



Mercadona

MEMORIA ANUAL 2017

#SonMercadona





A fotografía da portada mostra a Santi, traballador do supermercado da praza Francisca Navarro en Burjassot, Valencia, na nova sección de forno.





Miriam e César, "Xefes" do supermercado La Venta, en Collado Villalba, Madrid.



Bolos de coco na sección de forno, elaborados por Pastelería e Confeitaria Rolo.



Entrada dun supermercado co Novo Modelo de Tenda Eficiente.



Eva, traballadora do supermercado de Miralbueno, Zaragoza.



Cebolas do provedor Duart Blay.



Novo carro-cesta.

ÍNDICE

Introdución	4
Os nosos feitos máis relevantes 2017	4
Mensaxe do Presidente	6
O Modelo	10
Mercadona Sostible	12
Innovación Transversal	14
Irmãdona: Mercadona en Portugal	16
1. “O Xefe”	22
Novo Modelo de Tenda Eficiente	24
Oferta Eficaz e Prescrición	28
Seguridade Alimentaria	34
2. O Traballador	38
Aposta pola creación de emprego estable e de calidade	40
Compromiso coa Igualdade e a Diversidade	42
3. O Provedor	48
Interprovedores e Provedores Especialistas	50
Colaboración co sector primario	58
Bloques loxísticos	60
4. A Sociedade	64
Creación de valor a través de feitos	66
Mercadona Social e Responsable	76
Medio ambiente e sostibilidade	78
Contribución de Mercadona ao desenvolvemento sostible	84
5. O Capital	86
Información Adicional Relevante	94
Traxectoria Mercadona	96

Memoria Anual 2017
e máis información:
www.mercadona.com



OS NOSOS FEITOS MÁIS RELEVANTES

2017



“O XEFE”

1.627

TENDAS EN 2017
29 aperturas

157

CENTROS REFORMADOS
AO NOVO MODELO DE
TENDA EFICIENTE

240

NOVIDADES NA
OFERTA

105

MELLORAS DE PRODUTO

5,2

MILLÓNS DE FOGARES
compran en Mercadona

15,2%

cota de mercado en
superficie total de
venta da distribución
organizada en España

O TRABALLADOR

84.000

TRABALLADORES
con emprego estable e
de calidade

5.000

NOVOS
EMPREGOS FIXOS

120

DIRECTIVOS EN
PORTUGAL

65

millóns de euros
investidos en formación

1.312

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

313

millóns de euros
de prima variable
repartidos entre o
cadro de persoal

○ PROVEDOR

17.533

millóns de euros
COMPRAS EN ESPAÑA,
máis do 85% do total

120

FABRICANTES
INTERPROVEDORES

706

millóns de euros
investidos polos
interprovedores e
provedores especialistas

80

NOVAS FÁBRICAS,
LIÑAS OU
AMPLIACIÓNS

+2.700

PROVEDORES
COMERCIAIS
e de servizo

+20.000

PEMES E PRODUTORES
de materias primas

A SOCIEDADE

1.441

millóns de euros
CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

IMPACTO DA CADEA DE
MONTAXE DE MERCADONA
EN ESPAÑA:

545.000

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

1,7%

do PIB nacional
19.500 millóns de euros

COMPROMISO SOCIAL:

+140

comedores sociais

+60

bancos de alimentos
e outras entidades

9.600

toneladas de
alimentos doados

28

fundacións e centros
ocupacionais

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

○ CAPITAL

22.915

millóns de euros
FACTURACIÓN (+6%)

11.586

MILLÓNS DE QUILOS-LITROS
(*quilitros*) vendidos (+5%)

1.008

millóns de euros
INVESTIMENTO (+47%)

322

millóns de euros
BENEFICIO NETO (-49%)

201

millóns de euros
destinados a reforzar os
FONDOS PROPIOS

MENSAXE DO PRESIDENTE



En Mercadona, seguimos inmersos nunha gran transformación para consolidar os cambios que todos os que formamos parte deste proxecto decidimos poñer en marcha. O camiño polo que avanzamos esíxenos saír da nosa zona de comodidade e pasar das palabras aos feitos. Sabemos que a mellor forma de implicar as persoas nun propósito común é a través do exemplo propio de cada un, que arrastra.

O noso proxecto segue adaptándose constantemente para satisfacer as necesidades dos cinco compoñentes da compañía (“O Xefe”, como en Mercadona denominamos os clientes, O Traballador, O Proveedor, A Sociedade e O Capital). Por iso en Mercadona o máis estable é o cambio, tendo sempre como faro “O Xefe”.

Para ser capaces de identificalo e abordalo, antes que a realidade nos obrigue a facelo, a axilidade é un elemento clave e diferencial na toma de decisións. Porque aínda que en numerosas ocasións non dispoñamos de toda a información, somos conscientes de que se esperamos a tela, corremos o risco de chegar tarde. Por iso, e sabendo que todos na compañía temos un Modelo de referencia, a axilidade chegou a Mercadona para quedar, asumindo que as equivocacións que poidamos cometer son erros que temos que recoñecer e unha oportunidade de mellora, que nos permite seguir aprendendo e innovando e mellorar a experiencia de compra do “Xefe” e a satisfacción do resto de compoñentes.

A nosa compañía traballa en seguir incorporando ao seu ADN a sinxeleza, outra calidade igualmente necesaria e imprescindible para avanzar. Eliminar a complexidade e poñer o foco na sinxeleza, principalmente nos nosos métodos e procesos, vai supoñer un grande avance competitivo para a cadea de montaxe da compañía.

Para conseguir estes retos debemos ser radicais en facer sempre o que decidimos facer, e garantir sempre a excelencia no noso traballo diario. Tendo sempre como referencia o Modelo de Mercadona, debemos pensar constantemente en como engadir valor, con decisións e reflexións baseadas nel. Para iso, estamos impulsando un importante cambio disruptivo baseado na teoría da contrastación. Un cambio que nos levou a, en lugar de medirnos polo resultado, empezar a facelo polo esforzo que diariamente realizamos no noso traballo rutineiro para satisfacer os cinco compoñentes, e a través diso conseguir os resultados.

É na aplicación destes conceptos onde se enmarcan os movementos realizados pola compañía en 2017. Seguimos impulsando a nosa oferta eficaz, construída dende “O Xefe” cara a atrás e co que garantimos todos os días a maior calidade ao menor prezo. Tamén reforzamos a nosa capacidade de sorprendelo a través da innovación e do esforzo dos interprovedores e provedores especialistas. A súa colaboración xorde de toda a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona (CASPOPDONA) e foi clave

para lograr que novos “Xefes” decidan compartir cada día connosco a súa experiencia de compra nos nosos 1.627 supermercados, feito que provocou, entre outros, que o crecemento en vendas en superficie constante de Mercadona se incrementase un 6% en 2017.

Paralelamente, reformamos nestes doce meses máis de 126 supermercados, que xunto ás 29 aperturas realizadas suman no momento do peche do ano 157 centros co novo modelo de tenda eficiente. Ademais, na nosa aposta por gañar frescura e ser cada día máis tendeiros e especialistas, estamos desenvolvendo o proxecto de Frescos Global, coa incorporación de importantes melloras nas nosas seccións de frescos e unha maior adaptación á oferta local.

Todos estes movementos contribuíron a que durante estes doce meses as vendas en volume de Mercadona crecesen un 5%, ata alcanzar os 11.586 millóns de quilos-litros. Así mesmo, a facturación incrementouse outro 6% máis que en 2016, ata os 22.915 millóns de euros.

Outro dos avances de 2017 que cabe destacar é o realizado en Portugal, país do que seguimos coñecendo, froito da coinnovación cos consumidores portugueses, os seus gustos e as súas preferencias e no que continuamos traballando para abrir as nosas catro primeiras tendas en 2019, así como o noso primeiro bloque loxístico.

Igualmente, demos pasos para consolidar o noso proxecto de innovación dixital. Exemplo diso é o acordo a cinco anos asinado co líder do mercado en software de aplicacións de negocio, SAP, que forma parte do plan estratéxico de transformación dixital da compañía, ou o avance no desenvolvemento do proxecto de Mercadona en liña.

Para construír de forma sostible todos estes fitos, Mercadona destinou durante estes doce meses un investimento de 1.008 millóns de euros, dedicado, ademais dos movementos detallados anteriormente, á apertura e reforma de novas tendas e a optimizar a nosa rede loxística. Un investimento que nace do compromiso de todos os que formamos a compañía de facer canto sexa necesario para transformar Mercadona, co foco no medio e longo prazo e non no curto.

“En Mercadona estamos inmersos nun gran cambio disruptivo e a axilidade, a sinxeleza e a contrastación chegaron para quedar”

Neste compromiso enmárcanse os 322 millóns de euros de beneficio neto obtido en 2017 pola compañía, un 49% menos que en 2016. Esta redución, que a compañía xa anunciara e prevía que fose do 70%, é froito da decisión estratéxica de asumir que durante os próximos anos “o beneficio para os cinco compoñentes no longo prazo é o investimento” co obxectivo de construír a Mercadona do futuro. Porque en Mercadona, primeiro vai a satisfacción do “Xefe”, despois chega a venda e logo con todo isto chega o beneficio.

Ao anterior hai que sumar a creación de 5.000 novos postos de traballo estable, o que supuxo pechar o ano con máis de 84.000 persoas, cuxo talento, motivación e implicación no traballo diario son as principais forzas impulsoras do éxito de Mercadona. Con eles, a compañía compartiu un ano máis, e en concepto de prima por obxectivos, 313 millóns de euros.

Se hai algo que en Mercadona é unha obsesión, é construír un modelo de empresa baseado no esforzo e no liderado. E 2017 supuxo un punto de inflexión en asumir que para dispoñer de equipos motivados e de gran rendemento, a principal responsabilidade son as persoas e o seu esforzo, despois os resultados. Porque se cada un de nós nos esforzamos todos os días en satisfacer e sorprender os nosos “Xefes”, os resultados chegan.

Ese é o noso principal reto para 2018: seguir construíndo un modelo de empresa diferente para continuar avanzando polo camiño trazado, e onde non exista, crearémolo; un modelo no que o crecemento compartido cos cinco compoñentes faga de Mercadona unha empresa da que a xente se sinta orgullosa que exista. Para a consecución desta Visión contamos, como sucedeu ao longo da historia do Proxecto Mercadona, co apoio dos nosos accionistas e do noso Consello de Administración, cuxa implicación e compromiso tamén quero agradecer.

Juan Roig

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Asegura o bo funcionamento da organización 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 e Mar



Francisco López

Director Xeral de Compras Froita e Verdura



Ramón Bosch

Director Xeral Financeiro e Fiscal



Héctor Hernández

Director Xeral Xurídico, Organización e Marina de Empresas



Oriol Montanyà

Director Xeral de Loxística



Consello de Administración

É o órgano encargado da xestión, organización e 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

Apoia o Consello de Administración na supervisión, entre outros, da información contable, fiscal e financeira, dos servizos de auditoría, o cumprimento e a xestión de riscos.

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

A VISIÓN

“Conseguir unha Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona que a Sociedade queira que exista e sinta orgullo dela, a través do liderado e tendo ‘O Xefe’ como faro”

A MISIÓN

“Prescritores totais dos produtos e das solucións necesarias para que ‘O Xefe’ fabrique o seu Carro Menú* (Frescos e Secos) dentro dunha Cadea Agroalimentaria Sostible”

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



**Quen ten un Modelo,
ten un tesouro**
e aplicalo todos os
días é o segredo do
éxito de Mercadona

Campos de vides do provedor Vitivinícola do Ribeiro en Ribadavia, Ourense.

O Modelo

A través do Modelo, a nosa responsabilidade como empresa é conseguir a satisfacción dos cinco compoñentes da compañía, sempre.

Os fundamentos do Modelo

O Modelo de Mercadona é o marco de referencia para cantos forman parte do seu proxecto e axuda a que todos vaian na mesma dirección. Os seus fundamentos son as verdades universais e os paradigmas cuxa posta en práctica diaria permite consolidar o devandito Modelo e facelo evolucionar con axilidade para, dunha forma aberta e colaboradora, satisfacer, por esta orde e coa mesma intensidade, os cinco compoñentes en toda a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona: “O Xefe”, como internamente denomina os seus clientes, O Traballador, O Proveedor, A Sociedade e O Capital.

Para construír un proxecto de crecemento sostible e compartido, Mercadona basea todas as súas decisións no Modelo de Calidade Total, un modelo de xestión específico dende 1993, que evolucionou ano tras ano coa participación de cantos forman a compañía. A través 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 e que facilita a toma de decisións tendo sempre como faro a satisfacción do “Xefe”.

Unha compañía en evolución constante e que contrasta o seu esforzo diario

Dende a súa fundación, Mercadona é unha compañía en constante evolución. As reflexións de todos os traballadores contribuíron a enriquecer os fundamentos do Modelo, que serven de referencia no traballo diario.

Un fundamento clave é a Teoría da Contrastación, un gran cambio disruptivo da compañía que contribúe a garantir a excelencia sempre, de forma radical, para satisfacer os cinco compoñentes. A súa posta en práctica implica medirse máis polo esforzo (cumprir os métodos), que polo resultado, co convencemento de que se te esforzas, os resultados chegan.

Evolución do Proxecto de Mercadona

Mercadona é unha compañía de supermercados de capital español e familiar. Dende a súa fundación, o seu obxectivo é satisfacer plenamente todas as necesidades de alimentación, limpeza de roupa e do fogar e hixiene persoal dos seus clientes, así como as necesidades relacionadas coa alimentación e co coidado das súas mascotas. Conta cun cadro de persoal de 84.000 traballadoras e traballadores que se esforzan cada día por ofrecer a máxima excelencia no servizo. Grazas a eles, 5,2 millóns de fogares depositan anualmente a súa confianza na compañía.

Mercadona dispón dunha rede de 1.627 supermercados, tras inaugurar 29 novas tendas e pechar 16 que non respondían aos estándares actuais requiridos pola compañía, ademais de reformar 126 supermercados para adaptalos ao novo modelo de tenda eficiente. Actualmente, conta con presenza en 17 comunidades autónomas do territorio español e en 2018 prevé abrir as súas primeiras tendas na cidade autónoma de Melilla e na de Ceuta. Así mesmo, e tras poñer en marcha o seu plan de internacionalización, a compañía anunciou a súa entrada en Portugal coa apertura de 4 supermercados e dun bloque loxístico en 2019. Para iso, prevé investir nesta fase 25 millóns de euros e xa contratou 120 directivos, que son os responsables de liderar o proxecto empresarial no mercado portugués.

Mercadona Sostible

Mercadona mantén un compromiso co crecemento sostible que se plasma nun desenvolvemento responsable da súa actividade e permite axudar á consecución dos distintos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible impulsados pola Organización das Nacións Unidas. Mercadona é ademais socia do Pacto Mundial, iniciativa promovida pola mesma Organización.

Neste propósito, o Comité de Dirección da compañía é o encargado de determinar as políticas para identificar, previr e xestionar os riscos principais inherentes á actividade de Mercadona. Promove e apoia un firme compromiso coa prevención e xestión dos riscos que poden afectar a compañía, o que se traduce nas nume-

rosas estratexias aplicadas para garantir a satisfacción dos cinco compoñentes.

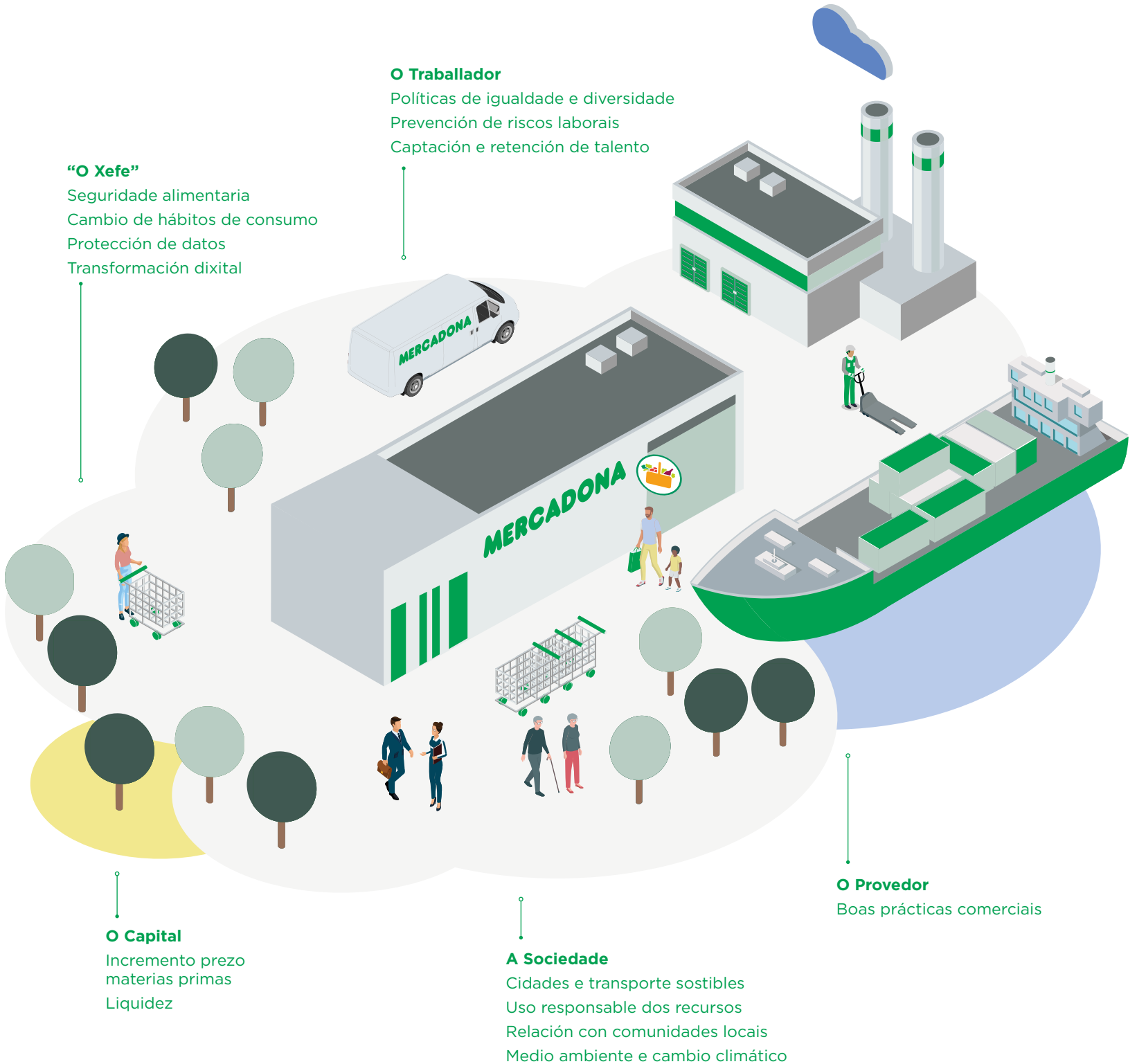
Ademais, un dos obxectivos de Mercadona coa sociedade é o principio de transparencia que a compañía reforza ano tras ano mediante a transmisión periódica dos seus resultados aos traballadores, aos provedores e á sociedade, as memorias anual e de medio ambiente, o portal de transparencia, e os diferentes informes e iniciativas de sostibilidade que comparte coas asociacións das que é membro.

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

COMPOÑENTES	POLÍTICAS E ESTRATEXIAS	DESEMPEÑO 2017
1. "O XEFE" O noso obxectivo principal é satisfacer totalmente os clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Seguridade Alimentaria - Oferta eficaz: máxima calidade, mínimo prezo - Estratexia Frescos Global - Servizo de Atención ao Cliente - Protección de datos dos consumidores - Innovación transversal 	✓ 8 8 ✓ ✓ ✓
2. O TRABALLADOR Quen satisfai "O Xefe" ten que estar satisfeito	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - Servizo médico - Conciliación da vida persoal e laboral - Convenio colectivo - Plan de Igualdade - Clima social 	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
3. O PROVEDOR Os interprovedores e provedores especialistas vertebran a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona (CASPOPDONA)	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Boas Prácticas Comerciais - Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona (CASPOPDONA) - Xeración de tecido industrial - Políticas de pesca sostible e benestar animal 	✓ 8 8 8
4. A SOCIEDADE Contribuír ao desenvolvemento económico sostible e ao progreso social do país é unha obriga para a compañía	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de relación coas comunidades locais - Diálogo e transparencia - Impulsar o emprendemento - Políticas de prevención de delitos e anticorrupción - Programa de doazón de alimentos - Sistema de xestión medioambiental: <ul style="list-style-type: none"> » Prevención da contaminación » Uso sostible dos recursos » Control e redución de emisións 	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ 8
5. O CAPITAL O obxectivo é obter beneficio como consecuencia de facer ben as cousas	<ul style="list-style-type: none"> - Crecemento e rendibilidade - Políticas de xestión de risco financeiro - Reinvestimento e visión a longo prazo - Xeración de riqueza e valor compartido 	✓ ✓ ✓ ✓

Posibles Riscos

Mercadona traballa na xestión e no control destes riscos



Modelo de Innovación Transversal

A axilidade e a sinxeleza na forma de abordar o desenvolvemento de novos produtos e servizos están moi unidas á capacidade de colaborar para captar novas necesidades. Aproveitar durante o proceso creativo o coñecemento do “Xefe”, dos traballadores e dos provedores permítelle a Mercadona ofrecer unha experiencia de compra total. Para iso, a compañía asume o risco de tomar decisións e innovar; de adiantarse en ofrecer respostas sen medo ao fracaso, que entende como unha oportunidade para seguir aprendendo, mellorar e seguir adaptándose ao ámbito con máis axilidade, consciente de que canto máis rápido se innova, máis rápido se aprende e se progresa, co que maior é tamén o valor diferencial da compañía.

Nesta aposta constante pola innovación, dispón dun modelo de innovación propio, transversal e colaborador. Un modelo que innova dende as necesidades do cliente e que lle permitiu, como pon de manifesto o Instituto Cerdà no seu estudo “O valor da innovación conxunta”, alcanzar unha taxa de éxito no lanzamento de novos produtos do 82%, fronte ao 24% do sector.

Fomentar a innovación para crecer e diferenciarnos

catro eixes da innovación

INNOVACIÓN DE

Produto

240 novos produtos e 105 melloras na oferta cunha taxa de éxito do 82%. 16 centros de coinnovación para innovar conxuntamente

INNOVACIÓN DE

Procesos

Melloras en procesos de fabricación e en sistemas loxísticos para evitar custos innecesarios. Desenvolvemento da teoría da contrastación e da organización para medir o esforzo e o resultado e concretar o papel de cada un en cada proceso

INNOVACIÓN DE

Concepto

Para engadirlle valor ao “Xefe”, como, por exemplo, o Novo Modelo de Tenda Eficiente que optimiza o seu acto de compra e xera un aforro enerxético de ata un 40%

INNOVACIÓN

Tecnolóxica

Axilizar ao máximo a toma de decisións e simplificar os procesos. Mercadona en liña e a implantación da tecnoloxía S/4 HANA de SAP para incrementar a eficiencia e axilidade dos procesos e mellorar a xestión

Transformación dixital para estar máis preto do “Xefe”

2017 foi un ano especialmente relevante para Mercadona no ámbito da innovación dixital, pois supuxo un punto de inflexión claro no seu plan estratéxico. A compañía alcanzou un acordo con SAP España para o desenvolvemento e a execución do seu proxecto total de transformación dixital, o que permitirá acelerar a transformación e optimización de todos os procesos da súa cadea de valor e supoñerá o lanzamento a grande escala do software e servizos de SAP.

Coa incorporación da plataforma SAP S/4 HANA, a compañía dispoñerá de ferramentas que lle proporcionarán información inmediata con análise en tempo real para obter, en todo momento, un dato único e veraz en calquera punto dos seus procesos. Esta información permitiralle a Mercadona anticiparse ás necesidades cambiantes dos seus “Xefes” e do mercado, o que facilitará a toma de decisións para satisfacer plenamente os clientes.



Juan Roig, presidente de Mercadona, e Bill McDermott, CEO de SAP SE, visitan as instalacións de Mercadona para analizar os avances dixitais alcanzados.



Fotografía aérea das obras de construción do futuro centro de distribución de compra en liña no polígono Vara de Quart, Valencia.

Mercadona en liña

Tamén en 2017 Mercadona deu pasos importantes no seu proxecto en liña, canle na que é a primeira empresa do seu sector e que mantén operativa dende que decidiu lanzala no ano 2001. Para iso, ao longo destes doce meses a compañía consolidou un equipo de 150 persoas, co obxectivo de adaptar o seu modelo de éxito a un medio tecnolóxico e áxil e trasladar a excelencia no servizo tamén ao seu comercio en liña, que en 2017 sumou 198 millóns de euros, un 1% da facturación da compañía, cun crecemento do 9% respecto ao ano anterior.

A compañía ten previsto iniciar as probas deste novo proxecto de compra en liña nalgúns zonas da cidade de Valencia ao longo de 2018. Para iso, Mercadona está construíndo un novo centro de distribución no polígono Vara de Quart (Valencia), unha nave de 13.000 m² que supón un investimento de 12 millóns de euros, que servirá de laboratorio para probar un modelo de distribución distinto ao actual cunha cadea de subministración propia.

Irmãdona: Mercadona en Portugal

En xuño de 2016 Mercadona decidiu poñer en marcha o seu plan de internacionalización coa entrada en Portugal. Dende esa data, e ao longo de 2017, a compañía realizou importantes esforzos para alcanzar o obxectivo marcado: abrir as súas primeiras catro tendas en 2019, das nove que xa ten asignadas, nun país que ofrece grandes oportunidades e co que mantemos importantes lazos de unión.

Tras constituír a sociedade Irmãdona Supermercados S.A., que significa “irmá de Mercadona” en portugués, e establecer a súa sede en Porto, Mercadona iniciou o seu proceso de aprendizaxe en Portugal. Dende entón, aproveitou todos estes meses para avanzar en integrarse na sociedade portuguesa, estreitar máis os seus lazos e coñecer, de primeira man, as grandes oportunidades que representa este mercado tan competitivo e afondar nas necesidades do “Xefe” portugués.



Sede social de Irmãdona Supermercados S.A. en Porto, Portugal.

Algunhas entidades portuguesas coas que colaboramos



En febreiro de 2017 Mercadona asina a súa adhesión á Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución (APED), patronal que promove e estuda os intereses do sector.



Dende marzo de 2017 Mercadona é membro do Consello Consultivo da Cámara de Comercio e Industria Luso-Espanhola (CCILE). Esta institución fomenta as relacións comerciais entre empresas portuguesas e españolas.



O ministro de Economía de Portugal, Manuel Caldeira Cabral, visitou o Centro de Coinnovación de Matosinhos en setembro de 2017 acompañado por Eduardo Pinheiro, daquela alcalde de Matosinhos e outras autoridades, xunto a Elena Aldana, directora de Relacións Externas de Mercadona en Portugal, e João Pedro Miranda, responsable do centro. “Este investimento é sinal da confianza de Mercadona en Portugal e ábreilles oportunidades ás empresas portuguesas para subministraren novos produtos a este grupo, non só no mercado portugués senón tamén en todo o mercado ibérico”, sinalou o ministro Caldeira Cabral.

Proxecto actual de Mercadona en Portugal en cifras

4
aperturas
 en 2019

9
tendas
 asinadas

25 M€
de investimento

63 M€
de compras
 a provedores portugueses

350
traballadoras e
traballadores

Centro de Coinnovación en Matosinhos
 para o desenvolvemento da oferta para os “Xefes” portugueses

Futuro bloque loxístico
 na Póvoa de Varzim

Investimento de Mercadona en Portugal

Para abordar o seu proxecto en Portugal, Mercadona realizou un investimento inicial de 25 millóns de euros. Este esforzo permitiulle, entre outras cousas, inaugurar un Centro de Coinnovación en Matosinhos (Grande Porto) para o desenvolvemento e a adaptación da oferta ao “Xefe” portugués.

A compañía anunciou tamén a construción dun bloque loxístico situado na Póvoa de Varzim, que

conta con dúas naves de 12.000 e 5.000 m². A súa localización estratéxica permitirá abastecer os supermercados da cadea na zona norte de Portugal e comunicar facilmente co bloque loxístico xa existente no norte de España, en Villadangos del Páramo, provincia de León.



Futuras tendas en Portugal

Mercadona ten previsto abrir catro supermercados en 2019 na zona de Grande Porto, no norte de Portugal. Un deles en Canidelo, en Vila Nova de Gaia, onde o acordo de colaboración alcanzado entre Mercadona e o Concello permitiu que as instalacións do Sport Club de Canidelo de fútbol sexan totalmente remodeladas, o que proporcionará mellores medios para o desenvolvemento da educación deportiva de nenos e mozos. A nova tenda de Mercadona situarase no espazo que ocupaban as antigas instalacións do Club de fútbol.

Así mesmo, en Matosinhos situarase un novo supermercado nunha antiga fábrica de conservas co compromiso de que o edificio histórico manteña toda a súa estrutura principal, preservará así a historia centenaria do inmovible e o seu marco arquitectónico inigualable. Un edificio abandonado que renace da man de Mercadona e revitaliza unha zona industrial de Matosinhos.

Talento portugués

Para o desenvolvemento da primeira fase de expansión en Portugal, Mercadona anunciou en 2016 a creación de 350 postos de traballo. No momento do peche de 2017, a compañía xa logrou incorporar o talento de 120 mozos portugueses que ocupan postos de dirección media e que serán os responsables de liderar o proxecto no país luso.

Con contrato indefinido dende o primeiro día, todos eles iniciaron un proceso de formación de 18 meses de duración e que supón, para a compañía, un investimento medio de 50.000 euros por traballador. Grazas a iso, explícaselles detalladamente o Modelo de Calidade Total de Mercadona e o seu funcionamento, á vez que se reforzan as súas habilidades e o seu liderado, así como as competencias específicas na xestión dos distintos postos de traballo.



Novo estadio de fútbol do Sport Club de Canidelo, Vila Nova de Gaia, Grande Porto.

Innovar co “Xefe” portugués

O Modelo de Coinnovación é unha das principais características diferenciadoras de Mercadona. A cadea de supermercados segue unha estratexia de aprender cos clientes que utilizan os seus produtos, escoitar os seus comentarios e innovar con eles, un modelo colaborador diferencial que xera unha maior taxa de éxito nos lanzamentos e que xa está desenvolvendo en Portugal.

De feito, en xuño de 2017 Mercadona inaugurou o Centro de Coinnovación de Matosinhos (Grande Porto), o primeiro centro deste tipo no país e que se suma aos

15 que a compañía ten en España. Nas instalacións deste macrolaboratorio de ideas, de 1.000 m² distribuídos en dúas plantas, con sala de degustación de produto e cociñas para as sesións participativas cos “Xefes”, a compañía estuda as necesidades e preferencias dos clientes co fin de adaptar a súa oferta aos hábitos do consumidor portugués. No último ano, a compañía realizou 1.700 sesións distintas cos “Xefes” portugueses, nas que compartiron as súas suxestións para seguir coñecendo os seus hábitos de consumo.

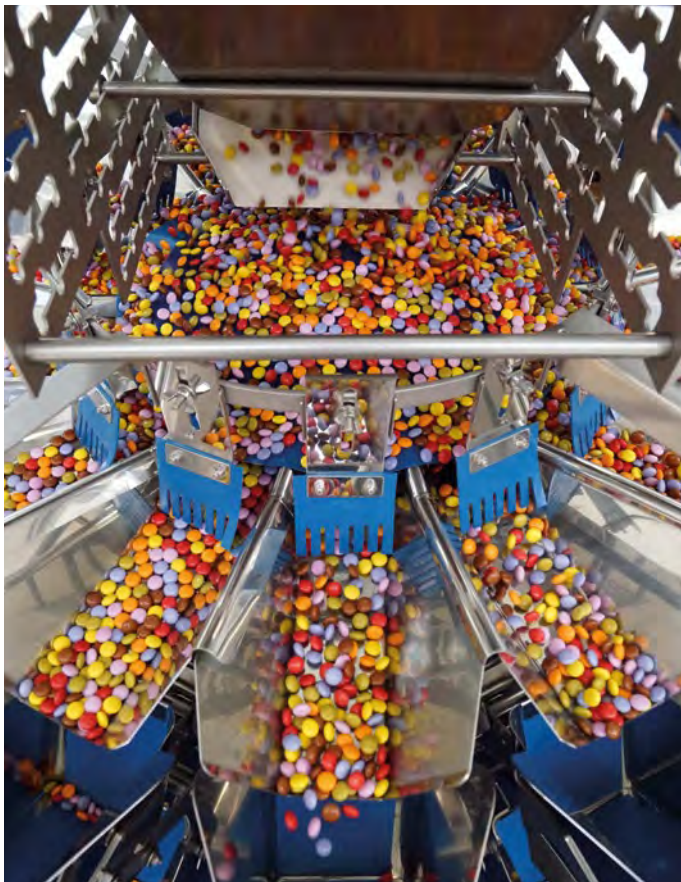


Definindo a oferta para Portugal no Centro de Coinnovación de Matosinhos, Grande Porto, xunto aos “Xefes”.

Compras a provedores portugueses

Mercadona colabora dende hai anos con provedores portugueses, aos que en 2017 lles realizou compras por valor de 63 millóns de euros, 11 máis que o ano anterior, principalmente pera rocha, tomate, kiwi, galletas, chocolates, peixe de lonxa, pastelería, etc. Mostra diso son, por exemplo, Panpor, Globalfrut e Imperial, empresas lusas que contribúen a que Mercadona ofrezca unha oferta eficaz cunha elevada innovación e calidade.

No caso de Panpor, empresa portuguesa de pastelería, iniciou a súa colaboración con Mercadona en 2014, ano a partir do que o seu produto, pastel de crema, foi consolidándose nos lineais da compañía, como demostra o feito de que actualmente poida atoparse nos supermercados de toda a cadea en España.



Pastillas de chocolate do provedor Imperial, elaboradas en Vila do Conde, Porto.

Globalfrut é unha empresa que subministra pera rocha, unha variedade de pera de orixe portuguesa que dende 2014 se pode atopar nos supermercados en España. Actualmente, esta variedade de froita está presente en máis de 500 supermercados da cadea, o que representou preto de 1.000 toneladas en 2017.

Pola súa banda, Imperial, empresa relevante do sector do chocolate con 85 anos de historia, iniciou a súa colaboración con Mercadona en outubro de 2016, data dende a que o seu produto Pintarolas, lanzado en Portugal en 1980, está nos lineais de toda a cadea. En 2017, Mercadona comproulle preto de 2,5 millóns de unidades a este provedor portugués.



Liña de produción do pastel de crema do provedor Panpor, elaborado en Rio Maior, Santarém.



Peras do provedor Globalfrut en Lourinhã, Lisboa.



María Emma, "Xefa" do supermercado de Miralbueno, Zaragoza.



1. “O XEFE”

A nosa capacidade de colaboración confírenos a axilidade necesaria para **desenvolver novos produtos e servizos con e para “O Xefe”, coa finalidade de satisfacelo e sorprendelo**

O noso propósito é transformar Mercadona para satisfacer “O Xefe”. Para iso, en 2017 levamos a cabo numerosos movementos, dende as aperturas e reformas da rede de supermercados co novo modelo de tenda eficiente á posta en marcha do proxecto de Frescos Global, aos que hai que sumar o desenvolvemento de iniciativas xa implantadas outros anos, como a oferta eficaz ou o modelo de coinnovación.

Novo Modelo de Tenda Eficiente

En 2017 Mercadona seguiu reforzando a súa superficie de venda por medio da apertura de novas tendas e das reformas realizadas para adaptar algúns dos seus supermercados ao Novo Modelo de Tenda que a compañía decidiu poñer en marcha en 2016. Grazas a este esforzo conseguiu finalizar o ano cun total de 1.627 tendas, tras realizar 29 aperturas e pechar 16 que non se adaptaban aos estándares actuais da empresa.

A compañía reformou un total 126 supermercados, que xunto coas novas aperturas suman un total de 157 centros adaptados ao Novo Modelo de Tenda Eficiente cun

esforzo investidor relevante, de máis de 385 millóns de euros. Este novo modelo é un claro exemplo da aposta que a compañía fai pola innovación de concepto, que neste caso permite optimizar o acto de compra e, ademais, propicia un aforro enerxético de ata un 40% respecto a unha tenda tradicional.

Para abordar este proxecto, a compañía incorporou máis de 250 persoas ao Departamento de Obras e realizou compras a provedores especializados por valor de 126 millóns de euros, un 199% máis que o ano anterior.

Melloras do Novo Modelo de Tenda Eficiente

MELLOR

Servizo

Máis espazo e calidez para mellorar a experiencia de compra e ofrecer un mellor servizo. Novidades en todas as seccións e distintas melloras como o novo deseño de cestas e carros sen moeda.

AFORRO

Enerxético

Incorporación de medidas de aforro enerxético que supoñen unha redución de ata un 40% do consumo, mediante o illamento térmico, a redución acústica e o aforro de auga.

Ergonomía

Nova liña de caixas para eliminar sobreesforzos. **Renovación das salas de descanso e dos armarios** dos traballadores.

Conectividade

Dispositivos electrónicos de última xeración que permiten compartir información en tempo real dende calquera sección da tenda e que axilizan os procesos de toda a cadea.



+250
pessoas incorporadas ao
Departamento de Obras

157
supermercados co
novo modelo de tenda

Fachada do supermercado de La Venta, en Collado Villalba, Madrid.

Frescos Global

En 2017 Mercadona fixo un importante esforzo no desenvolvemento da súa oferta de produtos frescos, o que implicou un cambio total no seu modelo de compras, de vendas, loxístico e de pedido. A compañía está introducindo o concepto de Frescos Global con melloras en todas as seccións de frescos simultaneamente, que no momento do peche de 2017 propiciou un incremento en volume de vendas de produtos frescos dun 5,4% nas tendas onde se implantou.

Mediante laboratorios de investigación mellorou o servizo que ofrece aos seus clientes con iniciativas como o desenvolvemento do corte do xamón ou a evolución experimentada na sección de forno cunha nova variedade de especialidades e rebandadora de pan. Nesta mesma liña, o Laboratorio de *sushi*, presente nun total de 173 tendas no momento do peche de 2017, logrou consolidarse.

Ademais, seguiu adaptando as súas seccións de frescos a cada zona, para dar resposta desta maneira aos

gustos e costumes locais. Entre as novidades que incorporou, cabo mencionar o polo amarelo en Galicia ou a botifarra de Pagès en Cataluña. Tamén estudou como ofrecer un mellor servizo co peixe procedente das lonxas, a través de varios laboratorios nos que segue actualmente variando e adaptando a súa oferta en función das necesidades detectadas, o que lle permitiu incrementar considerablemente o volume das súas vendas nesta sección. Así mesmo, estuda a ampliación da súa oferta con outros produtos como a froita cortada ou a cabaza asada.

No momento do peche de 2017, a compañía conta con 102 tendas adaptadas ao concepto de Frescos Global e para ofrecer un mellor servizo formou 21.500 especialistas en frescos, tanto chacineiros como peixeiros, froiteiros, carniceiros, persoal de forno e de caixas. Este esforzo en especialización e cualificación permitiu impulsar as vendas e ofrecer novas alternativas ás necesidades que se detectan.

102

tendas adaptadas ao concepto de Frescos Global, que consiste en unir nun mesmo centro todo o que ata hoxe sabemos e fixemos en canto ás seccións de frescos





Nóvo servizo de rebandadora de pan na sección de forno.

21.500

especialistas formados en frescos:
chacineiros, peixeiros, froiteiros,
carniceiros, persoal de forno e de caixas



Detalle da sección de froitería.

Maior calidade, frescura e variedade



Detalle do novo servizo de corte de xamón.



Pescado fresco de lonxa.



Servizo de zume de laranxa acaba-
do de espremer.



Nova balanza para pesar e cobrar
na liña de caixas.

Oferta Eficaz e Prescrición

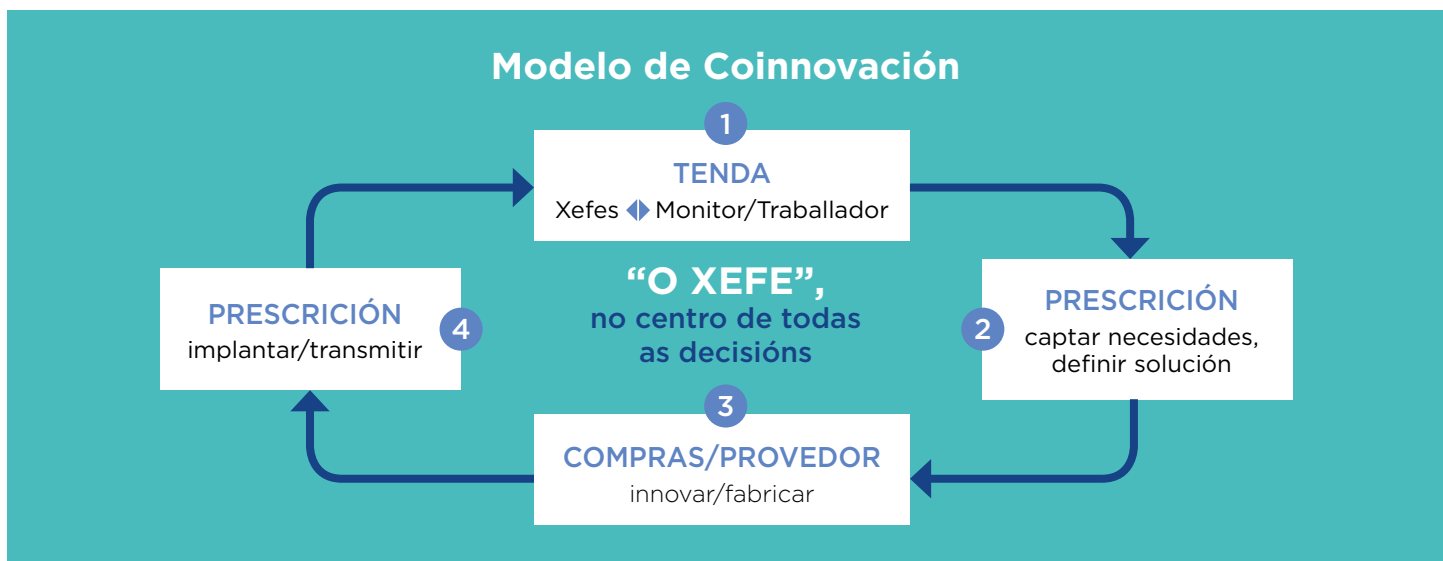
Mercadona seguiu desenvolvendo a súa estratexia de Oferta Eficaz conxuntamente cos interprovedores e provedores especialistas. Para iso, conta co seu Modelo de Coinnovación, un proxecto pioneiro que puxo en marcha en 2011 mediante a Estratexia Mandil, baseada en compartir cos clientes experiencias e costumes de alimentación, limpeza de roupa e do fogar, aseo persoal e alimentación e coidado de mascotas que lles permite captar as necesidades para ofrecer solucións acertadas.

Entre os fitos alcanzados cabe destacar a inauguración, en xuño de 2017, do primeiro centro de coinnovación en Portugal, concretamente na localidade de Matosinhos (Grande Porto), onde un total de 40 especialistas en solucións locais traballan diariamente para ofrecerlle ao consumidor portugués os produtos que máis se adapten ás súas necesidades. Ademais, a compañía impulsou o novo Centro de Coinnovación de El Jarro en Paterna (Valencia), unhas instalacións que simulan unha tenda real sen “Xefes” e que teñen todo o necesario para definir

mellor a oferta e traballar no lanzamento de novos produtos, ademais de realizar xornadas de formación con traballadores, sen interferir na actividade diaria dunha tenda.

Coa posta en marcha dos centros de coinnovación de Matosinhos e de El Jarro, a compañía conta na actualidade cun total de 16 centros destas características nos que se levou a cabo un investimento en 2017 de 7 millóns de euros. Neles traballan 123 especialistas en máis dunha vintena de categorías de consumo. Todos eles son responsables de captar e observar, ‘co mandil posto’, as preferencias e necesidades dos “Xefes” para que a compañía poida ofrecerlles solucións acertadas.

Para poder desenvolver todo este traballo de coinnovación, Mercadona mantivo ao longo de 2017 preto de 9.000 sesións cos “Xefes” nos seus distintos centros, o que lle permitiu detectar necesidades concretas e dar resposta, tanto por medio de melloras como a través de novas referencias en todas e cada unha das seccións.



+8.000

produtos

na oferta para que “O Xefe” compoña o seu Carro Menú: a Compra Total do “Xefe” ao mínimo custo mensual

120

interprovedores

especialistas capaces de captar as necesidades do “Xefe” para elaborar as mellores solucións e ao menor prezo

+700

provedores



Exterior do Centro de Coinnovación de El Jarro en Paterna, Valencia. O novo centro, que supuxo un investimento de 3,5 millóns de euros, simula unha tenda real sen clientes para definir mellor a oferta e traballar no lanzamento de novos produtos.

Produtos innovadores con éxito

Dentro do seu Modelo de Coinnovación e mediante a Estratexia Mandil, baseada en compartir cos clientes as súas experiencias de consumo e así coñecer as súas necesidades, Mercadona seguiu aprendendo cos “Xefes” e desenvolvendo novos produtos cos interprovedores especialistas para ofrecer mellores solucións, como é o caso das costelas grelladas xa cortadas ou as aliñas de polo asadas, ambas presentadas nun novo envase máis manexable e cómodo para quentar directamente no microondas.

Estas iniciativas obteñen os seus resultados, xa que varios produtos foron recoñecidos pola súa innovación en 2017: a pizza Hacendado de xamón e queixo sen lactosa, a quinoa precocida conxelada Hacendado e o *smoothie* Masclatá Verdifresh. Nesta mesma liña, o estudo “O valor da innovación conxunta”, do Instituto Cerdà, certifica que a taxa de éxito dos novos produtos lanzados por Mercadona é do 82%, fronte ao 24% do sector.



Melloras na oferta

105 melloras na oferta e 240 novos produtos para sorprender “O Xefe” cunha taxa de éxito no seu lanzamento 4 veces superior á media do sector.



Ampla oferta sen glute e sen lactosa

Actualmente, a compañía conta cunha ampla oferta de produtos sen glute, concretamente, 1.200 produtos libres desta proteína. Continúa traballando na mellora da oferta e identificación de produtos sen lactosa, máis de 800, co obxectivo de que os “Xefes” dispoñan da posibilidade de compra en todas as categorías de produtos.



Marcas propias

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

Deliplus Compy

HACENDADO

BOSQUE VERDE



Elaborado por:
CASA TARRADELLAS, S.A.
N. 152 Km 77
CP 08503



Novidades

Gazpacho e salmorexo frescos: elaborados coma na casa e sen ningún tratamento térmico, polo que manteñen moito mellor todas as súas propiedades e todo o seu sabor. Produtos do provedor J. García Carrión.

Novos zumes frescos: a nova sección de zumes frescos ofrece distintas combinacións a base de froitas, verduras e ingredientes especiais como *chía*, aloe ou valeriana, que proporcionan efectos diferentes: relaxante, antioxidante, depurativo, etc. Elaborados polos provedores especialistas Fruity King e Fruity Line.

Froitos secos: gama variada de froitos secos naturais: anacardos, abelás, pipas de xirasol e cabaza peladas... e “mixes” que permiten sorprender “O Xefe” cunha solución perfecta para aperitivos ou como acompañamento de ensaladas e outras receitas. Elaborados polo interprovedor Importaco.

I+D+dobre i

Os fabricantes interprovedores de Mercadona destinan a I+D+dobre i máis recursos que a media española do sector: o 2,47% do seu cadro de persoal dedícase a esta actividade, fronte ao 1,06% (Fonte: INE 2016).



En Mercadona dispoñemos dunha oferta eficaz, construída dende "O Xefe" cara a atrás e coa que garantimos todos os días a maior calidade ao menor prezo





Os Espinosa Sales coa familia e os amigos.

Seguridade Alimentaria e Calidade

Para Mercadona, garantir a seguridade alimentaria en todos e cada un dos produtos da súa oferta é unha esixencia e unha prioridade que comparte e na que se implican igualmente todas as empresas interprovedoras e provedores especialistas. Para ofrecerlles aos consumidores as máximas garantías, conta cun Sistema de Xestión de Calidade e de Seguridade Alimentaria que engloba toda a cadea de subministración, dende a súa orixe ata o consumidor final, e leva a cabo un exhaustivo control de todos os procesos. Para iso dispón de diferentes sistemas, por exemplo a innovadora ferramenta denominada REMER. Este sistema de vixilancia permite detectar e alertar sobre posibles riscos emerxentes.

En 2017, a compañía levou a cabo un importante labor docente nesta materia, pois ao longo do ano formou máis de 70.000 traballadores, practicamente a totalidade do cadro de persoal, en Seguridade Alimentaria, o que lle permitiu a cada un deles actualizar o antigo carné de Manipulador de Alimentos.

Simulacros e colaboración coas Autoridades Sanitarias

Así mesmo, conta cun Método de Simulacros propio co que trata numerosos e diferentes escenarios para mellorar a coordinación ante unha posible continxencia e incrementar os niveis de seguridade alimentaria. De entre todos os tratados, cabo destacar o realizado coa colaboración das Autoridades Sanitarias de Galicia, coa Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición (AECOSAN) e coa Asociación Valenciana de Consumidores e Usuarios (AVACU), que permitiu poñer a proba os sistemas internos, detectar os puntos de mellora e, noutros casos, demostrar o seu correcto funcionamento.

Mercadona é dende 2015 membro da xunta directiva da Entidade Nacional de Acreditación (ENAC), con quen conxuntamente elaborou unha Guía de Boas

Prácticas de Laboratorio para os seus provedores. Paralelamente, reforzou a súa colaboración coas autoridades sanitarias de Seguridade Alimentaria e Farmacia das distintas Comunidades Autónomas. Ademais, participou activamente en foros de referencia en materia de Seguridade Alimentaria, como os organizados pola Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), ou a Asociación Española de Distribuidores, Autoservizos e Supermercados (ASEDAS), entre outros.

Regra de Ouro

Calquera produto da súa oferta ten que garantir a seguridade alimentaria; despois, a calidade; logo, a calidez; tamén ser parte dunha oferta eficaz; en quinto lugar, co mínimo prezo; en sexto, ofrecer o máximo servizo; e por último, investindo o mínimo tempo en compralo.



Lorena e Sandra, “Xefas”, con bebida isotónica do provedor especialista Enervit, no Circuit 5K para corredores de El Jardín del Turia de Valencia.

Decálogo de Seguridad Alimentaria en Proveedores e Interproveedores

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 Control de Seguridad Alimentaria e Calidade

Control dos produtos frescos e de alérxenos:

+1.500 controis

Avaliación bianual do sistema de Análise de Perigos e Puntos de Control Críticos con resultado favorable

Control de procesos loxísticos:

+400 controis

Nova ferramenta informática para información e xestión inmediata de *inputs* de calidade

Certificacións de Seguridade Alimentaria: IFS e BRC, entre outras

99% dos interproveedores

Avaliación das instalacións e procesos de provedores:

+1.700 instalacións avaliadas

Outros controis de proceso (superficies e ambientes):

+1.000 controis

Estudos de vida útil de produtos:

+2.000 análises

Transparencia na etiquetaxe

Mercadona seguiu traballando en 2017 para ofrecer a máxima transparencia coa adaptación da etiquetaxe ao Novo Regulamento de Información ao Consumidor, ao Regulamento (UE) nº 1169/2011 do Parlamento Europeo e do Consello sobre a Información Alimentaria (FIC Regulation).

A compañía conta ademais cun procedemento propio que identifica sempre con claridade e transparencia os provedores fabricantes das marcas propias, e como se debe esixir para facilitar aos consumidores que eles libremente e con información veraz, actúen e compren en consecuencia. Paralelamente, aposta polos principios de identificación e información nos devanditos produtos, o que permite que “O Xefe” recoñeza con sinxeleza a información relevante, dende a compra ata o consumo, así como atributos clave, por exemplo a presenza dalgúns alérxenos ou as condicións de uso.

Nutrición e saúde

En 2017, Mercadona traballou estreitamente cos interprovedores e provedores especialistas para introducir melloras relevantes en materia nutricional, o que se traduciu en importantes avances en moi diversos produtos.

Exemplo diso son a redución de azucres engadidos, sales e aditivos en diferentes produtos ou as reformulacións para reducir contidos calóricos.



Inmaculada e Elisabeth, traballadora e “Xefa” do supermercado de Camí Real en Catarroja, Valencia.

Canles de comunicación co “Xefe”

Para Mercadona, o diálogo e a comunicación cos seus “Xefes” son fundamentais, pois as súas suxestións e valoracións permiten introducir melloras. Por iso, neste labor implicanse diariamente cantos forman parte do cadro de persoal e a compañía pon a disposición dos clientes diversas canles de interlocución directa.

Servizo de Atención ao Cliente (SAC)

Mercadona dispón dun Servizo de Atención ao Cliente gratuito, tanto en España como en Portugal, que canaliza todas as inquietudes que presentan os clientes a través das diferentes canles que mantén abertas cos seus “Xefes”. Grazas a iso, a compañía pode escoitar as súas opinións e aclarar as súas dúbidas con maior axilidade e acerto, ademais de canalizar outro tipo de consultas relacionadas co comportamento ético da compañía e os seus traballadores, que posteriormente se tramitan e resolven a través dos mecanismos establecidos polos departamentos implicados.

En 2017, as 54 persoas que integran o Servizo de Atención ao Cliente gratuito de Mercadona recibiron un total de 300.000 consultas e suxestións distintas, que contribuíron a detectar puntos de mellora para, como é o seu obxectivo, ser a compañía que lles ofrezca as mellores solucións a través dunha oferta eficaz e dunha positiva experiencia de compra co mellor servizo.



Carolina, traballadora do Servizo de Atención ao Cliente.

700.000 total de seguidores en redes sociais

+90.000 seguidores en 2017

150.000 consultas en redes sociais

97.000 media de mencións/mes

f **535.000** seguidores en Facebook

t **140.000** seguidores en Twitter

i **16.000** seguidores en Instagram

y **850.000** reproducións en YouTube

Teléfonos gratuítos de Atención ao cliente

España
(+34) 900 500 103

Portugal
(+351) 800 500 100

Canles de Atención ao Cliente

www.mercadona.com

www.facebook.com/mercadona

www.twitter.com/mercadona

www.youtube.com/mercadona

www.instagram.com/mercadona



Ana, traballadora do supermercado da avenida Santa Rosa de Lima, Málaga.



2. O TRABALLADOR

En Mercadona, o talento é un valor clave. Un talento enfocado cara a un propósito común: esforzarnos todos os días por **ofrecerlles un servizo excelente aos nosos “Xefes”**

2017 foi un ano no que a compañía realizou importantes esforzos para construír a Mercadona do futuro, labor no que xoga un papel moi destacado o talento das máis de 84.000 persoas que forman a compañía.

Para impulsar con maior forza o crecemento e desenvolvemento da empresa, Mercadona introduciu un cambio disruptivo baseado na contrastación. Tendo sempre como referencia o Modelo de Mercadona, o esforzo que se realiza para garantir cada día no traballo rutineiro a satisfacción dos cinco compoñentes convértese nun eixe prioritario de medición.

Para iso, a compañía reforzou a súa aposta polas persoas, cun investimento en formación superior aos 65 millóns de euros, o que lle permite dispoñer dun equipo cohesionado e enfocado cara á excelencia diaria no seu traballo rutineiro. Grazas a iso, conta cun cadro de persoal de alto rendemento e un dos mellores recursos humanos do seu sector, que lle permitiron alcanzar os obxectivos marcados e consolidar o crecemento futuro.

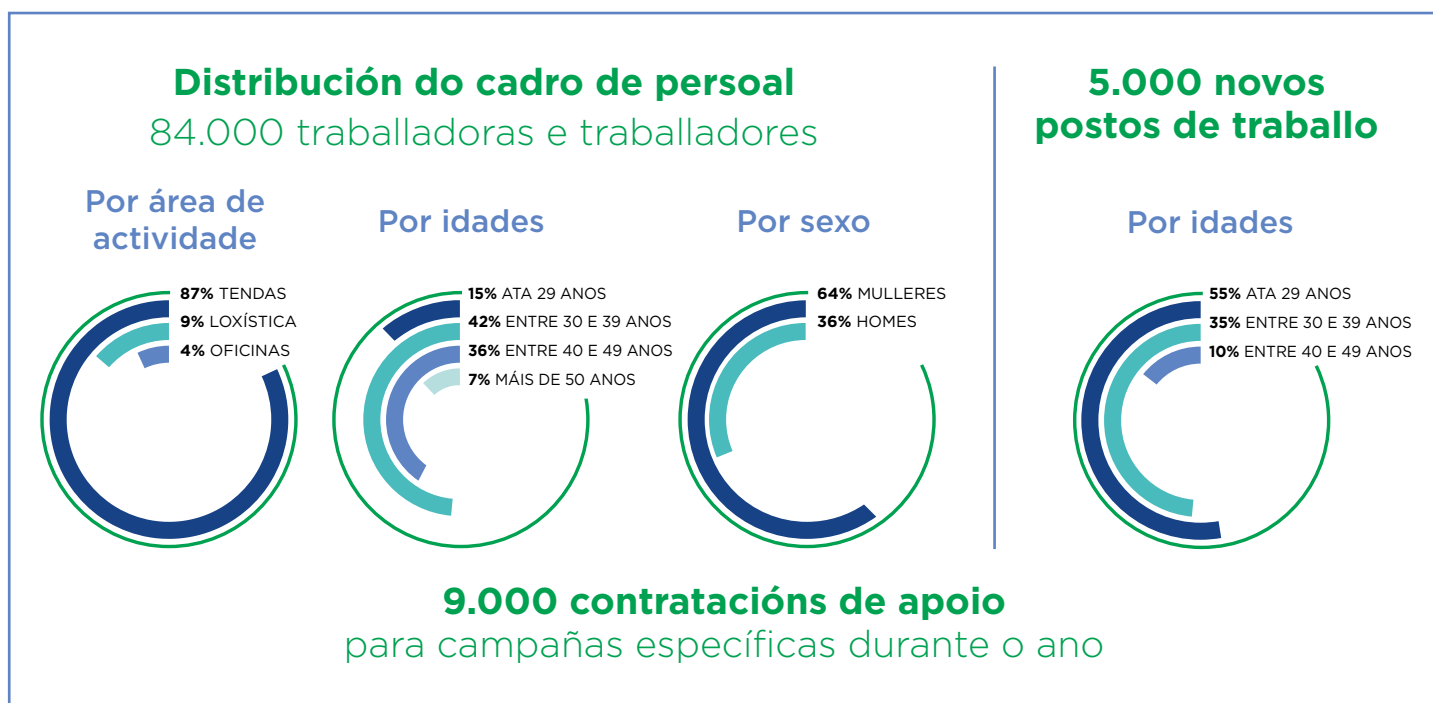
Aposta pola creación de emprego estable e de calidade

Para poder satisfacer plenamente “O Xefe”, Mercadona destinou novamente moitos recursos a fomentar o desenvolvemento, tanto persoal como profesional, de cantos forman parte da empresa. E tamén a incrementar o talento do seu cadro de persoal, o mellor dos seus activos, tanto por medio da formación como pola creación de 5.000 novos postos de traballo estables e de calidade, 15 de media ao día, que lle permitiu acabar o ano cun cadro de persoal composto por 84.000 persoas, entre elas os 120 directivos portugueses que lideran a internacionalización no mercado luso.

Todas estas persoas comparten os valores do Modelo de Mercadona. Un equipo que toma decisións, que arrisca, que aprende dos erros para incrementar o seu talento e que aproveita ao máximo as súas habilidades e o seu coñecemento para abordar con éxito as metas marcadas e seguir impulsando o Proxecto Mercadona.



Dani, traballador do supermercado da avenida Sancho el Fuerte en Pamplona, Navarra.



Convenio Colectivo e Plan de Igualdade 2014-2018

Punto de partida dende o que realizar e incorporar melloras constantes na relación co cadro de persoal.

Cumprimento dos compromisos

Investimento en capital humano

Principais fitos alcanzados

Creación de emprego estable e de calidade

5.000 traballadoras e traballadores

Salario mínimo neto de entrada en Mercadona superior a 1.000 euros

100% persoal base a xornada completa cobra como mínimo de inicio 1.132 euros/mes netos

Política retributiva (incremento 11% salario mensual)

12.324 traballadoras e traballadores pasaron de tramo en 2018

Ampliación da excedencia por coidado de fillos ata que o menor faga 8 anos

310 solicitudes realizadas

Formación

40.564 persoas participaron en plans de formación específicos

Plan de Igualdade baseado no Principio de Equidade: mesma responsabilidade, mesmo soldo

42% dos postos ascendidos en 2017 son mulleres

Táboa de salarios Persoal base

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

Antigüidade	- de 1 ano	2 anos	3 anos	+ de 4 anos
Bruto/mes	1.312 €	1.441 €	1.599 €	1.775 €
Neto/mes	1.132 €	1.224 €	1.337 €	1.462 €

En vigor 01/01/2018. Incremento da Política Retributiva nun 1,1% en 2018.

78%
do persoal base

Compromiso coa Igualdade e a Diversidade

O modelo de xestión de Recursos Humanos defende e fomenta valores irrenunciabes que redundan no desenvolvemento persoal e profesional das persoas. Por iso, propicia unha relación de respecto e confianza, na que a tolerancia, a igualdade e a diversidade son valores que enriquecen. Todo iso refórzase co Plan de Igualdade da empresa, que parte do compromiso polo desenvolvemento dunhas relacións laborais baseadas na igualdade, na calidade no emprego e no respecto pola diversidade e que non admiten ningún tipo de discriminación por razón de sexo.

Para Mercadona, ademais, a equidade é un valor irrenunciable que forma parte do seu Modelo, aplica de xeito transversal e concrétase dende 1997 no principio “a igual responsabilidade, mesmo soldo”. E a diversidade, un valor integrador que reforza o seu desenvolvemento co que incrementa a obtención de resultados e mellora a súa competitividade.

A conciliación familiar e laboral é fundamental para Mercadona e algunhas das súas cifras son explícitas por si soas: en 2017 un 4,4% de traballadoras do cadro de persoal decidiu ser nai e, ademais, 2.402 nais traballadoras optaron por alongar en 30 días os catro meses de baixa maternal establecidos legalmente. Tamén ao longo do ano, 17.682 traballadoras e traballadores gozaron de xornadas reducidas, mentres que nalgúns destes casos, ademais, levaron os seus fillos aos centros educativos infantís gratuítos que a compañía ten dende 2001 nalgúns dos seus bloques loxísticos.

Mercadona é unha empresa que rexeita calquera tipo de violencia exercida contra a muller e participa no convenio “Empresas por unha sociedade libre de violencia de xénero”, impulsado polo Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade e a Fundación Integra. Dispón dun protocolo de actuación propio a través do que a compañía axuda ás posibles traballadoras vítimas de violencia de xénero, que vai dende a asistencia e información inmediata á achega de solucións concretas, como a excedencia de ata 36 meses ou o traslado a outro centro.



Patricia, traballadora do supermercado de Viesques en Xixón, Asturias.

2.402

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

17.682

traballadoras
e traballadores
gozaron de
xornadas reducidas

1.490

traballadores
gozaron de permiso
de paternidade

3.500

discapacitados

Modelo de Recursos Humanos recoñecido internacionalmente

A política de Recursos Humanos da compañía foi destacada por Harvard Business Review, que publicou un estudo sobre a xestión do talento dos traballadores no que Mercadona sobresaíe 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”.

Segundo Harvard Business Review, que recolle as conclusións do estudo realizado polas profesoras da escola de negocios Sloan do Instituto Tecnolóxico de Massachusetts (MIT) Zeynep Ton e Sarah Kalloch, esta política laboral da cadea de supermercados é diferencial e permite ofrecerlles unha “boa experiencia” aos clientes.

Un ano máis, a política de Recursos Humanos de Mercadona foi novamente recoñecida en 2017 no Estudo Merco Talento e repite no primeiro lugar da clasificación do seu sector, escala tres postos na xe-

ral, ata o sexto lugar, e convértese igualmente na primeira empresa non cotizada do país.

Ademais, a política de Recursos Humanos de Mercadona é destacada pola Organización Internacional do Traballo (OIT), dependente das Nacións Unidas. No seu estudo “O Emprego Atípico no Mundo” subliña a forma de xestionar o seu cadro de persoal como unha das claves da súa estratexia de competitividade. Para a OIT, a aposta de Mercadona polo emprego estable e de calidade, así como o esforzo que realiza en formación, conciliación, promoción ou a repartición de beneficios son igualmente factores responsables do éxito da súa política de Recursos Humanos.



Compartir beneficios cos traballadores

Mercadona recompensa o esforzo das súas traballadoras e dos seus traballadores cun salario que, durante anos, e novamente en 2017, se mantivo por enriba da media do sector. Como contrapartida, tamén o retorno en produtividade continuou incrementándose.

Precisamente para incentivar o liderado e premiar o esforzo persoal e colectivo, Mercadona conta cunha política de retribución variable. A través dela recoñécelles aos seus traballadores a consecución dos obxectivos marcados e comparte con eles os beneficios obtidos ao longo do ano. Dende hai 17 anos, a compañía primou 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. En 2017,

repartiu en concepto de prima un total de 313 millóns de euros entre o 98% das traballadoras e dos traballadores.

Indicadores de desempeño

Prima por obxectivos

313 M€

repartidos entre o
cadro de persoal

98%

traballadores cobra a prima

Rotación

3,7%



Plan de Formación

40.564

persoas formadas en
plans específicos

65 M€

20% máis que en 2016

780

euros por traballador

63

módulos ou
accións formativas

2,5

millóns de horas
de formación

Persoal da sección de forno e monitores nunha formación do novo modelo de forno.

Formación para o crecemento profesional

Mercadona aposta pola formación continua e destina importantes recursos, tanto persoais como económicos, esforzo cuxo retorno máis evidente é a calidade dos seus recursos humanos.

En 2017 a compañía investiu en formación un total de 65 millóns de euros, 11 millóns máis que o ano anterior, ata completar máis de 2,5 millóns de horas de formación, tanto xeral como específica, para cada posto de traballo, o que supuxo un investimento medio por persoa de 780 euros.

A formación iniciase co Plan de Acollida, o primeiro día de incorporación á empresa, e mantense durante toda a traxectoria profesional. Grazas a iso os traballadores non só consolidan e melloran as súas habilidades senón que reciben un marco de conduta responsable por medio da transmisión do Modelo de Calidade Total.

En 2017 un total de 577 persoas formáronse en liderado empresarial co programa “Directivos Líderes”, das que 64 son doutros países, froito do proceso de internacionalización que a compañía está abordando. Este programa púxose en marcha en 2009 e no presente exercicio supuxo un investimento medio por directivo de 20.000 euros.

Tamén hai que destacar o investimento realizado en formación de axudantes, de 16.000 euros de media por persoa, do que en 2017 se beneficiaron 54 persoas, dúas delas tamén membros do equipo internacional. E moi especialmente, dada a aposta realizada pola compañía para impulsar a súa estratexia Frescos Global, a formación específica que se impartiu para poder darlle ao “Xefe” o servizo que necesita nos novos Modelos de Venda. Concretamente, máis de 21.500 persoas melloraron a súa especialización grazas á súa asistencia aos cursos de Novo Modelo de Carne, Novo Modelo de Forno, Venda de *Sushi* ou, entre outros, corte de Xamón e Embutido Ibérico.



Daniel Blasco, director xeral de Recursos Humanos, impartindo o curso de promoción de directivos.

Oportunidades de promoción interna

A promoción interna é un dos sinais de identidade de Mercadona e así o reflicte o feito de que en 2017 un total de 741 persoas asumisen novas e maiores responsabilidades dentro da empresa. Esta proxección profesional elévase ata o máximo expoñente, xa que todos os directores xerais que compoñen o Comité de Dirección son froito da devandita promoción interna.

Ademais, Mercadona non admite ningún tipo de discriminación por razón de sexo. De feito, actualmente a porcentaxe de mulleres e homes en postos directivos é paritario, froito da súa aposta pola promoción interna que permitiu que durante os últimos anos aumente considerablemente a presenza de mulleres directivas ascendidas, que pasou do 30% ao 47%.



Saúde e seguridade no traballo

Para Mercadona velar pola saúde e seguridade laboral das traballadoras e dos traballadores é un obxectivo permanente e esencial. Por iso, asume esta responsabilidade como prioritaria e centra a maior parte dos seus esforzos neste ámbito en dotar calquera dos diferentes postos de traballo e procesos produtivos da maior seguridade e ergonomía.

Ano tras ano, a compañía reforza tamén a formación en prevención do seu cadro de persoal, labor no que están involucrados todos e cada un dos postos de traballo e que contempla, ademais, calquera cambio que poida xerarse nos procesos produtivos. En 2017, a compañía destinou un total de 10 millóns de euros a medidas preventivas. Ademais, contou coa colaboración de servizos de prevención alleos, como Quirón Prevención, Previs ou Cualtis, que contribuíron tanto no ámbito da formación como no da prescrición de criterios e desenvolvemento de novos procesos.

Así, no caso da seguridade e saúde, o equipo de prevención deu solución con desenvolvementos ergonómicos, por exemplo, para o novo moble de caixas, para o punto de acabado de carnicería ou para o recuncho do xamón ou a sección de Forno. Pola súa banda, a súa implicación en materia de prevención aplicada á maquinaria permitiu introducir melloras na cortadora de froitas, na máquina de zume espremido ou nas ferramentas de corte da peixería, entre outras. Todas estas medidas non só contribuíron a protexer a saúde dos traballadores, senón que reforzaron a súa ergonomía e eliminaron, igualmente, sobreesforzos.

Colaboración con mutuas e provedores

Xunto ao traballo desenvolvido coas 9 mutuas colaboradoras coa Seguridade Social, 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.



Víctor, encargado de mantemento do supermercado de El Tercer Barrio, Palencia.

Plan de Prevención + Programa de Saúde

Supermercados

Avaliación de riscos dos novos centros e das reformas realizadas

Formación inicial e periódica

155 avaliacións realizadas

100% novos ingresos e formación periódica anual planificada

100% carniceiros novo Modelo de Venda e chacineiros para corte de Xamón

Bloques Loxísticos

Riscos xerais e específicos (seguridade instalacións)

32 cursos programados por cada bloque loxístico

Oficinas

Avaliación das novas oficinas en Paterna

9 guías de criterios preventivos

Seguridade e Saúde Laboral

Incidencia de accidentes de traballo

Duración media da baixa

Cobertura campaña vacinación gripe estacional

Cobertura de exames colectiva periódica

Investimento en prevención de riscos laborais

14%*

36 días

60%

70%

10 millóns de euros

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



Campos de *kale* do interprovedor Agromediterránea en Albacete.



3. O PROVEDOR

Para ser Totaler e ofrecer sempre a mellor solución para “O Xefe”, **a innovación e a produtividade dos nosos provedores son imprescindibles**, partindo da especialización de cada un no que mellor sabe facer

Mercadona leva anos destinando importantes recursos para reforzar o seu labor de Totaler, estratexia que lle permite conectar coas necesidades dos seus “Xefes” e ofrecer as mellores solucións dentro da súa cadea agroalimentaria sostible (CASPOPDONA). Con este obxectivo, asume a responsabilidade de ofrecer aos clientes, sempre coa máxima calidade e ao mínimo custo, o seu Carro Menú, que é como a compañía denomina os produtos que forman parte da súa compra diaria. Grazas a iso, a compañía conseguiu pasar de distribuidor a Totaler, a prescribir o mellor para “O Xefe” a través de interprovedores e provedores especialistas que compartan esta paixón coa compañía.

Interprovedores e Provedores Especialistas

O Provedor é un dos alicerces fundamentais do Proxecto Mercadona. E dentro do proceso de transformación no que está inmersa a compañía para impulsar de forma eficiente a Oferta Eficaz, o desenvolvemento da cadea de subministración ocupa un papel moi relevante. Grazas á súa aposta pola especialización, a compañía pode ofrecerlle ao “Xefe” unha Oferta Eficaz que garante en cada produto a seguridade alimentaria, a calidade, o servizo e o prezo máis baixo posible.

Para iso, traballa con 120 interprovedores e máis de 700 provedores, todos eles especialistas, de frescos e secos, colaboración conxunta que permitiu incorporar *know-how* aos lineais da compañía e impulsar, paralelamente, produtos locais e de proximidade, con máis frescura, e especializados. Con todos eles, a compañía traballou estreitamente cun obxectivo común: satisfacer plenamente “O Xefe”, adaptarse mellor e con maior axilidade aos seus gustos e reforzar máis a súa oferta eficiente.

Para abordar con éxito estes traballos de especialización, a compañía seguiu fortalecendo os seus departamentos de Compras e de Prescrición, compostos en 2017 por 900 xerentes repartidos en cinco departamentos de Compras e dous de Prescrición, todos eles especializados en distintos produtos e categorías.

Ademais diso, en 2017, Mercadona colaborou con máis de 2.700 provedores comerciais e de servizos, aos que deben sumarse as 20.000 pemes locais e os produtores de materias primas. Todos e cada un deles asumen un papel relevante na cadea de montaxe da compañía, pois a súa implicación conxunta permitiulle seguir consolidando un proxecto de riqueza compartida que, ano tras ano, xera valor e é fonte de produtividade no noso país e que continuou apostando pola eficiencia, a calidade, a innovación, a orixe española dos produtos e o desenvolvemento sostible.

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 aos traballadores e dende as que poden operar en representación da compañía.

Adeus a un grande amigo e a un grande empresario

Queremos lembrar dende estas páxinas a figura de Paco Pons, presidente de Importaco, fabricante interprovedor de Mercadona dende hai máis de 20 anos. Falecido o pasado 12 de xaneiro en Valencia, Paco Pons foi unha gran persoa, un grande empresario, un gran fabricante e un grande amigo para todos os que compartimos este Proxecto. Os valores que transmitía e a súa personalidade honesta e humilde son un modelo a imitar e un exemplo a seguir para todos nós. O seu legado sempre permanecerá presente entre nós.

Adéu gran amic.



Especialización por produto

Interprovedores e
Provedores especialistas

- 1 **Relación estreita de confianza e colaboración mutua**
- 2 **En secos**, dispoñer dun *know-how* específico para a elaboración de produtos concretos de moi alta calidade
- 3 **En frescos**, incorporar proximidade e adaptación aos gustos locais
- 4 **Dispoñer dos medios** para poder introducir no lineal os novos produtos con inmediatez
- 5 Ter a satisfacción do **“Xefe” como faro**



Control de calidade nas instalacións do provedor Manuel Busto Amandi en Villaviciosa, Asturias.



Bolo de manteiga do provedor especialista Urrestarazu en Baskuri, Bizkaia.



Pementos Padrón do provedor Horsal en Cambados, Pontevedra.

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 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 euro-

peo de boas prácticas mercantís na cadea agroalimentaria, impulsado por sete asociacións sectoriais e que conta co apoio da Comisión Europea.



Clúster industrial en cifras

Alguns exemplos de investimentos para mellorar e innovar en procesos en 2017

Grazas ao esforzo conxunto de Mercadona cos fabricantes interprovedores e provedores especialistas que traballan especificamente para a compañía, foi posible impulsar durante os últimos anos un importante clúster industrial no país. No momento do peche de 2017, este clúster, conformado por 249 fábricas e un total de 54.163 traballadores, investiu conxuntamente 706 millóns de euros e xerou 80 novas fábricas, liñas de produción ou ampliacións.



Agromediterránea
Novo Centro de Innovación Agronómica para a investigación de novas variedades en Montserrat (Valencia) e melloras en sistemas de rega e cultivos de cabaciña na Rexión de Murcia.

1,7 M€

Ibersnacks
Novas liñas de patacas fritas na súa planta de Medina del Campo (Valladolid).

3,5 M€
42 novos empregos

Ultracongelados Virto
Nova fábrica en Santomera (Murcia).

19,7 M€
12 novos empregos

Chic-kles Gum
Ampliación e mellora de liñas de gomas de mascar e lambetadas variadas na súa fábrica de Riba-roja de Túria (Valencia).

14 M€
24 novos empregos



Arrocerías Pons

Ampliación zonas de cultivo de arroz das variedades redondo, bomba e J. Sendra en Massanassa (Valencia).

1,6 M€

13 novos empregos



Casa Tarradellas

Nova fábrica de pizzas e automatización da fabricación Tiras de Polo Hacendado na súa planta de Gurb (Barcelona).

45,2 M€

166 novos empregos



SPB

Ampliación da capacidade, redeseño de produtos e mellora nos procesos nas súas plantas de Cheste (Valencia) e Huévar del Aljarafe (Sevilla).

9 M€

37 novos empregos

Incarlopsa

Ampliación dun secadoiro de xamóns en Corral de Almaguer (Toledo).

27 M€

60 novos empregos

Covap

Diversas melloras e nova liña para nata líquida sen lactosa na súa planta de Pozoblanco (Córdoba).

4,3 M€

43 novos empregos

Cidacos

Melloras en varias liñas nas súas plantas de Autol (La Rioja), Funes (Navarra) e Coria (Cáceres).

3,7 M€

56 novos empregos

Elaborados Naturales de la Ribera

Mellora das liñas de produción de tortilla preparada Hacendado na súa planta de Corella (Navarra).

2,1 M€

11 novos empregos

Logifruit

Nova planta de envases e loxística en Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava).

6,7 M€

36 novos empregos

Embutidos Martínez

Actualización de produtos para o novo Modelo de Carne nas súas plantas de Cheste, Torrente e Buñol (Valencia).

4 M€

46 novos empregos

Frutas Montosa

Ampliación das instalacións e liña de produción de *guacamole* en Valle-Niza (Málaga).

6,3 M€

41 novos empregos



Reunión Anual de Interprovedores

O pasado mes de xuño celebrouse en Valencia a reunión anual de fabricantes interprovedores de Mercadona. O encontro permitiu poñer en valor a importancia da especialización dentro do proxecto Mercadona, ao ser este un factor clave para reforzar tanto a calidade como a seguridade dos produtos e poder dispoñer dunha oferta eficaz que satisfaga as necesidades do “Xefe”.

Ademais diso, a reunión anual serviu igualmente para compartir os novos retos aos que se enfrenta a compañía e as ferramentas para poder aboralos con éxito e satisfacer os cinco compoñentes a través da innovación constante do esforzo diario e da busca da excelencia no traballo rutineiro.





Algúns fabricantes interprovedores e provedores especialistas

Claramente identificados no envase dos produtos que fabrican para Mercadona



Convenio Marco de Boas Prácticas Comerciais

Principios polos que se rexe a relación de Mecedona cos fabricantes interprovedores

1

Obxectivo conxunto

Relación baseada na aplicación dos fundamentos do Modelo de Calidade Total para a satisfacción do “Xefe”

2

Cooperación mutua

Sinerxías entre todos os procesos da cadea de montaxe buscando a máxima eficiencia

3

Principio de “gañar-gañar”

Acordos beneficiosos para ambas as partes

4

Cumprimento

Por ambas as partes de todos os compromisos nos prazos acordados

5

Transparencia

Traballo conxunto co obxectivo de incrementar a produtividade e a competitividade

6

Relación estable

Convenios de duración indefinida con prazos e avisos previos coñecidos por ambas as partes



Campos de nectarinas do provedor Tany Nature en Zurbarán, Badajoz.

Colaboración co sector primario

En 2017 a compañía seguiu desenvolvendo a Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona (CASPOPDONA). Este proxecto persegue acometer a modernización da cadea agroalimentaria sostible, obxectivo para o que durante todo este tempo un dos factores clave foi estreitar vínculos cos sectores estratéxicos da industria agroalimentaria española, como son o agrícola, o pesqueiro e o gandeiro.

Para iso, seguiu apostando pola estabilidade, a proxección de futuro, a seguridade na compra e a especialización. E xunto a estas bases, todos os elos seguiron

compartindo os seus coñecementos e as súas experiencias, o que permitiu que CASPOPDONA sexa hoxe un proxecto vixente de coñecemento compartido. Un proxecto que se desenvolve e consolida e que lles permite a todas as súas partes obter rendibilidade. E a Mercadona, ademais, poder reforzar a súa oferta eficaz ao dispoñer dos mellores provedores do seu sector: provedores cada vez máis locais e especialistas que non só ofrecen produtos da máxima calidade e frescura, senón que, ademais, lle permiten, na maior parte dos casos, seguir avanzando no seu compromiso de, sempre que sexa viable, utilizar materia prima de orixe nacional.

Colaboración con

8.600
agricultores

5.200
gandeiros

12.000
pescadores

Sector lácteo sostible e 100% nacional

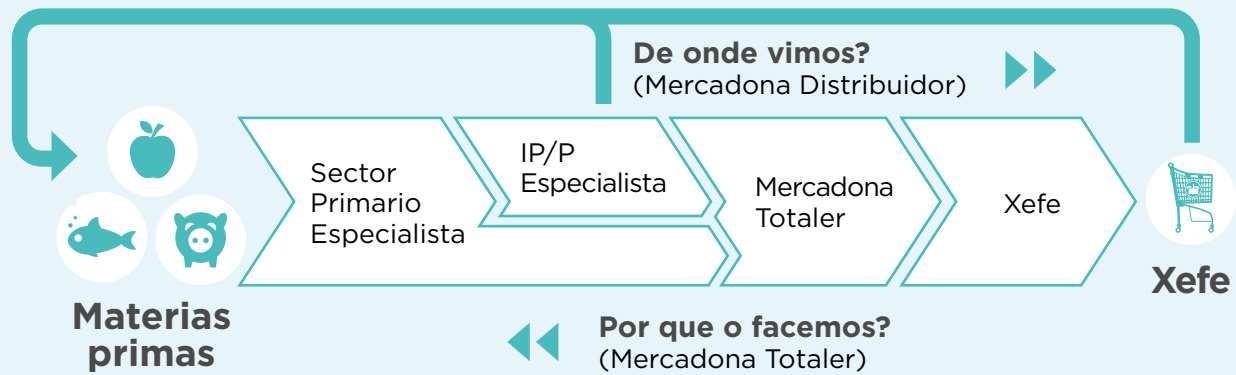
Mercadona é asinante do “Acordo para a estabilidade e sostibilidade do sector lácteo” e do programa Produtos Lácteos Sostibles, ambos impulsados polo MAPAMA, cos que se contribúe a poñer en valor a orixe nacional do leite e se fomenta o consumo de produtos lácteos, por exemplo a través do seu apoio á campaña “Lácteos de aquí cada día”.



Orencio Hoyo

Empresa familiar e proveedor especialista de pemento doce e picante da DO La Vera. Mantén acordos de colaboración e asesoramento técnico con máis de 40 agricultores dos vales de La Vera, Tiétar, Alagón e Ambroz, cun total de 200 hectáreas de produción de pemento.

CASPOPDONA Creando un proxecto común



PRINCIPAIS ESTRATEXIAS DE CASPOPDONA

ESTABILIDADE ◀▶ PRODUTIVIDADE ◀▶ DIÁLOGO ▶

OBXECTIVO:

CRECEMENTO
COMPARTIDO E
SOSTIBILIDADE



Frutas Fajardo

Esta empresa familiar conta con 200 hectáreas de produción propia e mantén acordos con máis de mil agricultores, maioritariamente de pequena dimensión. Grazas a iso, puido reforzar a súa especialización en aguacate, chirimoia, mango e néspera.

Importaco

Como parte da súa política de boas prácticas agrícolas para garantir a calidade e produtividade dos cultivos de améndoa española, colabora con 56 agricultores, cunha produción conxunta de 7.300 toneladas.



Bloques loxísticos

Mercadona traballa no desenvolvemento da súa rede loxística co obxectivo de transformala para optimizar todo o seu potencial. Para liderar a eficiencia na súa cadea de subministración, mantén investimentos constantes dende hai máis dunha década, o que lle permitiu non só reforzar a súa eficiencia, senón innovar coa eliminación nos seus bloques de calquera manipulación e sobreesforzo por parte dos traballadores, o que contribúe a previr e reducir o risco de accidentes laborais. De feito, a compañía consolidou a súa aposta polo traballo de calidade nos almacéns, coa posta en marcha de bloques loxísticos totalmente automatizados, pioneiros no sector, que son, ademais, un motor de competitividade e produtividade.

Para afrontar o reto de incrementar a súa capacidade de forma paralela ao crecemento constante da compañía, Mercadona está desenvolvendo o seu proxecto loxístico de forma sostible e definindo os seus criterios de stock, procesos loxísticos e recursos, así como a mellor localización do seu *hub* loxístico.

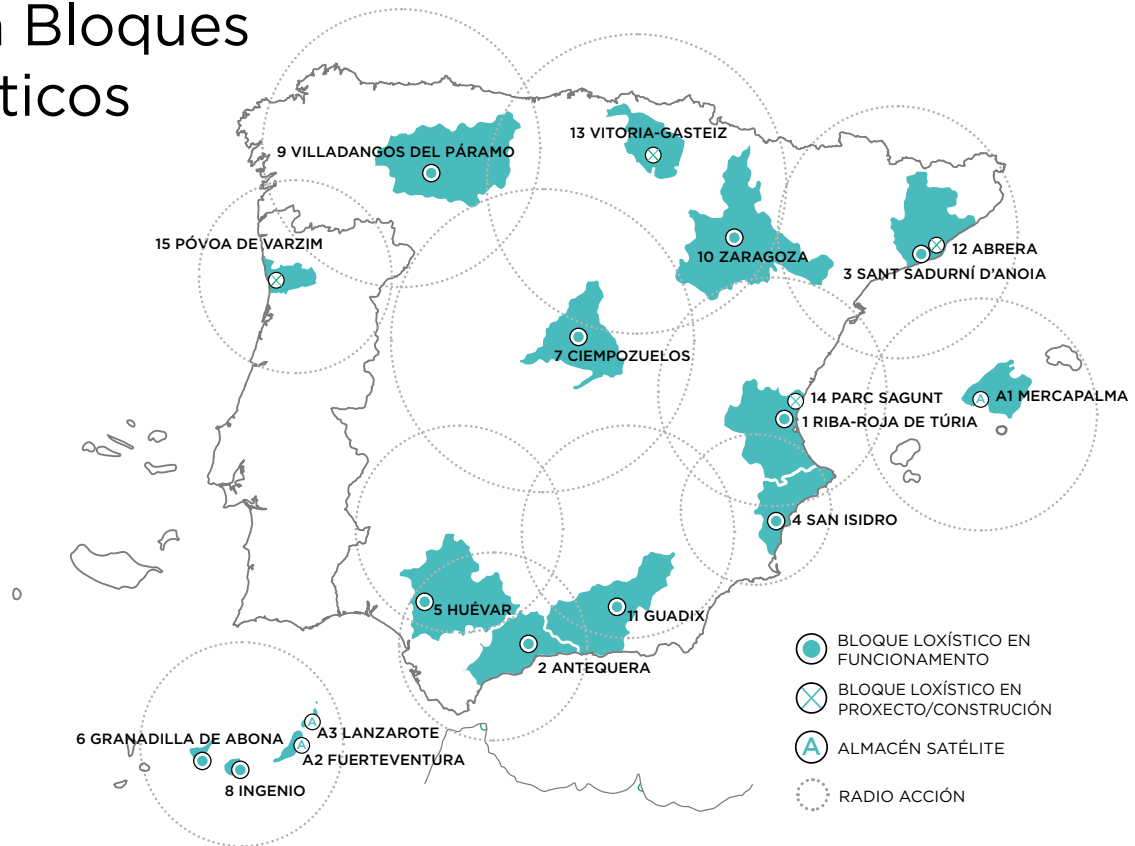
É no desenvolvemento desta estratexia onde se atopa enmarcada a adquisición das novas parcelas no parque empresarial Parc Sagunt, en Sagunt (Valencia). Un total de 550.000 metros cadrados que supuxeron un investimento de 41 millóns de euros. A construción deste novo bloque loxístico vai supoñer un investimento próximo aos 400 millóns de euros para dispoñer do mellor e máis moderno bloque loxístico da compañía, mellorado grazas á experiencia tecnolóxica acumulada no resto de almacéns da compañía.

A localización estratéxica do bloque loxístico de Parc Sagunt é unha oportunidade evidente para incrementar a eficiencia loxística da compañía e vai supoñer unha reestruturación do bloque loxístico que a compañía ten en Riba-roja de Túria (Valencia), que ao non poder automatizarse na súa totalidade adaptará a súa actividade. Como consecuencia diso, ambos os bloques dispoñerán dun cadro de persoal conxunto aproximado de 1.000 persoas.



Fotografía aérea das parcelas nas que se situará o novo bloque loxístico en Parc Sagunt, en Sagunt, Valencia.

Mapa Bloques Loxísticos



- 1. RIBA-ROJA DE TÚRIA, Valencia
- 2. ANTEQUERA, Málaga
- 3. SANT SADURNÍ D'ANOIA, Barcelona
- 4. SAN ISIDRO, Alacant
- 5. HUÉVAR, Sevilla
- 6. GRANADILLA DE ABONA, Tenerife (Santa Cruz de Tenerife)

- 7. CIEMPOZUELOS, Madrid
- 8. INGENIO, Gran Canaria (Las Palmas)
- 9. VILLADANGOS DEL PÁRAMO, León
- 10. ZARAGOZA, Zaragoza
- 11. GUADIX, Granada
- 12. ABRERA, Barcelona
- 13. VITORIA-GASTEIZ, Araba/Álava
- 14. PARC SAGUNT, Sagunt (Valencia)

- 15. PÓVOA DE VARZIM, Distrito Porto (Portugal)
- A1. MERCAPALMA, Palma de Mallorca (Illes Balears)
- A2. FUERTEVENTURA, Fuerteventura (Las Palmas)
- A3. LANZAROTE, Lanzarote (Las Palmas)

Mercadona ten unha rede loxística eficiente que, no seu conxunto, alcanza 1.099.000 metros cadrados de superficie. A través dos seus 15 bloques loxísticos, catro deles en proxecto e construción, e 3 almacéns satélites, abastece todos os seus supermercados, 1.627 no momento do peche de 2017.

1.099.000
metros cadrados de superficie

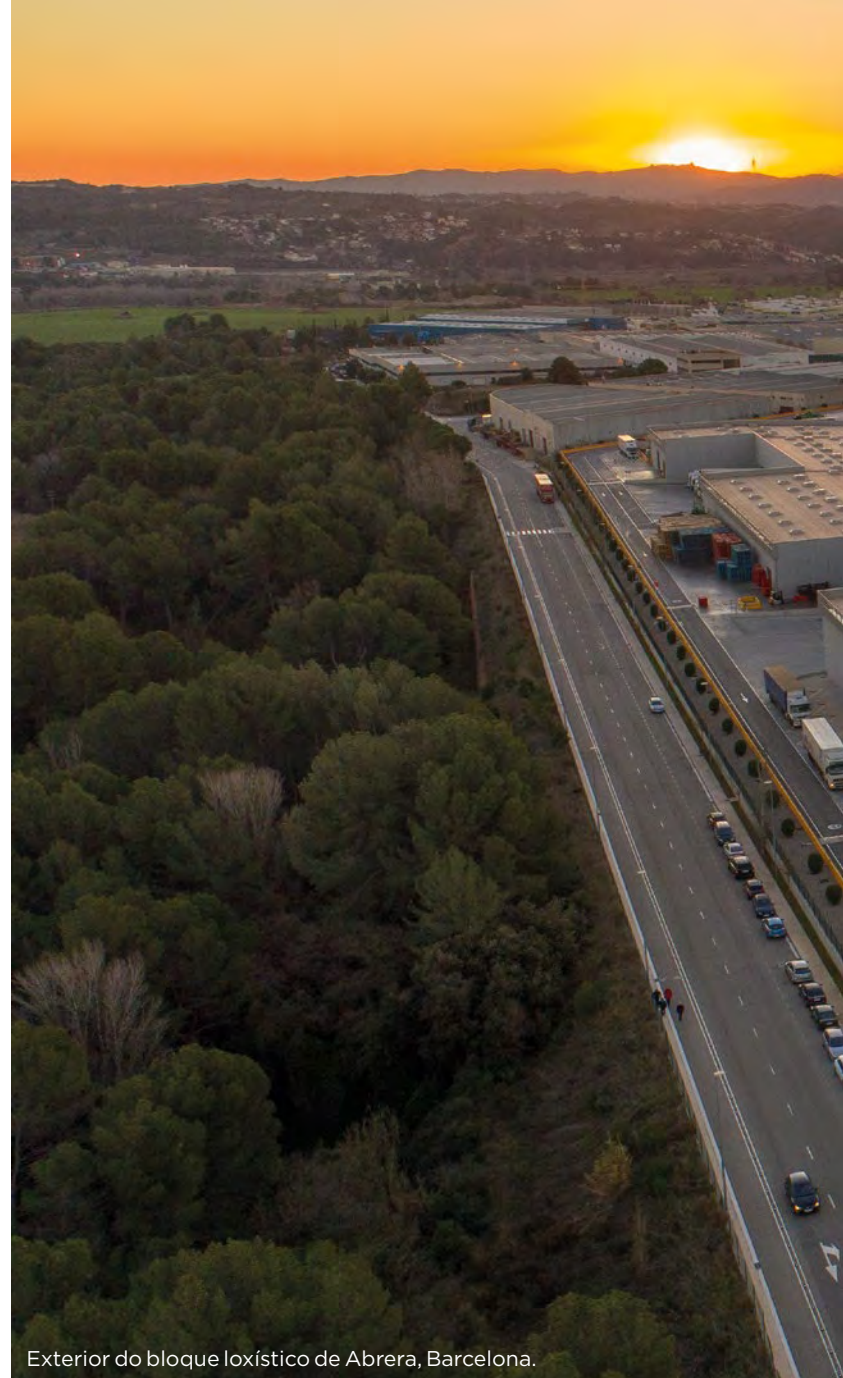
15 bloques loxísticos

Bloques loxísticos de Abrera e Vitoria-Gasteiz

Mercadona finalizou a primeira fase das obras do bloque loxístico de Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava), coa posta en marcha da actividade de secos, envases, frío e perecedoiros, o que supuxo ata agora un investimento de 50 millóns de euros. Este proxecto iniciouse en 2015 para abastecer os supermercados que ten en Euskadi, Navarra, La Rioja, Cantabria e Burgos.

Paralelamente, Mercadona continuou avanzando na construción do seu quinto bloque loxístico intelixente en Abrera (Barcelona). Ao longo destes meses, puxo en marcha a primeira fase da plataforma de produtos frescos integrada dentro do almacén de frío (no que tamén se encontran os produtos refrixerados e conxelados), que se suma á actividade do almacén de secos, á fábrica de pan e á área de xestión de envases. Cun investimento total de 300 millóns de euros en diferentes fases, no desenvolvemento deste participan 150 pemes, que á súa vez dan traballo a 600 persoas, o que supón un impulso importante na reactivación económica da zona durante o transcurso das obras.

Tamén en 2017 Mercadona asinou un contrato para desenvolver o seu primeiro bloque loxístico en Portugal. Localizado na cidade da Póvoa de Varzim conta con dúas naves de 12.000 e 5.000 metros cadrados, respectivamente, nas que se situarán os almacéns de secos, perecedoiros, refrixerados e conxelados. A compañía ten previsto que a nova plataforma estea totalmente operativa no primeiro semestre de 2019.



Exterior do bloque loxístico de Abrera, Barcelona.



Instalacións do bloque loxístico de Abrera, Barcelona.



Exterior do bloque loxístico de Vitoria-Gasteiz, Araba/Álava.



Pau, "Xefe" do supermercado da avenida Blasco Ibáñez, Valencia.



4. A SOCIEDADE

Unha iniciativa transformadora baseada no crecemento compartido para xerar un impacto social que cre progreso e desenvolvemento responsable

O Modelo de Calidade Total de Mercadona é un modelo de xestión ético que xera valor para todos os seus compoñentes grazas a que persegue un crecemento sostible. Dende a máxima de que o máis estable na compañía é o cambio, incorpora de maneira constante melloras que contribuíron a construír o proxecto Mercadona: un proxecto que evolucionou a través da responsabilidade, a transparencia, a cooperación, o diálogo e a empatía.

Grazas a este Modelo, que impulsa a prosperidade compartida entre todos os seus compoñentes, un dos compromisos que Mercadona mantén coa sociedade é contribuír ao seu desenvolvemento e progreso de forma sostible. A través da súa estratexia de Responsabilidade Social, aposta polo emprendemento e o impulso ao talento e traballa constantemente en medidas para reducir o impacto da súa actividade no medio ambiente.

Esta forma de entender a súa actividade é compartida por todos cantos forman parte da compañía, que colaboran diariamente nun obxectivo común: “seguir construíndo un modelo de empresa que a xente se sinta orgullosa de que exista”.

Creación de valor a través de feitos

A transformación que está levando a cabo Mercadona ten tamén un importante impacto positivo para a sociedade. De feito, só os 1.008 millóns de euros de investimento que realizou en 2017 tiveron un efecto multiplicador relevante sobre a economía das zonas onde Mercadona está implantada, ao xerar un impulso moi claro á actividade industrial, ao emprego e ás rendas dos ámbitos nos que a compañía desenvolve a súa actividade.

Igualmente relevante é a xeración de emprego estable e de calidade realizada pola compañía, que só en 2017 supuxo a creación de 15 novos postos de traballo ao día. No seu conxunto, 5.000 postos de traballo estables e de calidade, e unha aposta pola promoción e o desenvolvemento profesional e persoal cunhas condicións que están por enriba da media do sector, como demostra o feito de que o soldo inicial mínimo sexa de 1.132 euros netos ao mes.

Ademais destes feitos, que por si sós son un indicador que reflicte o seu nivel de compromiso coa Sociedade, en 2017 a compañía volveu demostrar con

cifras a súa achega, tanto directa como indirecta: 1.441 millóns de euros aboados en concepto de tributos directos e indirectos ás Administracións Públicas, dos que 758 millóns de euros corresponden aos pagamentos realizados á Seguridade Social, 108 ao imposto de sociedades, 478 á recadación do IVE e do IRPF, e 97 a outros impostos e taxas, así como unha achega de 4.160 millóns de euros ao PIB nacional.

Así mesmo, a actividade indirecta de Mercadona, a través da colaboración que mantén con máis de 2.700 provedores comerciais e de servizos e 20.000 pemes e produtores de materias primas locais, tamén é motor de crecemento compartido para a Sociedade. Exemplo diso son as cifras dos 120 interprovedores e algúns provedores especialistas que traballan especificamente para a compañía, que en 2017 crearon 3.720 postos de traballo, ata un total de 54.163 empregos directos, e realizaron un esforzo investidor conxunto que alcanza 706 millóns de euros, datos todos que reflicten o compromiso vertebrador que Mercadona mantén coa Sociedade.



Fachada do supermercado da Estrada de Onda en Vila-real, Castelló.

Impacto da actividade económica de Mercadona e a súa cadea de montaxe en España

Achega Total de Renda e Traballo

19.500*

millóns de euros
achega conxunta ao PIB
1,7% do PIB

545.000*

postos de traballo en España pola actividade directa,
indirecta e inducida do ámbito de Mercadona
3% do emprego total en España

Cifras da Cadea Agroalimentaria Sostible de Mercadona

Volume de compras en España

17.533

millóns de euros (+1.478 M€ que en 2016)

85% do volume total de compras
(produtos+servizos)

+2.700

provedores
comerciais
e de servizo

+20.000

pemes e produtores
de materias primas

120

fabricantes
interprovedores

1.714

millóns de euros investimento
conxunto Mercadona, interprovedores
e algúns provedores especialistas

Contribución Tributaria

Tributos directos e indirectos **1.441** millóns de euros

Contribución Tributaria Directa

Seguridade Social

634

millóns de euros

Imposto de sociedades

108

millóns de euros

Outros impostos e taxas

97

millóns de euros

Contribución Tributaria Indirecta

Seguridade Social

124

millóns de euros

IRPF

313

millóns de euros

IVE

165

millóns de euros

*Datos actualizados segundo a metodoloxía definida polo Instituto Valenciano de Investigacións Económicas (IVIE) en 2017.

Diálogo e transparencia

Mercadona intenta adaptarse mellor ao ámbito do que forma parte. En liña coa máxima de que “para poder recibir, primeiro temos que dar”, e co obxectivo de fomentar o crecemento compartido e a convivencia, desenvolve estratexias que ofrecen solucións máis acertadas e adecuadas. Mediante un diálogo constante, a compañía consegue coñecer en profundidade as necesidades e inquietudes de cantos a rodean, entre eles, veciños, consumidores, asociacións e institucións.

Nesta liña, a compañía participou en diversos foros e en reunións con diferentes organismos e asociacións de distintos ámbitos. En todos eles puido explicar o seu Proxecto e o seu modelo de Empresa, e detectar puntos de mellora. Neste sentido, cabe destacar a elaboración en 2017, xunto con KPMG, da “Análise de percepción e expectativas ONG e fundacións, organizacións de consumidores e sector agropecuario sobre Mercadona”, co obxectivo de detectar melloras na relación cos grupos de interese.

Igualmente, para Mercadona a transparencia é un factor clave polo que aposta e que asume como unha responsabilidade prioritaria, como pode observarse 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.



Rebeca e Borja, “Xefa” e traballador do supermercado de Kansas City, Sevilla.



Nuria e Marta, “Xefas” do supermercado da avenida Sancho el Fuerte en Pamplona, Navarra.

Algúns recoñecementos sociais 2017

Grazas á súa implicación coa Sociedade, a compañía recibiu diversos recoñecementos que supoñen un estímulo para seguir traballando e impulsando iniciativas co seu ámbito.

Informe Merco Empresas

En 2017, e por terceiro ano consecutivo, Juan Roig foi o líder empresarial con mellor reputación en España na clasificación Merco Empresas. Paralelamente, Mercadona consolidouse na devandita clasificación como a empresa con mellor reputación corporativa do sector da distribución xeneralista e como a segunda de España de todos os sectores.

Mercadona Confiable

En 2017, o 85% dos españois elixiu Mercadona como a empresa máis confiable, segundo o “Barómetro de percepción e avaliación cidadá das principais empresas de España” elaborado por Metroscopia.

Responsabilidade Social FES

Mercadona foi galardoada en 2017 pola Federación Empresarial Segoviana (FES) coa Distinción Responsabilidade Social pola súa sensibilidade cara aos temas sociais como empresa.

Alimentos “último minuto”

En 2017, a Deputación e o Banco de Alimentos de Gipuzkoa concedéronlle un diploma á compañía como recoñecemento ao seu impulso na doazón de alimentos “último minuto”, aqueles que son perecedoiros pero perfectamente consumibles.

Prato Solidario

En 2017, a Fundación Banco de Alimentos de Valladolid concedeu a Mercadona o Prato Solidario 2017, na categoría de Empresas, polo seu apoio continuado dende que iniciara a súa colaboración en 2014.



Alta Distinción

O pasado mes de outubro, a vicepresidenta de Mercadona, Hortensia Herrero, recibiu a Alta Distinción da Generalitat Valenciana en recoñecemento ao labor que, a través da Fundación Hortensia Herrero, desenvolve para recuperar, protexer e promover o patrimonio artístico da cidade de Valencia e contribuír a situala como un referente artístico e cultural. Para Hortensia Herrero, presidenta da devandita fundación, “a obtención da Alta Distinción é un orgullo enorme e unha responsabilidade que serve de impulso para o futuro, para seguir traballando día a día nun proxecto que permita promover a cidade de Valencia e dar a coñecer toda a súa historia e o seu verdadeiro valor”.

A vicepresidenta de Mercadona, Hortensia Herrero, xunto co presidente, Juan Roig, e tres das súas fillas, tras recoller a Alta Distinción da Generalitat Valenciana o 9 de outubro de 2017.

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 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.

En 2017 a compañía trasladou esta necesidade igualmente ao ámbito europeo, motivo polo que decidiu visitar o Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC) en Bruxelas. Por medio desta visita, a compañía puido explicarlle de primeira man o seu modelo de empresa a esta institución europea, constituída por 43 organizacións de consumidores de 23 países. Na mesma liña, Mercadona achegouse a Deco Proteste, asociación de referencia en materia de defensa dos consumidores de Portugal, onde a compañía ten previsto abrir en 2019 os seus catro primeiros supermercados.



Ana Belén Martínez, directora de Relacións Externas da Rexión de Murcia no II Congreso Dirixindo Fogares, organizado polo xornal La Verdad en colaboración coa Federación de Consumidores ThaderConsumo.

Proxecto “Mesa de Participación”

Ao longo de 2017 a compañía seguiu colaborando no proxecto “Mesa de Participación”, iniciado en 2015 xunto ás federacións e confederacións nacionais de asociacións de consumidores de ámbito alimentario: CECU, FUCI, UNAE e CAUCE. Todos os integrantes realizaron reunións periódicas ao longo do ano e levaron a cabo un traballo que foi distinguido co premio da Asociación Valenciana de Consumidores e Usuarios AVACU 2017, que recoñeceu este labor como a “Mellor Acción de Defensa ao Consumidor”.

Durante estes doce meses, ademais, e a través da devandita “Mesa de Participación”, a compañía traballou na elaboración da enquisa “Hábitos de Consumo 2017”, realizada a máis 2.500 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.



Representantes de CAUCE, CECU, Mercadona, FUCI e UNAE, pertencentes á “Mesa de Participación”.

Colaboración en

22

estudos e publicacións sectoriais

Apoio a

37

actos e accións promovidas polas asociacións de consumidores

143

encontros informativos

17

convenios de colaboración



Vanessa, "Xefa" do supermercado de El Tercer Barrio, Palencia.



María Dolores, "Xefa" do supermercado da avenida Burgos en Logroño, La Rioja.

Colaboración con

18

asociacións de celíacos, de intolerancias e outras alerxias

Achegamento a

61

asociacións de consumidores nacionais e autonómicas

Participación en

15

congresos, xornadas e relatorios sobre o sector

44

charlas a asociacións de consumidores

31

visitas a instalacións da compañía e interprovedores

Contribuír a un mundo urbano máis sostible

En 2017 Mercadona seguiu impulsando a construción de xardíns urbanos, iniciativa que contribúe a mellorar a imaxe e a calidade de vida dos veciños naquelas tendas nas que se realizan. Trátase de “cubertas verdes”, situadas en patios de bloques e elaboradas con especies autóctonas con baixas necesidades hídricas, que contribúen a reducir tanto a contaminación como o denominado efecto “illa de calor”, xa que son un excelente illante.

Mercadona ten previsto seguir abordando este tipo de iniciativas que, ademais, contribúen a alcanzar os obxectivos definidos no Libro Verde de Sostibilidade Urbana e Local editado polo MAPAMA.

Ademais diso, a compañía está realizando unha proba piloto para a distribución urbana con 7 camións propulsados por gas natural licuado. Estes motores emiten un 40% menos de CO₂ por litro de combustible, reducen 10 veces a emisión de partículas e emiten un 80% menos de óxidos de nitróxeno comparados co estándar Euro 5, polo que pretende incorporar 40 camións máis en 2018. Paralelamente, tamén está testando o uso de vehículos lixeiros, tanto por medio do transporte con furgonetas eléctricas como híbridas diésel.

Xestión Proactiva cos Veciños

A relación que Mercadona mantén cos seus veciños está baseada no respecto, no entendemento mutuo e na adaptación. Por iso, escoita activamente e pon en marcha iniciativas que consoliden unha relación de convivencia e que contribúan a que a súa actividade comercial non interfira nin xere ningún impacto molesto naquelas zonas e barrios nos que ten presenza.

Neste marco de busca constante de solucións, a compañía seguiu avanzando no proxecto “Xestión Proactiva cos Veciños”, iniciado en 2014. Esta ferramenta preventiva permitiulle evitar que se produzan posibles molestias, ao realizar 4.500 exames nos procesos de carga e descarga, así como 4.300 nos procesos internos das instalacións e supermercados.

Ademais diso, en 2017 xestionáronse 316 suxestións, queixas e melloras procedentes de veciños, das que un 73% foron resoltas satisfactoriamente en menos de 30 días, mentres que no resto a duración dependeu do tipo de intervención que houbo que realizar.



Cuberta axardinada do supermercado da glorieta de Quevedo, Madrid.

Integración en mercados municipais

Mercadona impulsa o comercio de proximidade onde está presente e mantén un compromiso especial coa convivencia de formatos tradicionais. En 2017 a compañía seguiu impulsando a revitalización de mercados municipais, proxecto que iniciou en 2001, e actualmente conta con 37 tendas situadas en mercados municipais. Grazas a iso, comparte a súa aposta pola convivencia de formatos con máis de 1.800 comerciantes distintos, tras inaugurar un novo supermercado no Mercat Central de Tarragona (Tarragona).

Colaboración co comercio de barrio

37
tendas en mercados municipais

+1.800
comerciantes comparten a ilusión de recuperar o comercio tradicional



Supermercado no Mercat Central de Tarragona, Tarragona.

Apoio ao emprendemento

Para Mercadona saber captar, reter e impulsar o talento é unha responsabilidade que contribúe ao crecemento da Sociedade. Por iso, ademais de contribuír ao seu desenvolvemento internamente, faino tamén de xeito externo, un compromiso que lle permite devolver parte do moito que recibe do seu ámbito ao compartir iniciativas innovadoras que xeran eficiencia e produtividade.

Exemplo de apoio ao emprendemento é a colaboración coa Fundación Premios Rey Jaime I na categoría “Premio ao Emprendedor”, xunto a EDEM Escola de Empresarios e a Asociación Valenciana de Empresarios (AVE). Alicia Asín Pérez, conselleira delegada e cofundadora de Libelium Comunicaciones Distribuidas, foi a emprendedora galardoada en 2017, oitava edición da categoría. O seu proxecto de telecomunicacións, especializado no deseño e na fabricación de sensores sen fíos, permite monitorizar calquera obxecto e medio e enviar esa información en tempo real sen fíos a través de Internet. Grazas a esta tecnoloxía innovadora, que deu solución a necesidades loxísticas, industriais ou agrícolas, entre outras, Libelium rexistrou un crecemento sostido que o levou a superar xa os cen traballadores.

Ademais, Mercadona mantén dende hai anos unha relación estreita co ámbito da formación a través de EDEM, fundación presidida por Hortensia Roig da que a compañía é Patrón e que está inmersa actualmente nun proceso de crecemento e de desenvolvemento do seu plan estratéxico. Juan Roig foi en 2017 de novo profesor na duodécima edición do curso de alta dirección “15x15: quince días con quince empresarios líderes” e distintos directivos de Mercadona impartiron clase tanto nos programas de xestión empresarial “ABC”, de formación sénior, como no Grao ADE para Emprendedores, o Grao en Enxeñería e Xestión Empresarial, o MBA Júnior e o Máster en Emprendemento e Liderado. Así mesmo, un gran número de estudantes do Centro Universitario realizaron durante o ano pasado as súas prácticas en Mercadona.

O obxectivo deste compromiso da compañía coa docencia é contribuír á formación de empresarios, directivos e emprendedores irradiando os valores fundamentais do Modelo de Calidade Total. EDEM forma parte, xunto á aceleradora Lanzadera e a sociedade de investimento Angels, de Marina de Empresas, unha iniciativa persoal 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.

Socio activo do Pacto Mundial

Mercadona é socia asinante do Pacto Mundial, a maior asociación que existe pola defensa dos valores fundamentais en materia de Dereitos Humanos, Normas Laborais, Medio Ambiente e Loita contra a Corrupción. Seguiu traballando para impulsar as diferentes iniciativas existentes ao amparo deste Pacto e participou activamente na elaboración dunha guía de boas prácticas orientada a axudar ás empresas de alimentación e bebidas a promover os Obxectivos de Desenvolvemento Sostible das Nacións Unidas.

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 destes principios, que se remitiu á Rede Española do Pacto Mundial.

Máis información na Memoria de Medio Ambiente:

www.mercadona.com





Os patrocinadores do Premio Rey Jaime I ao Emprendedor, Mercadona, a Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) e a Escola de Empresarios EDEM, xunto á premiada Alicia Asín Pérez, conselleira delegada e cofundadora de Libelium Comunicaciones Distribuidas, durante o acto.



Juan Roig impartindo o curso de alta dirección "15x15" de EDEM.

Mercadona Social e Responsable

A compañía seguiu impulsando o seu Plan de Acción Social, a través do que apoiou diversas institucións e entidades sociais que continuaron desenvolvendo o seu importante labor de axuda. A través das distintas iniciativas nas que participou en todas as Comunidades Autónomas, en 2017 doou máis de 9.600 toneladas de alimentos, o que representa 3.100 toneladas máis que o exercicio anterior.

Neste mesmo marco, Mercadona continúa co seu programa de colaboración con máis de 140 comedores sociais de diferentes localidades de España aos que doa diariamente produtos que non son aptos para a venda, pero que si están en perfectas condicións para o seu consumo.

Ademais, en 2017 Mercadona colaborou coa carreira solidaria pola adopción e tenencia responsable de animais de compañía “Perrotón Madrid 2017”, onde participaron máis de 4.000 persoas. A compañía doou penso para cans da súa marca Compy a todos os asistentes.

Operacións Quilo e Gran Recollida

Mercadona colaborou, a través dos seus supermercados, en diferentes “Operacións Quilo” e na “Gran Recollida” organizada polos bancos de alimentos. En todas estas iniciativas, a resposta solidaria dos “Xefes” foi espectacular, con 6.000 toneladas doadas.

Convenios con

+60

bancos de alimentos e outras entidades

Colaboración con

+140

comedores sociais

9.600

toneladas de alimentos doados



Cristina, Ioan e Cristian preparando unha entrega de leite para o Banco de Alimentos de Barcelona.



José, Sara e Rosario, “Xefe”, traballadora e voluntaria do supermercado de Los Molinos en Paterna, Valencia, durante a Gran Recollida de Alimentos de 2017.

Murais *trencadís*

En 2017 Mercadona consolidou a innovación social das súas tendas, tras investir máis de 1,5 millóns de euros na elaboración de 3.142 novos murais de *trencadís* que instalou nas peixerías e nos puntos de acabado de carne das súas tendas.

Para iso, colaborou con 28 fundacións e centros ocupacionais, así como con Pamesa Cerámica, e contou co esforzo de máis de 1.000 persoas con discapacidade intelectual que diariamente traballaron na elaboración dos devanditos murais, que cun deseño máis amplo e actual están en sintonía coas características do Novo Modelo de Tenda de Mercadona.

Actualmente, a compañía colabora coa Fundación Roig Alfonso, Fundación Síndrome de Down, Fundaempleo Azahar e Fundación Espurna; os Centros Especiais de Emprego Purglass, Ivas, Tola e Di-Kapaci-

tats; a Granxa Fogar El Rinconet; Asociación Afanías; os Centros Ocupacionais Torreblanca, Ivas el Maestrazgo, El Molí, Ivas Belcaire, Buris-Anna, La Xara, El Castellet, Hort de Feliu, Mislata, Xirivella, El Prat, La Ribera, Monduber, Moixent; a Cooperativa Koynos e os Centros Ocupacionais Municipais de Sueca, Requena e María Rafols, institucións ás que lles agradece o seu esforzo diario.

Responsabilidade e Goberno Corporativo

Mercadona foi recoñecida como a segunda empresa máis responsable pola clasificación Merco Responsabilidade e Goberno Corporativo 2017, que avalía variables como o comportamento ético, a transparencia, o compromiso co medio ambiente ou a calidade laboral.

3.142
novos murais
de *trencadís*

1,5
millóns
de euros

28
fundacións e
centros ocupacionais

1.000
persoas con
discapacidade
intelectual



Mural de *trencadís* na sección de peixería do Novo Modelo de Tenda Eficiente de Mercadona.



Membros da Fundación Roig Alfonso da Comunidade Valenciana elaborando os murais.

Medio ambiente e sostibilidade

O proxecto Mercadona contempla calquera efecto que a súa actividade poida ter no medio e mantén un compromiso pleno coa protección e co aproveitamento eficiente dos recursos naturais. Con esta responsabilidade, incorpora melloras que engadan valor ao “Xefe” dende a premisa de “facer máis con menos”. Con este fin, dispón dun sistema de Xestión Medioambiental propio cuxo obxectivo principal é aproveitar ao máximo os recursos dispoñibles e minimizar a xeración de residuos. Está enfocado cara a tres áreas fundamentais: optimización loxística, eficiencia enerxética e redución de residuos.



Aparcadoiro para bicicletas no supermercado da avenida de El Parque en Lucena, Córdoba.

Principais liñas de acción

Optimización loxística e transporte sostible

Transportar máis con menos recursos e aproveitar ao máximo o espazo de cada camión son as principais estratexias loxísticas. Dende 2017, a frota de camiións está composta na súa maioría por vehículos que cumpren cos estándares Euro 6 e Euro 6c, os máis esixentes que existen en materia de emisións. Ademais, Mercadona está traballando no Proxecto Distribución Urbana Sostible mediante camiións propulsados con gas. Na mesma liña, Acotral, interprovedor de Mercadona, incorporou á súa frota 11 megatráileres, vehículos de 25,25 metros de longo e con capacidade para transportar ata 60 toneladas de mercadoría por viaxe. Con esta iniciativa, reduce as emisións de CO₂ á atmosfera, grazas ao incremento do 40% de mercadorías que este tipo de vehículos permite transportar.

Eficiencia enerxética

Utilizar unicamente a enerxía que se necesita e aplicar medidas para un uso enerxético eficiente. O Novo Modelo de Tenda de Mercadona incorpora novas medidas de illamento e aforro, o que permite que nestas tendas o consumo enerxético sexa ata un 40% menor respecto a unha tenda convencional. Ademais, evita a emisión de aproximadamente 700 toneladas de CO₂ por tenda e ano.

Redución de residuos

Reciclar o 100% dos residuos de cartón, plástico, *poliexpan* e madeira mediante xestores autorizados e tratar de reducir a propia xeración de residuos. Ademais, Mercadona traballa para reducir os residuos xerados nas tendas mediante a adecuada xestión dos pedidos, a liquidación de produtos frescos e a doazón de alimentos aptos para o consumo pero non para a venda. Así mesmo, tanto a compañía como algúns dos seus interprovedores e provedores estableceron sinerxías para reutilizar residuos dun en beneficio doutro, mediante a estratexia de economía circular que segue a premisa de converter residuos en recursos para reincorporalos ao ciclo da economía produtiva.

34 M€

de investimento
en protección do
medio ambiente

67.000

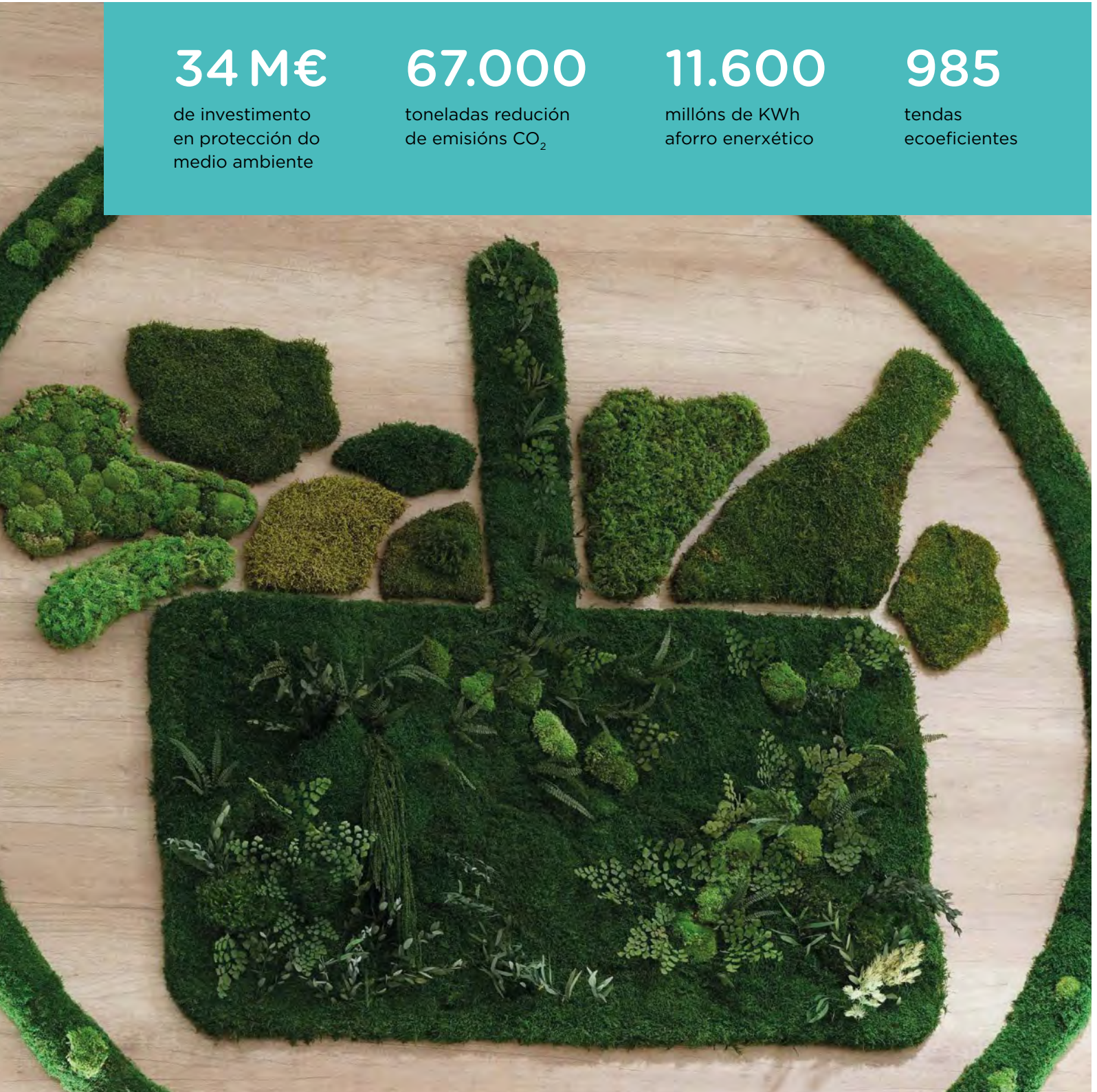
toneladas reducción
de emisiones CO₂

11.600

millóns de KWh
ahorro enerxético

985

tendas
ecoeficientes



Logotipo de Mercadona no supermercado do centro comercial ABC Serrano, Madrid.

Evitar o desperdicio alimentario

Mercadona desenvolve diferentes estratexias para reducir ao máximo o desperdicio alimentario. De feito, conta precisamente con ferramentas propias de xestión interna que propician o máximo axuste nos pedidos, o que á súa vez permite dar saída a todo o xénero que se recibe nas tendas.

Ademais, participou na estratexia do MAPAMA “Máis alimento, menos desperdicio”, cuxo obxectivo é previr e reducir o desperdicio alimentario. Paralelamente, e un ano máis, formou parte da iniciativa da AECOC “A alimentación non ten desperdicio, aprovéitaa”, programa que pon en contacto todos os actores da cadea de subministración para crear sinerxías e previr o desperdicio alimentario en todos os ámbitos.

Aposta pola pesca sostible e polo benestar animal

Mercadona leva anos traballando conxuntamente cos seus provedores para garantirlles aos seus “Xefes” o seu compromiso coa sostibilidade dos produtos de pesca que lles ofrece. Tras lograr que o ano anterior todos os seus provedores ratificasen a Política de Compra de Produtos da Pesca que a compañía desenvolveu

en 2012, levou a cabo un novo logro, ao conseguir que o 100% do atún en conserva Hacendado proceda de caladoiros xestionados de maneira responsable, de acordo coas acreditacións ISSF requiridas.

Mercadona traballa xunto aos seus provedores no fomento da protección dos animais nas granxas, no transporte e no sacrificio, por medio de diferentes programas e en colaboración con distintas institucións, como o Instituto de Investigación e Tecnoloxía Agroalimentarias (IRTA) ou o Instituto de Investigación e Desenvolvemento Tecnolóxico (NEIKER-Tecnalia).

En 2017 finalizou co compromiso de que todos os seus provedores apliquen normas de benestar animal durante toda a vida do animal e implanten estándares certificables nesta materia no horizonte de 2021.

Máis información na Memoria de Medio Ambiente:

www.mercadona.com



Huevos Guillén

Ten previsto investir 60 millóns de euros ata 2025 para producir nese exercicio o 100% dos seus ovos en sistemas libres de gaiola. Esta iniciativa reforza un compromiso xa adquirido en 1999 cando a compañía foi pioneira na comercialización de ovos procedentes de galiñas campeiras.

Galiñas poñedoras criadas en liberdade do interprovedor Huevos Guillén.

Xestión Medioambiental, Eficiencia e Sostibilidade

Datos Relevantes

RECICLAXE

TONELADAS PAPEL E CARTÓN 2016 181.000 2017 202.421	TONELADAS POLIEXPAN 2016 1.296 2017 2.494	TONELADAS PLÁSTICO 2016 12.110 2017 13.001
TONELADAS PILAS USADAS RECOLLIDAS EN TENDAS 2016 164 2017 167	TONELADAS TONNERS RECICLADOS 2016 1 2017 1	TONELADAS MADEIRA 2016 1.691 2017 1.878

TAXA DE RECICLAXE

RECICLAXE/ VALORIZACIÓN 2016 74% 2017 78%	DESTRUCCIÓN 2016 26% 2017 22%
---	---

EMISIÓN CO₂ en quilos por metro cúbico de mercadoría*

EMISIÓN DIRECTAS (ALCANCE 1) 2016 14,73 2017 14,13	EMISIÓN DEBIDAS AO CONSUMO ELÉCTRICO (ALCANCE 2) 2016 18,29 2017 17,98
EMISIÓN DEBIDAS AO TRANSPORTE (ALCANCE 3) 2016 14,07 2017 13,27	



OUTROS DATOS

CONSUMO ENERXÉTICO GJ 2016 7.441.000 2017 7.745.047	EMISIÓN TOTAIS DE CO₂ (MILES DE TONELADAS) 2016 1.567 2017 1.593
---	---

TRANSPORTE POR ESTRADA

TENDAS CON DESCARGA URBANA SILENCIOSA 2016 646 2017 664	ESTÁNDARES DE EMISIÓN NA FROTA 2016 Euro 5 e Euro 6 (100%) 2017 Euro 6 (57%) Euro 6c (34%) Euro 5 (9%)
---	--

*Os datos de emisións de CO₂ corresponden ao período que vai dende decembro de 2016 ata novembro de 2017, ambos inclusive.



Entrada dun supermercado co Novo Modelo de Tenda Eficiente.

Algunhas entidades e organismos cos que Mercadona colabora

AECOC

Asociación Española de Codificación Comercial

AECOSAN

Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición

AINIA

Asociación para a Investigación da Industria Agroalimentaria

APED

Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución

ASEDAS

Asociación Española de Distribuidores, Autoservizos e Supermercados

Associació Celíacs de Catalunya

AVE

Asociación Valenciana de Empresarios

Cámara de España

Cámara de Comercio e Industria Luso-Española

Cámara Oficial de Comercio de España en Bélxica e Luxemburgo

Cátedra da Empresa Familiar da Universidade de Alacant

CEOE

Confederación Española de Organizacións Empresariais e as súas respectivas organizacións territoriais e autonómicas

Círculo de Empresarios

Consello Asesor Agroalimentario do Instituto San Telmo

Ecoembalaxes España

EDEM

Escola de Empresarios

ENAC

Entidade Nacional de Acreditación

ESADE

Escola Superior de Administración e Dirección de Empresas

ESCODI

Escola Superior de Comercio e Distribución de Terrassa

EuroCommerce

ERRT

European Retail Round Table

FACE

Federación de Asociacións de Celíacos de España

Forética

Foro Interalimentario

Fundación COTEC

Fundación ÉTNOR

Fundación Seres

Fundación Transforma España

IEF

Instituto da Empresa Familiar

MAPAMA

Ministerio de Agricultura e Pesca, Alimentación e Medio Ambiente

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

Contribución de Mercadona ao desenvolvemento sostible

Mercadona mantén un compromiso co crecemento sostible que se plasma nun desenvolvemento responsable da súa actividade e permite axudar á consecución dos distintos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible impulsados pola Organización das Nacións Unidas.

“O XEFE”



3 SAÚDE E BENESTAR
Mercadona colabora estreitamente cos provedores e interprovedores para ofrecer a máxima seguridade alimentaria sempre. Dispón de equipos de traballo transversais para estudar e adiantarse á lexislación en materia alimentaria e poder ofrecer, ademais, unha oferta eficiente apta tamén para persoas con diversas intolerancias alimenticias, con máis de 1.200 produtos sen glute, 800 sen lactosa, sen azucres engadidos, aptos para vexetarianos, etc. Fomento do consumo dos produtos frescos de alta calidade a través da estratexia de Frescos Global.



12 PRODUCCIÓN E CONSUMO RESPONSABLE
Mercadona foi pioneira no desenvolvemento dunha produción e dun consumo responsable. En 1993 puxo en marcha a súa política comercial SPB, Sempre Prezos Baixos, que elimina os descontos e as promocións e incentiva o consumo responsable. Desenvolve constantemente unha Oferta Eficaz coa que prescribire produtos de máxima calidade ao menor prezo (Totaler), unha oferta previsible e coñecida para “O Xefe” que persegue dar solución a necesidades reais.

O TRABALLADOR



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 2017 a compañía investiu en formación un total de 65 millóns de euros, 11 millóns máis que o ano anterior, ata completar máis de 2,5 millóns de horas de formación.



5 IGUALDADE DE XÉNERO
10 REDUCCIÓN DAS DESIGUALDADES
Mercadona 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.



8 TRABALLO DECENTE E CRECIMENTO ECONÓMICO
Mercadona conta cun cadro de persoal de 84.000 persoas, todas elas con contrato fixo e con salarios por enriba da media do sector. Só en 2017, a compañía creou 5.000 novos postos de traballo estables e de calidade.

O PROVEDOR



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUTURA
Mercadona colabora con fabricantes e provedores para fomentar un crecemento compartido e sostible que xera 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 120 interprovedores e máis de 700 provedores, todos eles especialistas, o que lle permitiu impulsar durante os últimos anos un importante clúster industrial no país. Ao final de 2017, 249 fábricas e un total de 54.163 traballadores formaban parte do devandito clúster, que durante os últimos doce meses, e tras investir 706 millóns de euros, incorporou á súa actividade 80 novas fábricas, liñas ou ampliacións.



12 PRODUCCIÓN E CONSUMO RESPONSABLE
Tanto os interprovedores como os provedores especialistas apostan pola produción responsable, para o que desenvolven iniciativas conxuntas que, a través de proxectos baseados na economía circular, permiten axustar ao máximo o consumo de materias primas. Todos os interprovedores de Mercadona contan con certificacións recoñecidas internacionalmente que acreditan as súas boas prácticas ambientais (ISO 14001, EMAS ou equivalente).

A SOCIEDADE



1 FINDA POBREZA



2 FAME CERD

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 distintas iniciativas nas que participou en todas as Comunidades Autónomas, seguiu desenvolvendo un importante labor de axuda coa doazón e redistribución a máis de 200 institucións benéficas de máis de 9.600 toneladas de alimento.



4 EDUCACIÓN DE CALIDADE

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



8 TRABALLO DECENTE E CRECIMENTO ECONÓMICO

Mercadona é un proxecto empresarial de crecemento compartido. En 2017, realizou un investimento de 1.008 millóns de euros, e unha achega de 1.441 millóns de euros en concepto de tributos directos e indirectos ás Administracións Públicas. Adicionalmente, contribuíu con 4.160 millóns de euros ao PIB nacional e xerou 5.000 novos postos de traballo.



11 CIDADES E COMUNICACIÓNS SUSTIBILES



13 ACCIÓN POLO CLIMA

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 está enfocado cara a tres áreas fundamentais: optimización loxística, eficiencia enerxética e redución de residuos.



12 PRODUCCIÓN E CONSUMO RESPONSABLE

Traballa xunto aos seus provedores no fomento da protección dos animais nas granxas, transporte e sacrificio, por medio de diferentes programas e en colaboración con distintas institucións. A compañía finalizou 2017 co compromiso de que todos os seus provedores apliquen normas de bienestar animal durante toda a vida do animal e implanten estándares certificables nesta materia no horizonte de 2021.



14 VIDA SUBMARINA

Mercadona leva anos traballando conxuntamente cos seus provedores para garantir o seu compromiso coa sostibilidade dos produtos de pesca. En 2017, e tras lograr que o ano anterior todos os seus provedores ratificasen a Política de Compra de Produtos da Pesca que a compañía desenvolveu en 2012, levou a cabo un novo logro ao conseguir que o 100% do atún en conserva Hacendado proceda de caladoiros xestionados de xeito responsable, de acordo coas acreditacións ISSF requiridas.



17 ALIANZAS PARA LOGRAR OS OBTECTIVOS

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.

○ CAPITAL



8 TRABALLO DECENTE E CRECIMENTO ECONÓMICO

O Modelo de Mercadona está baseado no principio de que o éxito compartido sabe mellor e tamén no convencemento de que os beneficios chegan despois de satisfacer o resto dos compoñentes da compañía. Por iso, un ano máis seguiu compartindo cos

traballadores parte dos seus beneficios, 313 millóns de euros en concepto de prima por obxectivos. Ademais, realizou un investimento récord de 1.008 millóns de euros para seguir construíndo a Mercadona do futuro, porque o longo prazo está na base de todas as súas decisións.



Fachada do supermercado de Yuncos, Toledo.

5. O CAPITAL

En 2017 seguimos avanzando polo camiño trazado e construindo un modelo de empresa diferente que aposta polo crecemento compartido cos cinco compoñentes

Constituída en Tavernes Blanques (Valencia) 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; 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 ou indirectamente se relacione coa informática e coa xestión, contabilidade, administración e control de empresas”.

Mercadona dedícase á distribución de produtos de alimentación, droguería e perfumería, a través dos seus 1.627 supermercados, que se abastecen dende os diferentes bloques loxísticos que a empresa ten estratéxicamente situados no territorio nacional.

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 5,2 millóns de fogares, o esforzo diario na realización do traballo rutineiro dos 84.000 traballadores, o compromiso dos provedores e a boa acollida da sociedade permitíronlle á compañía conseguir os obxectivos de vendas definidos para o exercicio 2017. Os cambios realizados por Mercadona respecto ao Modelo de Tenda Eficiente, á oferta eficaz, 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 sustentables no longo prazo.

Como en exercicios anteriores, as contas anuais foron auditadas por Deloitte, S.L., que con data do 2 de febreiro de 2018 emitiu o seu informe sen salvidades, conforme vén sendo habitual. O devandito informe, xunto coas contas anuais, depositase no Rexistro Mercantil de Valencia.



Fachada do supermercado de Belartza en Donostia/San Sebastián, Gipuzkoa.

Principais Cifras

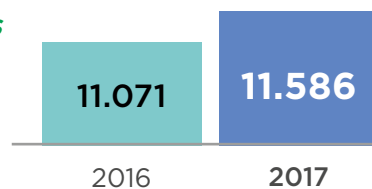
(millóns de euros e de quilos)	2016	2017	% Variación
Unidades de venda quilos-litros	11.071	11.586	+5%
Facturación	21.623	22.915	+6%
Resultado de explotación	779	395	-49%
Resultado antes de impostos	803	402	-50%
Resultado despois de impostos	636	322	-49%

Unidades de venda (*quilitros*)

No momento do peche do exercicio, a compañía alcanzou unha cifra de 11.586 millóns de *quilitros* vendidos, un 5% máis que os 11.071 de 2016. A compañía está satisfeita con esta cifra, pois pon de manifesto a confianza depositada polo “Xefe” ao longo destes doce meses.

Evolución *quilitros* vendidos

millóns de quilos-litros (*quilitros*)

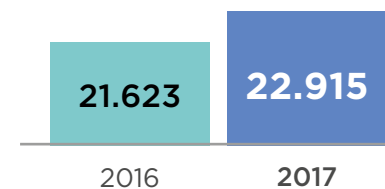


Vendas

A confianza dos “Xefes” e a aposta firme por prescribir a oferta coa mellor relación calidade-prezo que satisfaga as necesidades dos nosos “Xefes”, permitíronlle a Mercadona alcanzar en 2017 un volume de facturación de 22.915 millóns de euros, un 6% máis que en 2016.

Evolución vendas brutas

millóns de euros



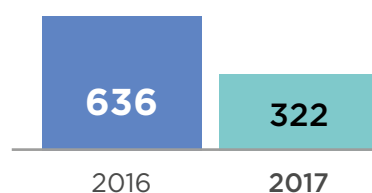
Beneficio

O beneficio antes de impostos situouse en 402 millóns de euros en 2017, fronte aos 803 millóns de euros do exercicio precedente. Pola súa parte, o beneficio despois de impostos en 2017 foi de 322 millóns de euros, mentres que en 2016 Mercadona obtivo un resultado neto de 636 millóns de euros.

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

Evolución do beneficio neto

millóns de euros

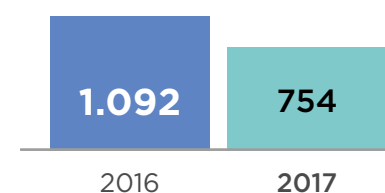


EBITDA

O EBITDA da compañía no momento do peche do exercicio 2017 ascende a 754 millóns de euros, fronte aos 1.092 millóns de euros do ano 2016. 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

millóns de euros





Por cada euro de renda xerado polos investimentos de Mercadona **xéranse 4 euros na economía española**

Investimentos

Os investimentos realizados durante o exercicio 2017 ascenden a 1.008 millóns de euros, fronte aos 685 millóns de euros do exercicio 2016, e foron financiados na súa totalidade por Mercadona; isto pon de manifesto a solidez da súa tesourería, a implicación nos seus proxectos e a súa capacidade de xerar fluxos de efectivo.

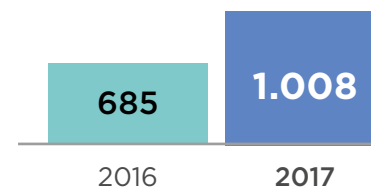
No momento do peche do exercicio Mercadona conta con 1.627 supermercados distribuídos en todas as provincias e Comunidades Autónomas que configuran o territorio nacional, e está prevista no curto prazo a súa presenza en Ceuta, en Melilla e en Portugal. Durante estes doce meses, a compañía construíu 29 tendas, reformou 126 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.

No presente exercicio Mercadona puxo en marcha diversas obras nos bloques loxísticos, entre elas o almacén de perecedoiros do bloque loxístico de Abrera (Barcelona), os almacéns de envases, frío e secos do bloque loxístico de Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava) e a construción de cámaras para a maduración de plátano e banana en Villadangos (León). Así mesmo, iniciou as obras do futuro bloque en Parc Sagunt (Valencia).

Todo iso xunto coa modernización da loxística e mellora do traballo nas súas instalacións e a consolidación dos investimentos dentro do proxecto informático de transformación dixital.

Evolución dos investimentos

millóns de euros



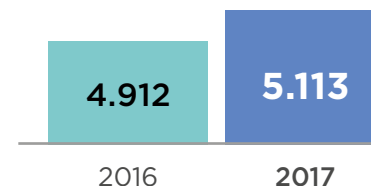
Recursos propios

O beneficio obtido no exercicio e a capitalización da práctica totalidade deste supuxo que, no momento do peche do exercicio 2017, a cifra de recursos propios ascenda a 5.113 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 ao redor dun 60% nos exercicios 2016 e 2017.

Evolución dos recursos propios

millóns de euros



Outros indicadores

Provedores

O prazo medio de pagamento a provedores foi de 44 días e o prazo de rotación de existencias, de 14 días.

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

En millóns €	2017
Activo Corrente	3.932
Pasivo Corrente	3.254
FONDO DE MANOBRA	678

Taxa Liquidez

A Taxa de Liquidez, definida como Activo Circulante/Pasivo Circulante situouse en 1,21 no exercicio 2017.

Pensar a longo prazo é o noso propósito como empresa responsable e sostible para incrementar a satisfacción dos cinco compoñentes

Fluxos de Efectivo

A xeración de Fluxos de Efectivo no exercicio 2017 foi a seguinte:

En millóns €	2017
Fluxos actividades de explotación	704
Fluxos actividades de investimento	(1.037)
Fluxos actividades de financiamento (<i>dividendos</i>)	(120)
Aumento Neto do Efectivo	(453)

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

Produtividade

Durante os exercicios 2016 e 2017 Mercadona mantivo a súa produtividade, definida como vendas en euros/nº de traballadores, o que reflicte a implicación das persoas que forman parte do Proxecto Mercadona en alcanzar os obxectivos fixados pola compañía.

MERCADONA, S.A.

Balance de situación o 31 de decembro de 2017

(en miles de euros)

ACTIVO NON CORRENTE	4.518.292
Inmobilizado	4.463.089
Activo por imposto diferido	55.203
ACTIVO CORRENTE	3.932.262
Existencias	747.835
Debedores	142.973
Investimentos financeiros	192.215
Efectivo e outros activos líquidos	2.849.239
TOTAL ACTIVO	8.450.554
PATRIMONIO NETO	5.113.282
Capital	15.921
Reservas	4.775.136
Resultado do exercicio	322.225
PASIVO NON CORRENTE	82.803
Provisións e outros pasivos financeiros	26.470
Pasivos por imposto diferido	56.333
PASIVO CORRENTE	3.254.469
Provedores	2.344.878
Acredores e débedas con Administracións Públicas	650.211
Persoal	259.380
TOTAL PATRIMONIO NETO E PASIVO	8.450.554

MERCADONA, S.A.

Conta de perdas e ganancias correspondente ao exercicio terminado o 31 de decembro de 2017

(en miles de euros)

Importe cifra de negocios	21.011.533
Aprovisionamentos	(16.086.738)
Outros ingresos de explotación	60.896
Gastos de persoal	(2.731.497)
Outros gastos de explotación	(1.500.370)
Amortización inmovilizado	(358.382)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	395.442
Ingresos financeiros	20.226
Deterioracións	(13.604)
RESULTADO FINANCEIRO	6.622
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	402.064
Imposto sobre beneficios	(79.839)
RESULTADO DO EXERCICIO	322.225

Información Adicional Relevante

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Políticas e procedementos de comunicación e capacitación sobre a loita contra a corrupción	O comportamento ético e a loita contra a corrupción son principios fundamentais do noso Modelo.
Casos confirmados de corrupción e medidas	Non foron detectados casos de corrupción durante o período analizado.
Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolistas ou contra a libre competencia e o resultado destas	Non se rexistrou ningunha durante o período analizado.
Porcentaxe de plantas de provedores que se examinaron en función de criterios ambientais	O 94% das plantas dos provedores certificáronse nalgún estándar tipo ISO 14001, EMAS ou equivalente.
Número de casos de discriminación e medidas correctivas adoptadas	En 2017, Mercadona non rexistrou a través das canles dispoñibles ningún caso de discriminación.
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.
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.
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.

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Porcentaxe de novos provedores que se examinaron en relación a criterios relativos aos dereitos humanos, prácticas laborais e repercusión social	O 85% das compras efectúase en España a provedores auditados segundo o Modelo de Mercadona, que contempla a satisfacción das necesidades dos traballadores.
Número 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, detallados en función do tipo de resultado dos devanditos incidentes	Durante o período de análise non se identificaron incidentes significativos por incumprimento neste ámbito.
Número de incumprimentos da regulación e dos códigos voluntarios relativos á información e á etiquetaxe dos produtos e servizos, detallados en función do tipo de resultado	Durante o período de análise non se identificaron incidentes significativos por incumprimento neste ámbito.
Número de casos de incumprimento da normativa ou dos códigos voluntarios relativos ás comunicacións de mercadotecnia, tales como a publicidade e o patrocinio, detallados en función do tipo de resultado	Durante o período de análise non se identificaron incidentes por incumprimento neste ámbito.
Número de reclamacións fundamentais sobre a violación da privacidade e a fuga de datos dos clientes	A compañía non ten constancia de ningún incidente significativo no período analizado.
Importe das multas significativas por incumplir 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 €

Máis información en www.mercadona.com



TRAXECTORIA MERCADONA 1977-2017

O noso proxecto segue adaptándose constantemente porque en Mercadona, **dende as nosas orixes, o máis estable é o cambio, tendo sempre como faro “O Xefe”**



Entrada do supermercado de Ansoáin, Navarra.

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 gratuito para "O Xefe".

1988



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

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

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 os membros do cadro de persoal, que neses momentos era de 16.825 traballadores.

Inauguración do bloque loxístico de Antequera (Málaga).

Iníciase o proxecto do novo deseño e modelo de perfumerías.

2000



Construción do bloque loxístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona).

Inauguración, en Massanassa (Valencia), 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 Nova 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 (Valencia).

2015



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

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 Sagunto (Valencia) 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 (Valencia).

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

O Proxecto Mercadona segue avanzando...



Novas balanzas para pesar e cobrar na caixa e facilitar o acto de compra, máis áxil e cómodo.



Yenmis, traballadora do supermercado da rúa Cotlliure en Palma de Mallorca.



Fachada do supermercado de Tacoronte, Santa Cruz de Tenerife.



Jenifer, "Xefa" do supermercado da avenida de Murcia en Alcantarilla, Murcia.



MERCADONA S.A.

R/ Valencia, 5 - 46016

Tavernes Blanques (Valencia)

Teléfono: (+34) 963 883 333

Fax: (+34) 963 883 302

Teléfono gratuito de Atención ao Cliente:
(+34) 900 500 103

IRMADONA SUPERMERCADOS S.A.

Rua Pinheiro Manso, 471

4100-413 Porto (Portugal)

Teléfono: (+351) 221 201 000

Teléfono gratuito de Atención ao Cliente:
(+351) 800 500 100

-  www.mercadona.com
-  www.youtube.com/mercadona
-  www.facebook.com/mercadona
-  www.twitter.com/mercadona
-  www.instagram.com/mercadona