Páxs. 15-19	
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	✓

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
39	Aspectos clave e preocupacións xurdidas	<p>Páxs. 17-19</p> <p>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</p>	
40	Definición e contido da memoria	<p>A estrutura da memoria corresponde ao Modelo de Calidade Total e informa sobre os 5 compoñentes da compañía (grupos de interese)</p>	
41	Lista de asuntos materiais	<p>Páx. 17</p> <p>En cada capítulo detállanse as estratexias e accións levadas a cabo que son relevantes para cada compoñente (grupo de interese)</p>	
42	Reformulación da información	<p>Non houbo cambios relevantes</p>	
43	Período de análise	<p>Do 1 de xaneiro de 2018 ao 31 de decembro de 2018</p>	
44	Data de análise máis recente	<p>2017</p>	
45	Ciclo de análise	<p>Anual</p>	
46	Punto de contacto para preguntas e dúbidas sobre a análise	<p>Datos de contacto na contraportada</p>	
47	Relación entre o salario inicial desagregado por sexo e salario mínimo en lugares onde se desenvolven operacións significativas	<p>Páxs. 58-59, 62</p> <p>A política retributiva responde ao principio de equidade: a mesma responsabilidade mesmo soldo, sen facer distincións por sexo ou calquera outra diferenciación</p>	
48	Porcentaxe do gasto nos lugares con operacións significativas que corresponde a provedores locais	<p>Páxs. 5, 78-79, 94</p>	
49	Número e porcentaxe de Departamentos nos que se avaliaron os riscos relacionados coa corrupción e cos riscos significativos detectados	<p>Foron avaliadas o 100% das actividades dos Departamentos da compañía</p>	

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
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	7.830.976 GJ	✓
54	Intensidade enerxética	0,22 GJ/m ³ de mercadoría	
55	Redución do consumo enerxético	14,7 millóns de kWh aforrados	✓
56	Consumo de auga	Consumo total 4 hm ³ Consumo por tenda e mes: 100 m ³	✓
57	Captación de auga segundo a fonte	100% rede de abastecemento municipal Captación de auga de chuvia en 3 plataformas loxísticas, que é utilizada para regar e baldear	✓
58	Emisións directas de gases de efecto invernadoiro	13,02 kg CO ₂ /m ³ de mercadoría	✓
59	Emisións indirectas de gases de efecto invernadoiro ao xerar enerxía	17,49 kg CO ₂ /m ³ de mercadoría	✓
60	Emisións indirectas de gases de efecto invernadoiro por transporte de mercadorías e desprazamentos	13,88 kg CO ₂ /m ³ de mercadoría	✓

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
61	Intensidade das emisións de gases de efecto invernadoiro	44,39 kg CO ₂ /m ³ de mercadoría	✓
62	Redución das emisións de gases de efecto invernadoiro	37.000 toneladas de CO ₂	✓
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	346.520 toneladas, das que o 76% vai a reciclaxe/valorización	
65	Porcentaxe de novos provedores que se examinaron en función de criterios ambientais	O 95% das plantas dos Provedores Totaler están certificadas nalgún estándar tipo ISO 14001, EMAS ou equivalente	
66	Número e taxa de contratacións e rotación media de empregados, desagregados por grupo de idade, sexo e área de actividade	Páxs. 57, 62	✓
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 notificaselles aos 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 os empregados, establecidos para axudar a controlar e asesorar sobre programas de seguridade e saúde	Os comités existentes representan a todos os traballadores ao mesmo nivel e todos os acordos son confirmados pola Dirección	✓
70	Taxa de lesións, enfermidades profesionais, días perdidos, absentismo e n.º de vítimas mortais relacionadas co traballo	Accidentes de traballo: 19,20‰	✓

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
71	Traballadores cuxa profesión ten unha maior incidencia ou risco elevado de enfermidade	Con carácter xeral, non se identifican 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 a 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	✓
73	Media de horas de formación anuais por empregado, desagregado por sexo e categoría profesional	Por empregado: 29 horas de formación e 815 euros investidos de media por traballador	
74	Programas de xestión de habilidades e de formación continua que fomentan a empregabilidade dos traballadores e os axudan a xestionar o final das súas carreiras profesionais	Páxs. 59, 64, 66	✓
75	Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións do desempeño de desenvolvemento profesional desagregado por sexo e categoría profesional	Páx. 62 Todos os 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 sexo, idade, pertenza a minorías e outros indicadores de diversidade	Páxs. 8-9, 57, 59	✓
77	Relación entre o salario base dos homes con respecto ao das mulleres, desagregada remuneración mulleres vs. homes	Páxs. 57-59, 63 Aplica o principio de equidade “a mesma responsabilidade, mesmo soldo” sen diferenza ningunha en canto a sexo	
78	Número de casos de discriminación e medidas correctivas adoptadas	En 2018, Mercadona non registrou 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	

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
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	Todo o cadro de persoal recibe formación no Modelo de Mercadona, que conforma os valores e comportamentos dentro da compañía	✓
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. 93-113)	
85	Centros de operacións con efectos negativos significativos, posibles ou reais, sobre as comunidades locais	Páxs. 18, 98, 100 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. 76-81 O 85% das compras efectúanse en España a provedores auditados segundo o Modelo de Mercadona, que contempla a satisfacción das necesidades dos traballadores	

N.º	INDICADOR	PÁXINA/COMENTARIO	
87	Contribucións políticas por país e destinatario	Non se realizaron durante o período de análise	
88	N.º de incidentes por incumprimento da 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 de análise 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. 48-51	✓
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 de análise 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 mercadotecnia, tales como a publicidade e o patrocinio, desagregados en función do tipo de resultado	Durante o período de análise 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 de análise	✓
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€



MERCADONA É UN **PROXECTO EMPRESARIAL**
NUN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN
CONSTANTE QUE BUSCA SOLUCIÓNS
PARA ADIANTARSE ÁS NECESIDADES
DO “XEFE”, AO QUE SITÚA NO CENTRO
DE TODAS AS SÚAS DECISIÓNS

TRAXECTORIA

MERCADONA 1977-2018



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

Juan Roig e a súa esposa, xunto aos seus irmáns Fernando, Trinidad e Amparo, cómpranlle Mercadona ao seu pai. A empresa conta con 8 tendas de aproximadamente 300 m² de sala de vendas. Juan Roig asume a dirección da compañía, que inicia a súa actividade como empresa independente.

1982

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

1986

Implantación da tarxeta de compra, de uso gratuíto para "O Xefe".



1988

Inauguración do bloque loxístico de Riba-roja de Túria (València), pioneiro en España por estar totalmente automatizado.

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

1990

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

1993

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

1996

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

Apertura do supermercado número 200, en Segorbe (Castelló).

Asínase o primeiro convenio de empresa para todos os traballadores.



1997

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

1999

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

Inauguración do bloque loxístico de Antequera (Málaga).

Iníciase o proxecto de novo deseño e modelo de perfumerías.

2000

Construción do bloque loxístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona). Inauguración, en Massanassa (València), da primeira Tenda por Ambientes.

Celebración da primeira Reunión de Interprovedores.

Sinatura do Convenio Colectivo de Empresa (2001-2005).

2001

Inauguración do primeiro centro educativo infantil gratuito para os fillos dos traballadores, no bloque loxístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona).

Mercadona alcanza as 500 tendas coa apertura do seu primeiro supermercado en Linares (Jaén).



2003

Primeira empresa en realizar unha Auditoría Ética.

Inauguración do bloque loxístico de San Isidro (Alacant) e do segundo centro educativo infantil da empresa.

Lanzamento da nova liña de perfume Hortensia H.

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

2004

Inauguración do bloque loxístico de Huévar (Sevilla) e do terceiro centro educativo infantil da empresa.

O Comité de Dirección decide como norma xeral non abrir os supermercados os domingos.

2005

Implantación do novo uniforme Mercadona.

Inauguración do bloque loxístico de Granadilla de Abona (Tenerife).

Sinatura do novo Convenio Colectivo de Empresa para os próximos catro anos (2006-2009).

2006

Vixésimo quinto aniversario da compañía.

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

Relanzamento da nova imaxe da Tarxeta Mercadona.



2007

Posta en marcha da primeira fase do bloque loxístico Almacén Siglo XXI de Ciempozuelos (Madrid).

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

2008

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

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

Inauguración do bloque loxístico de Ingenio (Gran Canaria).

2013

Sinatura do Convenio Colectivo e Plan de Igualdade 2014-2018.

Reinventarnos para ser máis tendeiros. Implantación de novas seccións de frescos.

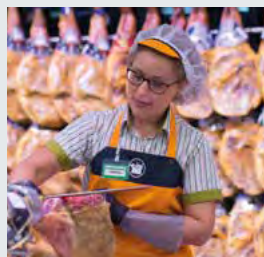
Inicio do desenvolvemento da Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona.

Inauguración do bloque loxístico de Guadix (Granada).

2014

Apertura do supermercado 1.500, situado na cidade de Santander, no barrio de Cazoña.

Posta en marcha do novo Centro de Proceso de Datos situado en Albalat dels Sorells (València).



2015

Novo Centro de Formación e Servizos en Albalat dels Sorells (València).

O modelo de innovación radical de Mercadona é recoñecido internacionalmente.

2016

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

Inaugura os dous primeiros supermercados co Novo Modelo de Tenda Eficiente, situados en Puerto de Sagunto (València) e na localidade de Peligros (Granada).

2017

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

Adquisición de parcelas para o novo bloque loxístico de Parc Sagunt, en Sagunt (València).

Inicio do proxecto de transformación dixital da man da compañía tecnolóxica SAP.

2018

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

Implantación da nova sección de “Listo para Comer”.

Evolución do Modelo Proveedor cara ao Proveedor Totaler co obxectivo de continuar sendo a mellor opción para “O Xefe”.

Sinatura do Convenio Colectivo de Empresa e Plan de Igualdade 2019-2023.

O Proxecto Mercadona segue avanzando...





MERCADONA

MERCADONA S.A.
C/ Valencia, 5 - 46016
Tavernes Blanques (València)
Teléfono: (+34) 963 883 333
Fax: (+34) 963 883 302

IRMÃO DONA SUPERMERCADOS S.A.
Rua Pinheiro Manso, 471
4100-413 Porto (Portugal)
Teléfono: (+351) 221 201 000



www.mercadona.com
☎ 900 500 103
☎ 800 500 100

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

www.facebook.com/mercadonaportugal
www.youtube.com/mercadonaportugal