



Més de
100.000
persones
compartint
un projecte
comú

Memòria Anual 2023



Memòria Anual 2023 i més informació



La fotografia de la portada mostra Blanca, treballadora del bloc logístic de Parc Sagunt, València.



Mural de l'artista Markiz Nekourouh (Marquise) premiat per la Fundació Hortensia Herrero i Mercadona, situat en les oficines d'Albalat dels Sorells, València.

Els nostres fets més rellevants 2023	4
Missatge del President	6
El Model	10
El Model de Mercadona	12
Avanços en els Objectius de Desenvolupament Sostenible	16
Materialitat i grups d'interès	18
Principals riscos i estratègies	20
Irmãdona: Mercadona a Portugal	22
1. “El Cap”	24
Escoltar, la clau per a satisfer “El Cap”	26
Millorar l'experiència de compra de “El Cap”	36
2. El Treballador	42
Model de recursos humans de Mercadona	44
Compromisos amb les persones	48
Seguretat i salut en el treball	54
3. El Proveïdor	56
Un objectiu comú: encertar	58
Un model responsable	62
Xarxa logística	68
Exemples d'eficiència i sostenibilitat	72
4. La Societat	74
Gestió mediambiental	76
Compromisos amb la societat	86
Reconeixements	92
5. El Capital	94
Inversió com a base de la brutal transformació	98
Conjuntura socioeconòmica i repercussió en marges	100
Creixement sostenible i compartit	102
Resultats 2023	104
Projecte Llegat Juan Roig i Hortensia Herrero	110
Trajectoria Mercadona 1977-2023	112
Informació addicional rellevant	114

Els nostres fets més rellevants 2023

Mercadona Grup consolidat

1.681 botigues 54 obertures 49 tancaments	104.000 treballadores i treballadors 5.000 noves ocupacions
15,4% quota de mercat en superfície total de venda a Espanya	28.320 M€ de compres a Espanya i Portugal

Espanya

1.632 botigues	98.700 treballadores i treballadors
3.200 nous llocs de treball	27.142 M€ de compres a Espanya
34.124 M€ de facturació	771 M€ d'inversió

10.000 M€ ▷ **1.062 M€** en 2023
d'inversió per a la brutal transformació (2016-2023)

35.527 M€

de facturació
+15 %

2.604 M€

contribució tributària
+15 %

Portugal

49

botigues

5.300

treballadores i treballadors

1.800

nous llocs de treball

1.178 M€

de compres a Portugal

1.403 M€

de facturació

291 M€

d'inversió

M€: milions d'euros.



Missatge del President

En els últims anys, Mercadona ha aconseguit posar en posar en marxa **nombrosos projectes** gràcies, en moltes ocasions, a la **presa de decisions valentes**, encara que siguem impopulars i molestes, i a entendre que el **camí per a aconseguir l'èxit** no sempre és en línia recta, sinó que a vegades cal **donar bordades**.

Amb esta manera de pensar i de fer les coses, i amb la visió estratègica del Comité de Direcció, amb el suport dels accionistes, que comporta que el **benefici per als 5 components** (“El Cap”, com internament denominem els nostres clients, El Treballador, El Proveïdor, La Societat i El Capital) **en el llarg termini s'aconseguix a través de la inversió**, Mercadona va iniciar en **2016** la **brutal transformació**. Set anys després, i amb una inversió que ha superat els **10.000 milions d'euros**, hui podem afirmar que **els excel·lents resultats** obtinguts en els últims dotze mesos són la **conseqüència de fer tot el que ha sigut necessari dins del Model de Mercadona**.

Així, vam iniciar la implantació del **Nou Model de Botiga Eficient**, que nosaltres anomenem Botiga 8, que comporta la transformació de tots els nostres supermercats per a millorar l'experiència de compra dels “Caps” amb les noves seccions de frescos i el servici A Punt per a Menjar, que ja està present en la majoria

de les nostres botigues. També vam anunciar el nostre **projecte internacional**, amb l'entrada a Portugal, on actualment tenim 49 supermercats. Igualment, vam posar en marxa el **Projecte de Mercadona Online**, que ara sí que és rendible; i vam abordar la **remodelació i optimització dels nostres blocs logístics**, la construcció de les **noves oficines d'Albalat dels Sorells**, a València; i la **transformació digital** de la companyia, que ens està portant a incorporar noves eines informàtiques i organitzatives per a conèixer de manera científica els nostres processos i fer-los més eficients i productius.

La implantació i el desenvolupament de totes estes decisions han provocat que **les nostres vendes s'incrementen fins als 35.527 milions d'euros**, un 15 % més que en 2022. Igualment, m'agradaria destacar que el nostre projecte internacional ha iniciat la senda de la rendibilitat. I, a més, hui els nostres “Caps” ens trien i compren més, després d'haver guanyat **més de 200 clients botiga dia i haver augmentat 0,6 punts de quota de mercat**. Uns resultats que són conseqüència de l'esforç i el treball dels nostres departaments de compres i prescripció, juntament amb el dels proveïdors i interproveïdors especialistes, perquè **els clients encerten en la seua compra amb un assortiment eficient** que conforma el **Carro Menú amb major qualitat al preu més econòmic del mercat**.

Els canvis introduïts, a més, ens permeten organitzar-nos millor, prenent decisions i innovant des de la implicació de tots els departaments de l'empresa i, amb això, buscant la diferenciació per a perdurar en el temps **de manera sostenible i sense perdre mai el focus en l'eficiència, la productivitat i la millora de la nostra gestió**. Tot això s'ha traduït en un **benefici net de 1.009 milions d'euros**, un 40 % més que en 2022. D'este total de beneficis aconseguits, 100 milions d'euros són fruit de l'excel·lent gestió realitzada en la nostra tresoreria.

Esta transformació no hauria sigut possible si únicament l'haguérem centrada en els mitjans físics. El canvi més important ha tingut lloc en

els **mitjans mentals**. Perquè mai hauríem arribat a presentar estos extraordinaris resultats sense el **compromís i el talent de les 104.000 persones que formem Mercadona**, de les quals 5.000 s'han unit al nostre projecte en l'últim any. Cada una d'estes persones ha sigut la verdadera força de la transformació, el major actiu dels nostres "Caps" i, en definitiva, **la causa de l'èxit de Mercadona**. Per això, i perquè totes les persones que formem part de la plantilla de Mercadona ens ho mereixem, la companyia ha compartit 600 milions d'euros dels seus beneficis amb les treballadores i treballadors en concepte de prima per objectius, un 50 % més que en 2022.

Estic plenament convençut que Mercadona ha de transitar pels valors del compromís i propòsit compartit, i que **el lideratge dels nostres directius i treballadors passa per l'exemple individual i col·lectiu**, perquè és l'única manera que les persones fem de deu el que millor sabem fer i ens sentim motivades per a fer-ho. I en el dia a dia, **l'exemple i els nostres fets** són el que millor definixen **l'essència del lideratge**.

Este propòsit també comporta estar compromesos amb la societat, perquè les empreses no podem viure d'esquena a la societat, i és la nostra obligació contribuir a la creació de riquesa i benestar perquè **la societat valore la necessitat de tindre cada dia més i millors empreses**. De fet, és en esta manera d'actuar on Mercadona distribuïx els seus beneficis amb la societat,

“Les empreses no podem viure d'esquena a la societat. És la nostra obligació contribuir al seu benestar perquè la societat valore la necessitat de tindre cada dia més i millors empreses”

tal com reflectix la nostra contribució directa i indirecta conjunta, que en 2023 ha sigut de 2.604 milions d'euros, un 15 % més que en 2022. O, també, la xifra d'impostos de societats, que ha superat els 343 milions d'euros, de manera que s'ha incrementat un 43 % respecte al pasat exercici, amb un tipus impositiu del 23,3 %.

Esta implicació amb la societat per a aconseguir un impacte més positiu té continuïtat en la nostra **responsabilitat d'ajudar a preservar i protegir el medi ambient**, com així ho demostra el nostre compromís de dir "sí a continuar cuidant el planeta". D'esta manera, continuem desenvolupant amb fermesa polítiques per a la reducció d'emissions, l'ús de material reciclat en els envasos comercials i la utilització de fonts d'energia renovables.

Set anys després d'haver iniciat la brutal transformació de Mercadona, **encara ens queda molt de camí per recórrer**. Amb el Model com a guia, continuarem canviant i fent bordades per a construir una relació de confiança mútua amb els nostres proveïdors i interproveïdors especialistes, condició imprescindible per a abordar amb èxit el nostre objectiu de **ser Totaler Radical i que els nostres clients ens trien i encerten quan fan la compra**. Estic convençut que fent el que siga necessari per a avançar millor, i amb el lideratge de cada una de les persones, directius i treballadors que formem esta gran empresa, aconseguirem fer que les coses passen.

Mercadona va molt bé i l'any 2023 ha sigut espectacular en tots els sentits. Per això, vull **agrair la confiança del Consell d'Administració i dels accionistes en les decisions del Comité de Direcció**. Sense el seu suport i compromís no hauria sigut possible iniciar, desenvolupar i continuar amb la nostra brutal transformació, després d'haver conclòs que havíem de pensar a llarg termini a través de la inversió, sense endeutament i amb recursos propis, que hui són la causa del cercle d'eficiència, rendibilitat i gestió en el qual està immers la companyia.

Juan Roig

Comité de Direcció

Assegura el bon funcionament de l'organització i la determinació i el compliment de les polítiques i dels procediments establits pel Consell d'Administració



Juan Roig
President



José Jordá
Director General de Botigues, Recursos Humans i Prescripció Peribles



Paco Espert
Director General de Compres i Prescripció Secs



Rafa Berrocal
Director General de Compres Mar, Fruita, Verdura, Forn i A Punt per a Menjar



David Cid
Director General de Logística



Pilar Sanz
Directora General d'Obres i Expansió



Patricia Tobía
Directora General d'Informàtica



Héctor Hernández
Director General Financer i Marina de Empresas



Elena Tejedor
Directora General de Relacions Externes

Consell d'Administració

És l'òrgan encarregat de la gestió de l'organització i de la representació de la companyia.

Juan Roig Alfonso **President**
Hortensia M^a Herrero Chacón **Vicepresidenta**
Carolina Roig Herrero **Secretària del Consell**

Vocals

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

Comissió d'Auditoria

Integrada en el Consell d'Administració, s'encarrega de la supervisió de la informació comptable, fiscal i financera, dels servicis d'auditoria, el compliment i la gestió de riscos financers.

Juana Roig Herrero **Presidenta**
Carolina Roig Herrero **Secretària**
Rafael Gómez Gómez **Vocal**



El Model

01

El Model de Mercadona

02

Avanços en els Objectius de Desenvolupament Sostenible

03

Materialitat i grups d'interés


04

Principals riscos i estratègies

05

Irmãdona: Mercadona a Portugal





El Model de Mercadona
és el **valor diferencial**
més important de la
companyia i el **far de**
totes les decisions que
prenem totes les persones
que conformem este gran
projecte d'empresa

1. El Model de Mercadona

Mercadona té uns principis i valors diferencials, que vertebrava a través d'un model de gestió propi: el Model de Qualitat Total. Per mitjà d'este model, la companyia persegueix l'excel·lència amb el compromís de satisfer amb la mateixa intensitat, però dins d'este orde seqüencial, els components de l'empresa:

“El Cap”
El Treballador
El Proveïdor
La Societat
El Capital

2. La Missió

Omplir la panxa

Prescriure al consumidor final productes/solucions que cobrisquen les seues necessitats de menjar, beure, higiene personal, manteniment de la llar i cura d'animals...

... i que asseguren sempre qualitat contundent (segur i saludable), màxim servici (sostenible), mínim pressupost i temps.

3. El comprador és

Físic/Online

El somni de Juan Roig





4. La visió

Aconseguir una cadena agroalimentària sostenible, que la gent vulga que existisca i de la qual se senta orgullosa, liderada per Mercadona i tenint “El Cap” com a far.

5. Les Veritats Universals

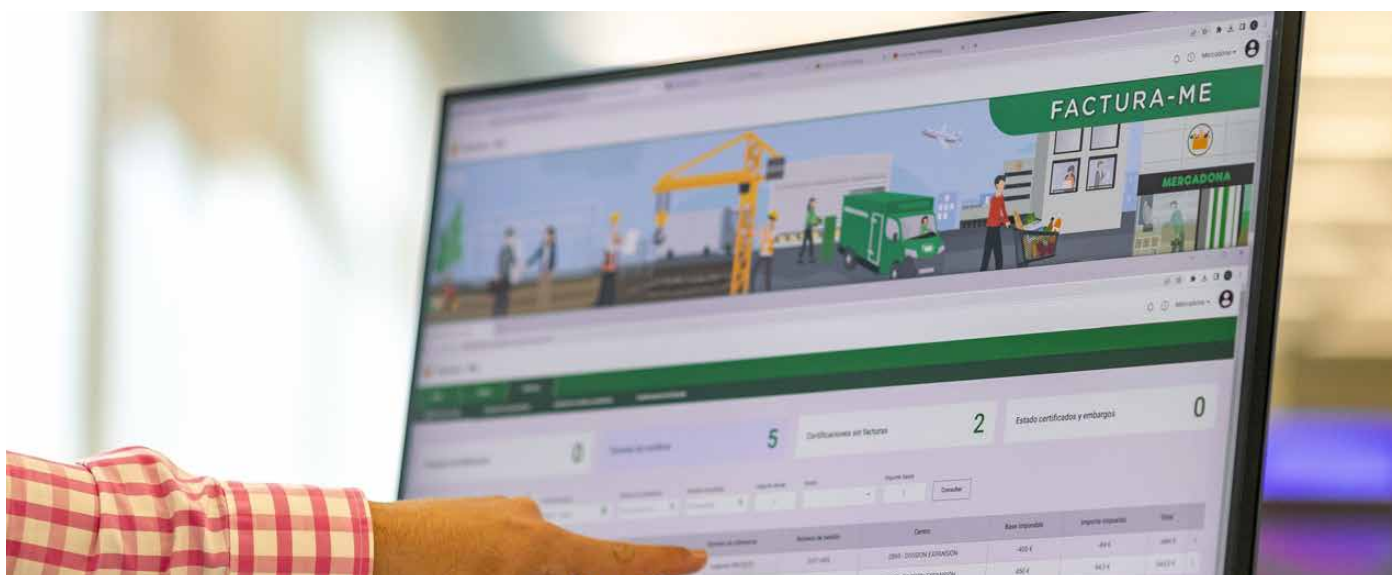
El Model de Mercadona té en compte 9 veritats universals, principis que sempre es complixen independentment del temps i del lloc, es crega en estes o no. La més important és que per a rebre, primer hem de donar. Perquè, com més dones, més reps.

6. El paradigma

El punt de vista de Mercadona és la Qualitat Total: pensar constantment en les necessitats de “El Cap” (client), fent-les compatibles amb la resta dels components de l’empresa.

“Compartir i irradiar el Model de Mercadona en la Societat”

Innovar: Sorprendre i arriscar



Portal Factura-Me, nova eina de facturació per als proveïdors.

Mercadona disposa d'un Model d'Innovació propi transversal en el qual s'involucra tota la cadena de muntatge: proveïdors, treballadores i treballadors i clients. Amb este model s'avança a les expectatives de "El Cap" i contribuïx a impulsar els Objectius de Desenvolupament Sostenible 9 i 17 del Pacte Mundial de l'Organització de les Nacions Unides



Pàgina principal del Portal Tornillo, eina digital per a consultes internes de productes.

Innovació de processos

- 60 milions d'euros invertits en la transformació digital, inclosa Mercadona Online.
- Botiga intel·ligent: eines per a reduir esperes.
- Tiquet Digital a les botigues d'Espanya.
- Tecnologies de predicció d'errors que reforcen l'automatització en botigues.
- Digitalització en la gestió d'assortiment.
- Digitalització de les eines de disseny de lineals.
- Cicle de Vida, eina per a gestionar les altes, baixes i modificacions dels productes a través de la cadena de muntatge d'una manera senzilla i eficient.
- *Portal Tornillo*, eina per a consultar les dades dels productes d'una manera senzilla i eficient.
- Firma digital en els horaris de botigues.
- Sol·licitar vacances a través de l'app Activo2 en el cas de la plantilla de botigues i Ruscos.
- Evitar sobreesforços, costos innecessaris i reforçar la productivitat.
- Digitalització de processos logístics.
- Digitalització del procés de manteniment.
- Digitalització en la gestió de plans i inventari de mitjans físics a les botigues.
- Implantació de la metodologia "BIM" (*Building Information Modeling*) en el disseny i gestió de projectes de construcció en blocs logístics i Ruscos.
- Digitalització de l'assortiment no venda (creació de "famílies").
- Eina DPP (*Direct Product Profit*) per a calcular els costos i la rendibilitat de cada producte i poder prendre les decisions de costos encertades.
- Eina ADT (Aportació Directa de Botigues) per a conèixer els costos i el benefici per botiga i poder prendre les decisions de costos encertades.
- Eina per a la gestió de l'estoc en botiga.
- Firma digital de contractes i condicions comercials amb els proveïdors.
- Nova eina de facturació i informació per a proveïdors i gerents que els lideren (Factura-Me).
- Aplicació perquè els responsables de compres carreguen els acords comercials que negocien amb els proveïdors (AComs).
- Eina especialitzada a gestionar els processos d'immobles (Real Estate).

Innovació de producte

- Model de Coinnovació. 23 centres de coinnovació en els quals els "Caps" compartixen les seues experiències per a desenvolupar productes que cobrisquen les seues necessitats amb una gran qualitat a preus imbatibles.
- 500 millores en l'assortiment, 314 novetats i 20 innovacions.

Innovació social








- Murals de trencadís: projecte d'integració sociolaboral a través de fundacions i centres ocupacionals.
- 22 botigues amb jardins urbans en les cobertes i façanes que beneficien mediambientalment els seus entorns.
- Col·laboració en campanyes de captació de recursos a favor d'entitats socials reconegudes, posant a la disposició dels "Caps" la possibilitat de fer donacions en caixa.
- Targeta Societat.
- Gestió responsable de residus








Innovació oberta i col·laborativa

- 5 organitzacions col·laboradores per al foment de la innovació: Fundació COTEC per a la innovació, Fòrum d'Empreses Innovadores, CEOE, AECOC i Institut Tecnològic de l'Embalatge, Transport i Logística (ITENE).
- 7 empreses participants en el Programa Corporate Lanzadera-Mercadona: Sensei, Hoop Carpool, Midsaic, Invofox, Busup, Kleta i Okticket.

Avanços en els Objectius de Desenvolupament Sostenible

Mercadona manté un compromís constant amb els entorns en els quals té presència i impulsa, any rere any, iniciatives socials, mediambientals i de governança responsables que impacten positivament en la seua activitat. En este marc, la companyia és des de 2011 sòcia del Pacte Mundial de Nacions Unides Espanya, iniciativa mitjançant la qual l'Organització de les Nacions Unides promou els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

ODS	Accions en curs	Components en què té impacte*:				
		C	T	P	S	Ca
 <p>1 FIDELA POBRESA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Donacions a bancs d'aliments, menjadors socials i altres entitats. - Col·laboració en campanyes de captació de recursos a favor d'entitats socials reconegudes, en què es posa a la disposició dels "Caps" la possibilitat de fer donacions en caixa. - Targeta Societat. 				●	
 <p>2 FAM ZERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Donacions a bancs d'aliments, menjadors socials i altres entitats. - Targeta Societat. - Gestió de l'estoc en botigues per a reduir el desaprofitament alimentari. 				●	
 <p>3 SALUT I BENESTAR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de gestió de qualitat i de seguretat alimentària. - Assortiment adaptat a col·lectius amb necessitats especials. - Protocols de salut i seguretat per a les treballadores i treballadors en els diferents llocs de treball. 	●	●	●		
 <p>4 EDUCACIÓ DE QUALITAT</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formació i capacitatció de la plantilla. - Col·laboració amb entitats educatives com EDEM i la Càtedra Mercadona d'Economia Circular amb la UPF Barcelona School of Management. - Esforç per a conciliar la inserció de jòvens amb els seus estudis i especialització professional. 		●		●	
 <p>5 IGUALTAT DE GÈNERE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - "La mateixa responsabilitat, el mateix sou". - Pla d'Igualtat. - Protocol de suport i assistència a víctimes de violència de gènere. - Campanyes de sensibilització per la igualtat salarial i en contra de la violència de gènere. - Suport a la lactància. 		●		●	
 <p>8 TREBALL DIGNI I CREIXEMENT ECONÒMIC</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Treball estable i de qualitat amb una remuneració per damunt del sector. - Contribució al creixement compartit en els països en els quals té presència. - Pautes de Conducta Ètica per a proveïdors. - Servici de Prevenció propi per a promoure un entorn de treball segur i sense riscos per a totes les persones treballadores. - Horaris 5+2 i calendari anual de descansos. 		●	●	●	●
 <p>9 INDÚSTRIA, INNOVACIÓ I INFRAESTRUCTURES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Model de Botiga Eficient (Botiga 8). - Model de Coinnovació. - Model d'Innovació Transversal. - Model de Relació amb Proveïdors, que impulsa un clúster industrial. 	●		●		●

ODS	Accions en curs	Components en què té impacte*:				
		C	T	P	S	Ca
 <p>10 REDUCCIÓ DE LES DESIGUALTATS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política de no discriminació. - Protocol de prevenció contra l'assetjament laboral. - Col·laboració amb entitats que fomenten la integració de persones amb discapacitat en el món laboral. 		●	●	●	
 <p>11 CIUTATS I COMUNITATS SOSTENIBLES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestió Proactiva amb els Veïns. - Sistema de Gestió Ambiental propi. - Mesures de logística sostenible. - Model de Botiga Eficient (Botiga 8). - Cobertes enjardinades i integració en l'entorn. - Gestió responsable de residus. - Implantació <i>Smart Distribution</i> i DUM silenciosa en ciutats. 			●	●	●
 <p>12 CONSUM I PRODUCCIÓ RESPONSABLES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política comercial SPB (Sempre Preus Baixos). - Models de producció responsable en la cadena agroalimentària. - Estratègia contra el desaprofitament alimentari. - Política de Benestar Animal. - Plans de gestió i reducció de residus. - Gestió circular d'envasos comercials. - Estratègia 2R: envasos optimitzats i reciclables. - Compromís amb l'eficiència energètica. 	●		●	●	●
 <p>13 ACCIÓ CLIMÀTICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pla d'Acció i Reducció de les Emissions. - Optimització logística. - Sistema de Gestió Ambiental propi. - Mesurament de la petjada de carboni. 			●	●	●
 <p>14 VIDA SUBMARINA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política de Compra de Productes de la Pesca. - Col·laboració amb organitzacions per la sostenibilitat dels productes de la pesca. 	●		●	●	
 <p>15 VIDA TERRESTRE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertes enjardinades i integració en l'entorn. - Metodologia per a la protecció de les ornetes i l'oroneta cuablanca. - Col·laboració amb proveïdors per a poder fer una anàlisi d'impactes en sistemes de producció terrestre. - Campanyes de recollida d'aliments per a mascotes en botigues. 	●		●	●	
 <p>17 ALIANÇA PELS OBJECTIUS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aliances amb organitzacions sectorials i socials (AECOC, ASEDAS, CEOE, AVE, Fòrum Interalimentari, EuroCommerce, Fundació COTEC per a la Innovació, Fòrum d'Empreses Innovadores, Fundació ETNOR, CIP, APED, Cambra de Comerç i Indústria Lusitano-Espanyola, Pacte Portugués per als Plàstics, Foretica, Fundació Seres...) per a avançar en el compliment dels ODS. - Col·laboració amb entitats que fomenten la integració laboral de persones amb discapacitat. - Treballar de la mà dels proveïdors per a desenvolupar mesures de reducció i control d'impactes. 		●		●	

* Components: C "El Cap" T El Treballador P El Proveïdor S La Societat Ca El Capital



Materialitat i grups d'interés

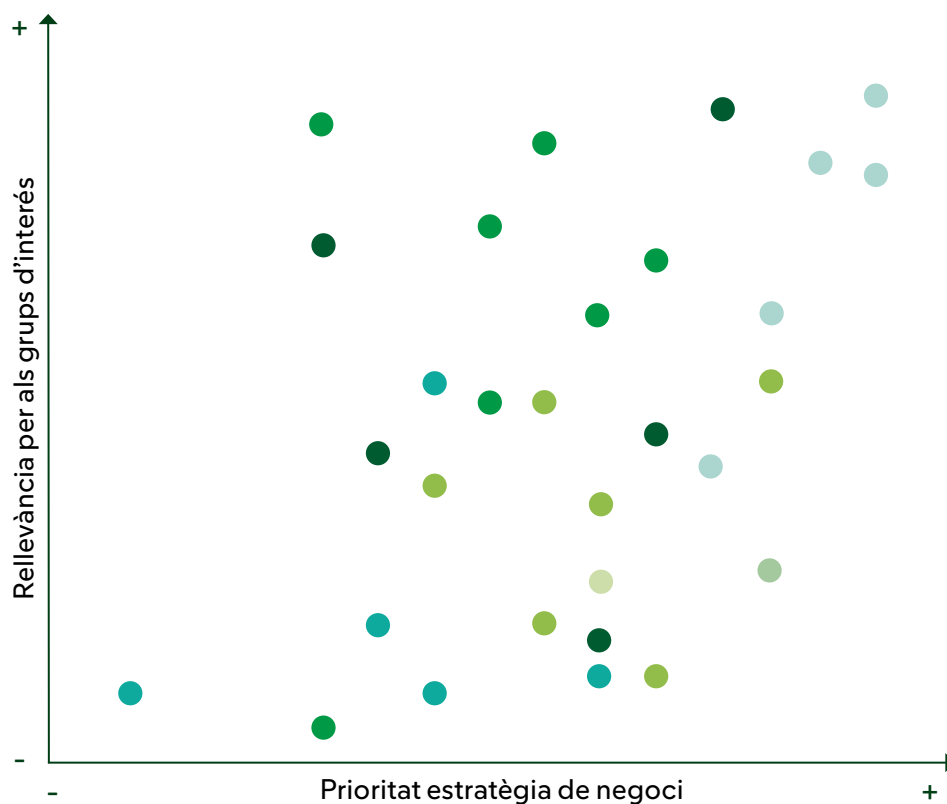
El model de gestió en el qual es basa el Grup Mercadona implica atindre's a la legalitat vigent i exigir que es complisca, així com dur a terme totes les accions necessàries, més enllà de la normativa, que assegurin la satisfacció dels diferents grups d'interés de l'empresa, integrats en els 5 components.

Seguint les recomanacions dels estàndards de Global Reporting Initiative (GRI), s'ha dut a terme una anàlisi de materialitat a través de la qual s'ha aconseguit identificar els assumptes rellevants per al negoci i per als grups d'interés: "Cap", Treballador, Proveïdor, Societat i Capital.

Els processos d'identificació i prioritització dels temes materials s'han dut a terme tenint en compte *inputs* interns. Per a aconseguir-ho, ha sigut rellevant un procés previ d'anàlisi completa i exhaustiva, en el qual ha participat activament el conjunt de responsables implicats i que ha servit per a identificar i actualitzar els temes rellevants per a la companyia.

Així mateix, s'han abordat *inputs* externs, la qual cosa ha permès fer una anàlisi de tendències gràcies a la participació d'altres grups d'interés vinculats amb la societat (economistes, experts del sector de la distribució i altres), que han possibilitat captar nous temes materials, expectatives i valoracions.

Com a resultat, s'ha desenvolupat una matriu de materialitat en la qual s'han identificat 30 aspectes materials agrupats en tres categories principals de sostenibilitat: mediambiental, social i governança.



Temes Materials

Mediambiental	1	Gestió del desaprofitament alimentari
	2	Reciclatge i economia circular
	3	Logística sostenible
	4	Millora de l'eficiència energètica i digitalització
	5	Clima i descarbonització
	6	Criteris ASG* en la cadena
Social	7	Atracció i retenció del talent
	8	Conciliació
	9	Formació
	10	Salari competitiu
	11	Igualtat i diversitat
	12	Salut i seguretat
	13	Canals interns d'informació
	14	Comunicació corporativa
	15	Relació amb proveïdors
	16	Seguretat alimentària
	17	Qualitat
	18	Atenció al client/servici
	19	Assortiment eficient
	20	Preu competitiu
	21	Donacions d'aliments i acció social
	22	Integració en la comunitat
	23	Desenvolupament econòmic en l'entorn
	24	Foment i suport a l'emprenedoria
	25	Mecenatge esportiu
Governança	26	Bones pràctiques de govern corporatiu
	27	Prevenició del frau i corrupció
	28	Aportació tributària i transparència
	29	Rendibilitat i solvència financera
	30	Seguretat i protecció de dades

* ASG: Ambientals, Socials i de Governança.

Principals riscos i estratègies

Components	Riscos
"El Cap"	Qualitat
	Canvi d'hàbits de consum
	Transformació digital
	Protecció de dades
El Treballador	Estratègies remuneratives i de compromís de la plantilla
	Conciliació
	Igualtat i diversitat
	Prevenió de riscos laborals
	Protecció de dades
El Proveïdor	Bones pràctiques comercials
	Protecció de dades
La Societat	Mobilitat sostenible a les ciutats
	Ús responsable dels recursos
	Relació amb comunitats locals
	Medi ambient i canvi climàtic
	Protecció de dades
El Capital	Legalitat inherent als diferents aspectes de l'activitat (sanitat, comerç, consum, indústria, treball, hisenda, medi ambient...)
	Rendibilitat i sostenibilitat

Polítiques i estratègies

- Model de qualitat amb seguretat alimentària	∞
- Contrastacions de productes, superfícies i processos	✓
- Simulacres "Accidents Molt Molt Greus MMG"	✓
- Assortiment Eficax i Model de Coïnnovació	∞
- Assortiment d'alimentació saludable	∞
- Estratègia Frescos Global	∞
- Implantació del model A Punt per a Menjar	∞
- Impuls de la compra <i>online</i> a través de Ruscos i de la Nova Telecompra	∞
- Servici d'Atenció al Client	✓
- Innovació transversal	✓
- Mercadona Online	∞
- Automatització de processos	∞
- Aplicació del Reglament General de Protecció de Dades	✓
- Llocs de treball fixos	✓
- Sous per damunt de la mitjana del sector actualitzats anualment sobre la base d'una política de trams de la variació interanual de l'IPC	✓
- Prima per objectius	✓
- Formació, transparència i promoció interna	✓
- Conciliació de la vida familiar, laboral i personal	✓
- Foment de la corresponsabilitat	✓
- Horari 5+2 en botigues	✓
- Calendari anual d'horaris, vacances i descansos conegut	✓
- Principi d'equitat	✓
- Pla d'Igualtat i gestió de la diversitat	✓
- Servici mèdic a la disposició de les treballadores i treballadors	✓
- Servici sanitari d'atenció telefònica	✓
- Equip tècnic especialitzat en prevenció de riscos laborals	✓
- Garantir i fer que es garantisquen (cada un en la part que ens toca) els protocols de protecció establits per l'empresa per a cada procés	✓
- Aplicació del Reglament General de Protecció de Dades	✓
- Codi de Bones Pràctiques Mercantils	✓
- Pautes de Conducta Ètica per a Proveïdors.	✓
- Cadena Agroalimentària Sostenible	∞
- Generació de teixit industrial	✓
- Política de Benestar Animal	∞
- Política de Compra de Productes de la Pesca	✓
- Coïnnovació amb proveïdors	✓
- Aplicació del Reglament General de Protecció de Dades	✓
- Model de Logística Sostenible	∞
- Sistema de Gestió Ambiental propi	∞
- Estratègia de prevenció del desaprofitament alimentari	∞
- Model de Botiga Eficient (Botiga 8)	✓
- Gestió responsable de residus	∞
- Gestió circular d'envasos comercials	∞
- Diàleg i transparència	✓
- Model de relació amb les comunitats locals, ONG, entitats socials, associacions de consumidors i associacions d'intolerants i al·lèrgics	✓
- Impulsar l'emprenedoria	✓
- Gestió Proactiva amb els Veïns per a detectar i eliminar possibles focus de risc i molèsties	✓
- Gestió per a solucionar de manera ràpida i eficaç els <i>inputs</i> , suggeriments i queixes del veïnat	✓
- Sistema de Gestió Ambiental propi	∞
- Estratègies per a millorar la sostenibilitat de la nostra activitat en l'entorn i en la cadena de subministrament	∞
- Pla d'acció i reducció de les emissions en logística	∞
- Model de Botiga Eficient (Botiga 8)	∞
- Aplicació del Reglament General de Protecció de Dades	✓
- Polítiques de prevenció de delictes i anticorrupció	✓
- Actualització de la legislació i adaptació als processos interns per al seu compliment	✓
- Polítiques de gestió de risc financer	✓
- Reinversió i visió a llarg termini	✓
- Generació de riquesa i creixement compartit	✓
- Capital conscient	✓
- Revisió constant dels processos interns	✓

Irmãdona: Mercadona a Portugal

Irmãdona, la “germana de Mercadona”, que desenvolupa la seua activitat com una empresa portuguesa d’origen espanyol i amb seu a Vila Nova de Gaia, ha continuat impulsant el seu creixement al país lusità gràcies a la consolidació del Model de Qualitat Total de Mercadona. És un model de gestió sobre el qual s’ha assentat el procés d’internacionalització a Portugal des del principi, en 2016, que acumula una inversió total de 874 milions d’euros i que disposa d’una plantilla d’alt rendiment i cohesionada de 5.300 persones, totalment compromeses amb el projecte, després d’haver creat al llarg de l’any 1.800 nous llocs de treball, tots de qualitat.

Per a continuar impulsant la seua internacionalització a Portugal, Mercadona ha continuat creixent en 2023. I, concretament, durant estos dotze mesos ha aconseguit inaugurar deu nous supermercats, la qual cosa li ha permés tancar l’any amb una xarxa de 49 botigues i una major penetració en el mercat portugués, on ja té presència en deu districtes: Porto, Braga, Aveiro, Viana do Castelo, Setúbal, Santarém, Viseu, Leiria, Lisboa i, des de 2023, també Coïmbra.

Paral·lelament, i amb l’objectiu de continuar creixent i garantint un servici més eficient als seus “Chefes”, la companyia ha continuat reforçant la seua xarxa logística amb els avanços en la construcció del nou bloc logístic a Almeirim (Santarém), que es preveu que estiga operatiu en 2024. Amb una superfície de 120.000 metres quadrats, estes noves infraestructures, que una vegada a ple rendiment generaran 500 nous llocs de treball, requeriran una inversió total de 256 milions d’euros i apostaran per la sostenibilitat, com reflectix el fet, per exemple, que el 25 % de les seues necessitats energètiques provindran de fonts renovables.

D’esta manera, Irmãdona no ha parat de créixer en estos set anys, en els quals ha apostat per la creació de riquesa i generació de valor. Una contribució que s’ha traduït, d’acord amb un estudi realitzat pel Núcleo de Investigaçã

em Políticas Económicas e Empresariais da Universidade do Minho i per l’Institut Valencià d’Investigacions Econòmiques (Ivie), en un impacte econòmic tant directe com indirecte i induït de 4.422 milions d’euros entre 2019 i 2022 en tota la cadena de valor.

Segons les dades d’este estudi, que s’ha realitzat per primera vegada, l’activitat de la cadena de supermercats durant estes mateixes dates va suposar una aportació de 1.296,8 milions d’euros a l’economia portuguesa, període en el qual es van generar 726,5 milions d’euros en impostos i es van crear 55.655 llocs de treball directes, indirectes i induïts. De fet, només en 2022 l’activitat de Mercadona a Portugal va generar 480,9 milions d’euros de renda, 18.600 llocs de treball i 263,2 milions d’euros d’ingressos públics; mentres que el volum de vendes generat en el sector productiu portugués en 2022 va ser de 1.477 milions d’euros.

Este projecte empresarial continua avançant i col·labora, a més, amb proveïdors locals, amb unes compres que en 2023 han superat els 1.178 milions d’euros. Un projecte sostenible i eficient, de present i de futur, que en 2023 va aconseguir una facturació de 1.403 milions d’euros i la clau del qual continua sent el compromís dels 5 components per a poder consolidar una empresa que la societat portuguesa vulga que existisca i de la qual se senta orgullosa.



Façana del supermercat d'Hospital a Gondomar, Porto.

“El Cap”

01

Escoltar, la clau per a satisfer “El Cap”

02

Millorar l'experiència de compra de “El Cap”





Escoltar els “Caps” ha sigut la clau per a continuar avançant en 2023. Fruit d’esta escolta, la companyia **ha abaixat el Carro Menú i ha mantingut la seua qualitat contundent**, la qual cosa ha contribuït al fet que més clients acudisquen a les nostres botigues i ens compren més

María, “Cap” en el supermercat de Príncipe de Vergara a Madrid.

Escoltar, la clau per a satisfer “El Cap”

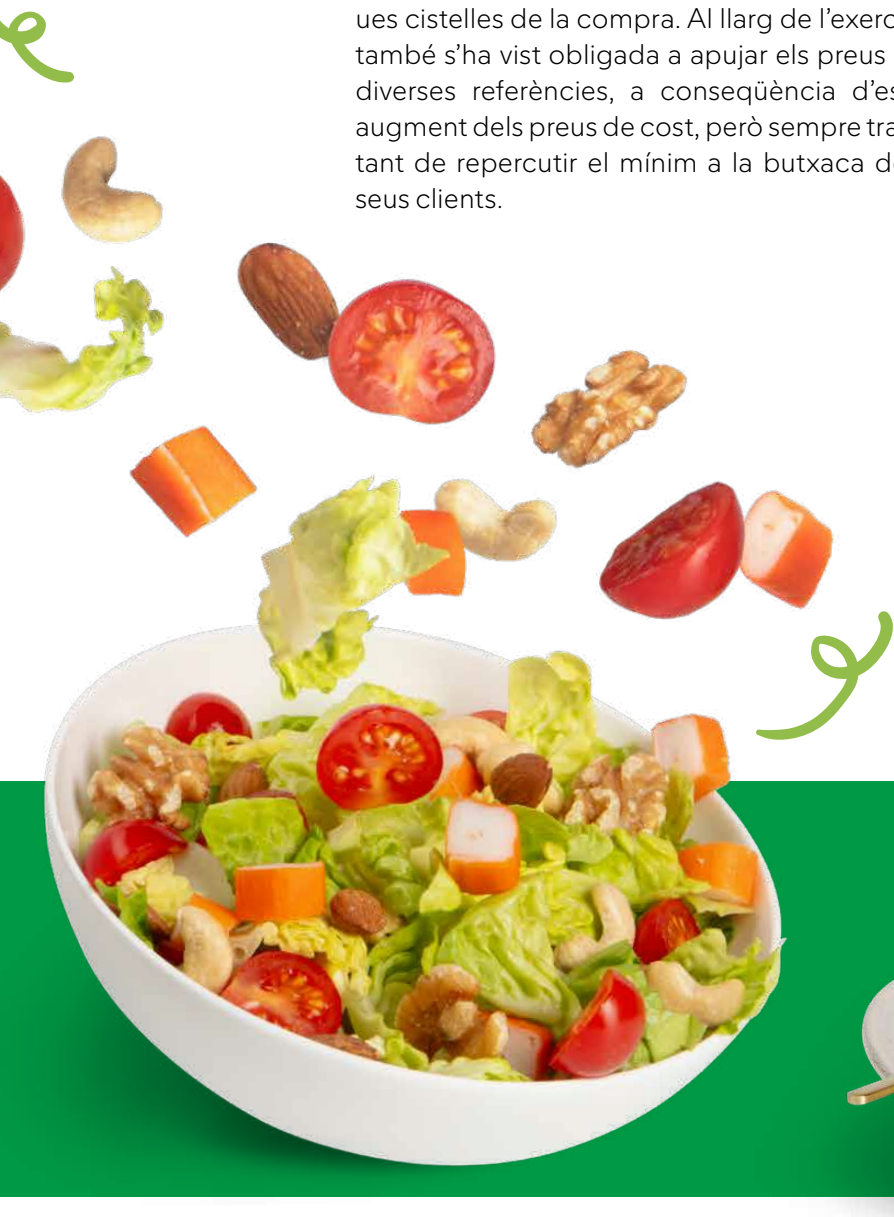
Des de la fundació de Mercadona, fa més de 40 anys, escoltar les opinions i els suggeriments dels “Caps” ha sigut clau per a complir el propòsit principal de satisfer els clients que cada dia decidixen entrar en alguna de les seues botigues per a conformar-se el seu Carro Menú amb una qualitat contundent a un preu imbatible.

Davant d'un context inflacionista, el de 2023, en què l'IPC general (+3,1 % a Espanya i +1,4 % a Portugal) i molt especialment el de l'alimentació general (+7,3 % a Espanya i +1,7 % a Portugal) han continuat pujant, Mercadona, impulsada pels seus clients, s'ha avançat a la reducció de costos per a abaixar els preus de venda en més de 500 productes en el conjunt de l'any. Gràcies a això, i a través de l'optimització de processos, ha proporcionat als “Caps” uns estalvis anuals de fins a 150 euros en les seues cistelles de la compra. Al llarg de l'exercici també s'ha vist obligada a apujar els preus de diverses referències, a conseqüència d'este augment dels preus de cost, però sempre tractant de repercutir el mínim a la butxaca dels seus clients.

Compromesos amb la qualitat i la innovació

Mercadona té dos requisits indispensables per a continuar desenvolupant la seua brutal transformació: la qualitat i la innovació. Per a continuar assumint esta condició de qualitat contundent que demanen els seus clients, al llarg de 2023 la companyia ha posat en marxa diverses iniciatives, entre les quals destaca la reorganització del departament de compres, que des del mes de setembre passat s'ha concentrat en dos direccions generals: Compres i Prescripció Secs, i Compres Mar, Fruita, Verdura, Forn i A Punt per a Menjar. Esta nova estructura, en col·laboració amb els més de 3.000 proveïdors i interproveïdors especialistes, treballa contínuament amb l'objectiu d'oferir a “El Cap” un assortiment eficient, de màxima qualitat i a un preu imbatible. En definitiva, un assortiment viu, desenvolupat producte a producte des de “El Cap” cap arrere en el marc de la seua estratègia SPB (Sempre Preus Baixos), que dona resposta a les necessitats dels clients en alimentació, begudes, neteja de la llar, higiene personal i cura de mascotes.

Per a aconseguir este objectiu, a més, Mercadona disposa d'un Model de Coinnovació que consistix a compartir amb els “Caps” experiències i formes de consum per a traslladar, a través



de la detecció de les necessitats, gustos i costums concrets, tota esta informació als proveïdors i impulsar, d'esta manera, una col·laboració directa en el desenvolupament de millores, innovacions i nous productes.

Un Model de Coinnovació que es desenvolupa, entre altres estratègies, a través dels 23 centres de coinnovació repartits entre Espanya i Portugal. En 2023, la companyia ha inaugurat tres centres nous, concretament a Arafo (Tenerife), a Sevilla i a Vila Franca de Xira (Lisboa). Al llarg de l'any, en estos 23 centres, en els quals treballen més de 200 especialistes, s'han mantingut un total d'11.000 sessions de treball, processos de col·laboració amb els “Caps” que han sigut fonamentals per a continuar millorant i adaptant l'assortiment als gustos i necessitats concretes, la qual cosa s'ha traduït en un total de 500 millores, 314 novetats i 20 innovacions de producte.

Exemples d'això són el nou paquet d'anou natural trossejada desenvolupat per Importaco Casa Pons, primera referència del sector de la distribució preparada d'esta manera perquè pugua ser utilitzada en rebosteria o en altres receptes; la barreta farcida de nabius fabricada

pel proveïdor especialista Hellema, producte pioner en esta categoria, ja que està farcit de fruita, i l'api ja tallat, que el fabricant Pascual Marketing prepara específicament per a menjar cru i la varietat del qual té un sabor més suau. Igualment, destaquen l'hamburguesa de carn de llomello d'Elaborados Cárnicos Medina i les safates de *sushi* elaborades per Koyasan Foods i Leroy Processing, que s'oferixen en el mural de menjar asiàtic.



Qualitat amb seguretat alimentària



La qualitat amb seguretat alimentària és una condició irrenunciable, per la qual cosa, any rere any, Mercadona destina importants recursos a garantir-la a través d'un model propi, orientat a oferir el màxim nivell de qualitat i innocuïtat de tots els seus productes i processos.

El model, extensible a tots els proveïdors i aplicat en tot el procés de la cadena de muntatge, està fonamentat en tres objectius: zero riscos, zero defectes i zero crisis. I, també, en quatre estratègies: preventiva, reactiva, contrastació i desplaçament de societat.

En l'àmbit preventiu, la companyia disposa d'un sistema de gestió de Qualitat amb Seguretat Alimentària basat en els principis del

Sistema de Gestió APPCC (Anàlisi de Perills i Punts de Control Crítics), que en 2023, a més, ha introduït com a millora la digitalització de la carpeta de registres derivats d'este sistema de control. Així mateix, fa anys va crear l'eina REMER (Riscos Emergents) per a alimentació i no alimentació amb la qual es controlen possibles riscos i, al mateix temps, disposa d'eines per a monitorar els canvis legislatius que puguin afectar la seua activitat.

A més, Mercadona i Irmãdona disposen des de fa anys de sengles comitès científics. Estos panells independents de professionals de reconegut prestigi, que en el cas d'Espanya han inclòs quatre nous experts, i ja en té un total de deu, presten suport tècnic per a garantir sempre la qualitat amb la seguretat



Daniel, "Cap" en el supermercat de Mercat de l'Olivar a Palma, Illes Balears.

alimentària de tots els seus productes. Jun-
tament amb l'equip intern de científics es-
pecialistes, duen a terme una labor crucial
per a validar els processos interns, enfortir i
accelerar el talent de la companyia en esta
matèria.

Així mateix, l'equip intern rep formació cons-
tant per part d'especialistes en les diferents
matèries, centres tecnològics i laboratoris, al
mateix temps que disposa d'una àmplia carte-
ra d'experts externs especialistes i de labora-
toris de referència de reconegut prestigi com
AINIA, CNTA, Aquimisa, Eurofins, Silliker i Anfa-
co, entre altres.

En l'àmbit reactiu, i amb l'objectiu de retroali-
mentar-se dels problemes de qualitat amb se-
guretat alimentària dels productes, el Model de
Mercadona disposa d'eines per a captar infor-
mació d'altres fonts, com autoritats sanitàries,
xarxes d'alerta, proveïdors o xarxes socials. Un
exemple d'això és la millora de digitalització
de la gestió d'actes de sanitat o l'adaptació de
l'eina INTIE per a captar la informació de les ins-
peccions sanitàries fetes per l'Administració.

Paral·lelament, Mercadona i Irmadona aprofite-
ten un mètode de simulacres propi per a con-
trastar el compliment del Mètode intern de
Gestió d'accidents Molt Molt Greus (MMG)
en seguretat alimentària. En col·laboració amb
les administracions públiques, anualment
aborda estos escenaris simulats, tres en 2023,
la qual cosa li permet detectar punts de millo-
ra i reforçar les habilitats dels qui participen
en estes pràctiques per a afrontar possibles
contingències futures amb més garanties.

Així mateix, cal destacar la implicació de Mer-
cadona en l'àmbit de la seguretat alimentària,
tal com posa de manifest la seua participació, i
des de fa anys, en els comitès específics d'este
camp d'AECOC, ASEDAS, ENAC, AINIA, AVI,
CNTA, SESAL, IFS I APED.





*Consells per a
una alimentació
saludable*

La teua cistella equilibrada

Mercadona és conscient que cada vegada són més les persones que aposten per invertir en una alimentació saludable, motiu pel qual tracta d'ajudar els "Caps" amb un assortiment basat en el seu criteri de qualitat d'estar bo i ser bo. En 2023 ha continuat millorant i introduint productes indispensables, aliments que ben combinats i sumats als bons hàbits quotidians són la clau d'una alimentació saludable, rica, variada i equilibrada.

Amb el concepte de "la teua cistella equilibrada", ha mantingut, a través del seu web i dels diferents canals que manté oberts en xarxes socials, una comunicació activa amb els clients, per mitjà de la difusió de receptes senzilles que puguen incorporar al seu dia a dia, propostes de menús setmanals, recomanació de productes concrets o, també, compartint trucs culinàries i alimentaris, conscient de la importància que té conèixer què necessitem menjar, com podem cuinar-ho, en quina quantitat i amb quina freqüència ho hem de fer.

De la mateixa manera, ha impulsat la conversa amb els seus treballadors per mitjà de l'aplicació interna Activo2, en la qual els ha ajudat a prescriure als clients diferents productes, receptes o maneres de cuinar més saludables, com enforats o al vapor, i ha comptat amb veus expertes per a explicar-los de quins aliments es compon una alimentació saludable i en quina quantitat i amb quina freqüència s'han de consumir els diferents productes que la conformen.

Dins de la seua estratègia de Saludable, Mercadona i els proveïdors amb els quals col·labora han continuat millorant els ingredients i reduint o substituint aquells que no aporten valor, com és el cas del pernil cuit del proveïdor Casa Tarradellas amb un 90 % de percentatge carni, o dels batuts de fruita i llet Caribe, fabricats pel proveïdor García Carrión, que in-

corporen més quantitat de fruita i han reduït, a més, 1,4 grams de sucre afegit.

Així mateix, s'han afegit més referències de gelats amb un format mini, fabricats per l'especialista Helados Estiu, amb l'objectiu de definir una grandària de ració d'acord amb la necessitat dels clients. S'han introduït, també, nous productes aptes per a preparar-se en electrodomèstics com la fregidora d'aire, com els bunyols d'abadejo del proveïdor Audens Foods, de venda a Espanya, o les varetes de lluç sense gluten i els calamarets enfarinats, els dos fabricats per Congalsa.

Tot este esforç li ha permés no sols disposar d'un assortiment variat, eficient i de qualitat que permet a "El Cap" tindre una àmplia gamma de productes, tant frescos com no peribles. També, gràcies a estos esforços, ha estretit la relació amb els clients, amb la qual cosa coneix millor les seues necessitats per a poder oferir-los les millors opcions perquè conformen la seua dieta saludable.

***Mercadona s'ha
reunit en 2023
amb associacions
de consumidors,
associacions
d'intolerants i al·lèrgics
i administracions
públiques per a
explicar-los la seua
Estratègia Saludable***





Quefir sabor de maduixa i plàtan fabricat pel proveïdor Productes del Moianès a Mojà, Barcelona.

Transparència en l'etiquetatge

Per a facilitar als seus “Caps” la possibilitat d’elaborar una dieta equilibrada, a més de la varietat del seu assortiment, dels consells, de les receptes i de la prescripció de les treballadores i treballadors, la companyia ha introduït millores en l’etiquetatge que contribueixen a esta mateixa finalitat. Així, per exemple, durant estos mesos ha replantejat l’etiquetatge de nombrosos productes, aplicant uns criteris que faciliten la lectura, com és el cas de l’augment de la grandària de la lletra o la decisió d’estandarditzar les taules nutricionals, que faciliten als “Caps” l’elecció del producte que millor s’adapte a les seues necessitats. Així mateix, ha continuat treballant en la millora d’elements que informen o formen els clients sobre cada producte, no sols dels ingredients o la informació nutricional, sinó, per exemple, d’uns altres com la preparació o la conservació dels productes.

Tots estos moviments, que faciliten les decisions per a millorar els hàbits alimentaris dels “Caps” de Mercadona, s’emmarquen igualment en la seua política de transparència total que, des de fa anys, fomenta en els seus embalatges. Una aposta per un etiquetatge transparent que, en el cas dels productes ela-

borats dins del paraigua de les seues marques pròpies (Hacendado, Bosque Verde, Deliplus i Compy), disposa d’un mètode propi segons el qual, a més d’identificar el proveïdor fabricant, ofereix al “Cap” en l’etiquetatge tota la informació rellevant sobre cada producte, una informació objectiva i de fàcil accés perquè cada client pugua triar, segons els seus hàbits, la millor manera de conformar la seua cistella equilibrada.

Compromesos amb tots els “Caps”

Des de fa anys, Mercadona manté un compromís responsable amb aquells “Caps” que patixen intoleràncies o al·lèrgies alimentàries, i treballa per a incorporar en els lineals productes aptes per a les seues dietes que, a més, siguen fàcilment identificables en l’etiquetatge, condició que s’ha millorat amb l’augment de la lletra.

D’esta manera, i com a exemple, en 2023 ha continuat incrementant l’assortiment sense gluten fins a aconseguir un total de 1.533 productes lliures d’esta proteïna. En este sentit, s’han sumat referències com les varetes de lluç sense gluten, del proveïdor Congalsa. Paral·lelament, manté relació a Espanya i Portugal amb 29 associacions d’intolerants i al·lèrgics des de les quals, a través d’un diàleg constant, du a terme accions per a ajudar la societat a conèixer les diferents necessitats d’alimentació dels diferents col·lectius.

La companyia ha continuat treballant també per a cobrir les necessitats específiques en nutrició o alimentació de diversos col·lectius de “Caps”, com les persones que opten per una dieta vegana, per als quals actualment l’assortiment disposa de noves referències, com la beguda d’avena sabor de xocolata, elaborada pel proveïdor Liquats Vegetals, o la beguda d’avena 0 %, que fabrica Frías i que, a més, és lliure de sucres i edulcorants.











Marques que Mercadona desenvolupa des de 1996, els fabricants de les quals estan clarament identificats en l'etiquetatge

Atenció al client

Per a Mercadona, la comunicació és clau en el desenvolupament de la seua activitat, i per això manté una actitud de diàleg i transparència amb els “Caps”, als quals facilita informació d’interés sobre la companyia, detecta possibles contingències i ofereix solucions àgils i eficaces. Per a aconseguir estos objectius, la companyia disposa d’un Servei d’Atenció al Client (SAC) gratuït, tant a Espanya com a Portugal, en el qual treballen 94 persones (81 a Espanya i 13 a Portugal) per a reforçar la satisfacció dels clients.

La dedicació del SAC de Mercadona permet atendre i canalitzar tots els dubtes i qüestions que es plantegen, que es transmeten als responsables implicats perquè les estudien individualment i busquen la millor solució per a “El Cap”. En 2023, el Servei d’Atenció al Client de Mercadona va gestionar totes les consultes rebudes, un total de 256.440, de les quals 233.500 es van fer a Espanya i 22.940 a Portugal.

Actualment, la companyia disposa de perfils en Facebook, X, Instagram, YouTube i LinkedIn. Per mitjà d’estes xarxes socials, Mercadona ha mantingut en 2023 un total de 598.700 converses amb els clients, concretament 476.000 a Espanya i 122.700 a Portugal, dades que confirmen la rellevància d’estes xarxes socials com a canal de comunicació.

A més, en este exercici, Carol, l’assistent virtual operatiu a Espanya tant via WhatsApp com web, amb un servici 24 hores al dia i set dies a la setmana, ha mantingut un total de 91.000 converses amb els clients. De la mateixa manera, s’ha incrementat el nombre de FAQ en la pàgina web corporativa de Mercadona amb l’objectiu de resoldre dubtes dels clients d’una manera més àgil i senzilla.

Telèfon d’atenció al client



Presència digital de Mercadona

Espanya

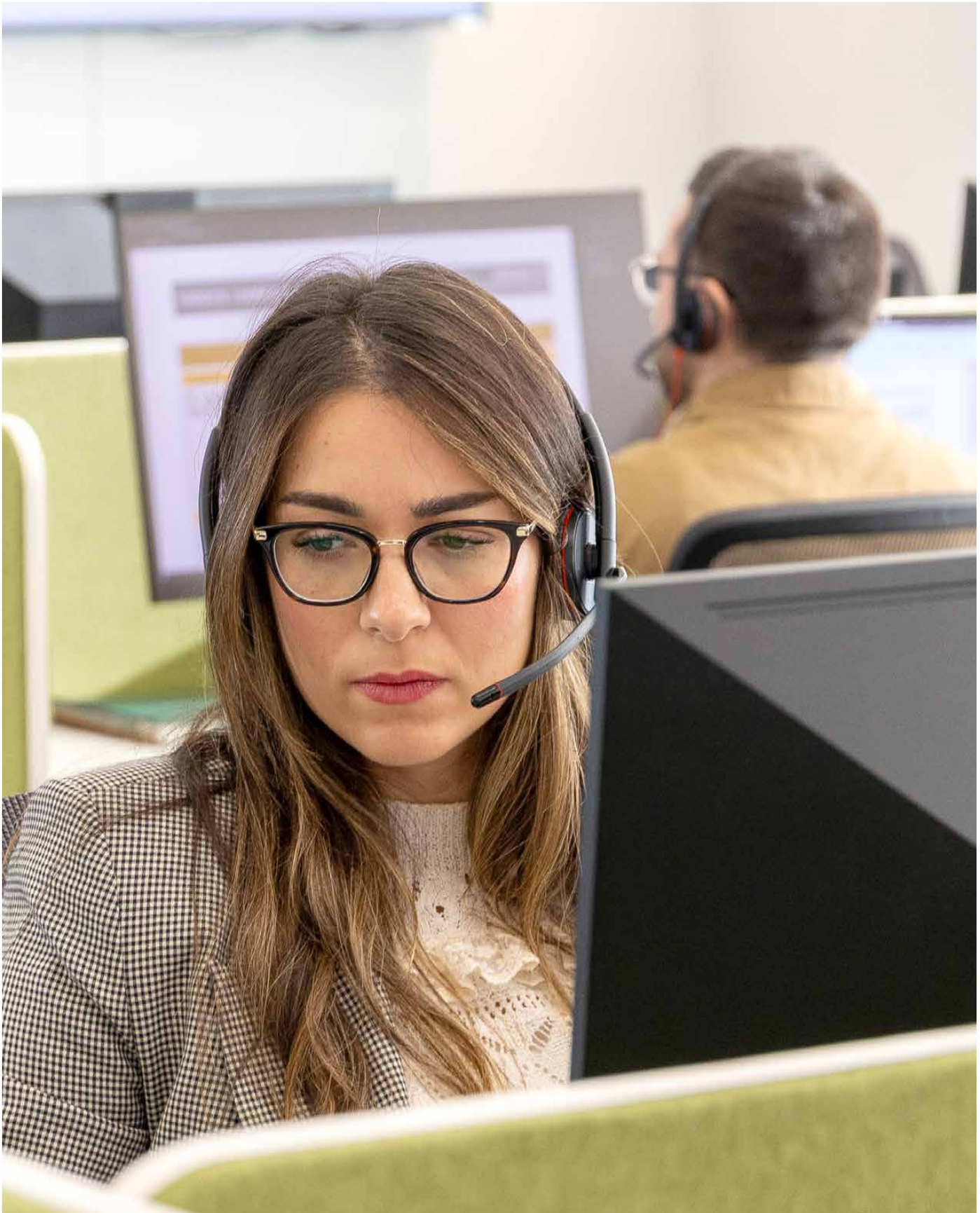
[info.mercadona.es](https://www.info.mercadona.es)

-  www.facebook.com/mercadona
-  www.x.com/mercadona
-  www.instagram.com/mercadona
-  www.youtube.com/mercadona
-  www.linkedin.com/company/mercadona

Portugal

www.mercadona.pt

-  www.facebook.com/mercadonaportugal
-  www.x.com/mercadona_pt
-  www.instagram.com/mercadona_portugal
-  www.youtube.com/mercadonaportugal
-  www.linkedin.com/company/mercadonaportugal



Beatriz, treballadora del Servei d'Atenció al Client de Mercadona.

Millorar l'experiència de compra de "El Cap"

En 2023, Mercadona ha tornat a comptar amb el suport dels seus "Caps", 5,8 milions de famílies que diàriament han depositat la seua confiança en la companyia. I ho han fet de dos maneres: acudint a les 1.681 botigues situades a Espanya i Portugal, o fent les comandes a través de les plataformes *online* disponibles, de moment, a Espanya.

Una confiança que la companyia agraiïx i que tracta de consolidar desenvolupant i oferint, amb l'esforç conjunt de la seua plantilla i dels proveïdors amb els quals col·labora, productes i servicis d'una qualitat contundent a preus imbatibles. Tot això incorporant de manera constant pràctiques sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, fomentant una compra i un consum responsables i impulsant un projecte que analitza cada detall de la seua activitat per a satisfer plenament els 5 components de la companyia.

Xarxa de supermercats

En 2023, Mercadona ha continuat reforçant la seua xarxa de supermercats i apostant per la seua modernització per a poder oferir als seus clients la millor experiència de compra. Este esforç li ha permés acabar l'any amb un total de 1.681 botigues a Espanya i Portugal, després d'haver ancat 49 botigues que no s'adaptaven als està-

dards de qualitat de la cadena i haver-ne obert 54 noves, 44 a Espanya i 10 a Portugal.

Per a poder continuar impulsant el seu model diferencial, la companyia ha invertit al llarg d'estos dotze mesos un total de 650 milions d'euros. D'este total, 352 s'han destinat a l'obertura dels nous supermercats, 112 a l'adquisició de terrenys i locals i 101 a actuacions i equipaments diversos. Així mateix, un total de 85 milions d'euros han permés introduir millores en 24 botigues d'Espanya per a adaptar-les al Model de Botiga Eficient (Botiga 8), present ja en 1.364 supermercats.

D'esta manera, pràcticament tots els supermercats de la cadena són més sostenibles. Este model de botiga propi i pioner, a més de ser més respectuós amb el medi ambient, ofereix una millor disposició i distribució de l'assortiment, un major confort i, en definitiva, una millor experiència de compra.

650 M€
invertits



352 M€
en obertures

85 M€
en reformes

101 M€
en actuacions
i equipament

112 M€
en nous terrenys
i locals



Botigues eficients

*La companyia ha
continuat adaptant
els seus supermercats
al Nou Model de
Botiga Eficient*

1.364
Botigues 8

1	2
3	

1. Entrada del supermercat d'Alday a Camargo, Cantàbria.
2. Façana del supermercat de Mercês a Sintra, Lisboa.
3. Façana del supermercat de La Florida a Oviedo.



Continuar evolucionant amb “El Cap”

Una de les obsessions de tots els qui formen part de Mercadona és desenvolupar estratègies i introduir iniciatives que permeten millorar el servei als seus clients, la seua experiència de compra i la seua satisfacció. Amb este objectiu, tracta d’avançar-se a les seues necessitats, amb solucions específiques i d’una qualitat contundent que s’adapten als seus hàbits de consum.

Un clar exemple és el servei A Punt per a Menjar, “Pronto a Comer” a Portugal, proposta de solucions de plats variats i de qualitat que la companyia va iniciar l’any 2018. Des d’aquella data, el projecte no ha parat de créixer, i en finalitzar 2023 ja estava present en 1.110 botigues, 1.061 d’Espanya i totes les de Portugal.

Igualment, al llarg d’estos dotze mesos, ha introduït importants millores de qualitat en

diferents receptes, com el quart de pollastre amb creïlles, al qual s’ha millorat la marinada; o l’ensalada de pasta, en la qual es millora el punt de cocció de la pasta. A més, ha eliminat el gluten de totes les safates de *sushi*, i d’esta manera es permet que el puguen consumir les persones intolerants o al·lèrgiques a esta proteïna.

En esta mateixa línia, la secció A Punt per a Menjar ha incorporat plats sorgits a través de la coinnovació amb els clients, com les mandonguilles guisades amb creïlles i els espaguetis carbonara, a Espanya; o el sandes de leitão, a Portugal. Igualment, i per a afavorir l’ús d’esto servei en la campanya de Nadal, la companyia ha incorporat plats típics d’estes festes amb una qualitat espectacular, com, per exemple, la cuixa de pollastre farcit, la grandària del qual s’ha adaptat millor al consum real del “Cap”; o



Valentina i María, “Caps” del supermercat de Baricentro a Barberà del Vallès, Barcelona.



Paula, treballadora del supermercat de Rua Filipa Borges a Barcelos, Braga.

l’ensalada de marisc, novetat que s’ha incorporat enguany.

Durant estos dotze mesos, a més, Mercadona ha continuat reforçant el model de venda en lliure servici de la major part de l’assortiment. Esta decisió, que la companyia va posar en marxa en 2022, ha dotat d’una major agilitat la venda d’estos plats, amb una clara reducció en els temps d’espera per als “Caps”. Un projecte que ha continuat creixent, tal com demostra la facturació total obtinguda, que és de 483 milions d’euros.

D’altra banda, la companyia està estudiant l’evolució de la secció de pescateria amb el doble objectiu d’acostar el producte cada vegada més als clients i fomentar-ne el consum. Amb esta finalitat, està adaptant l’assortiment als nous hàbits de “El Cap”, oferint sempre

la màxima qualitat, frescor i servici, factors irrenunciabls.

Este model, que unix la tradició amb la innovació i modernització del lliure servici, s’està provant en 77 supermercats dels 1.681 que té la companyia.

Igualment, s’està aprofitant la fase actual del projecte per a recollir les aportacions i suggeriments per a conèixer i identificar molt bé els processos i detectar els productes en els quals la preparació final en botiga afeg valor.

Per al desenvolupament d’esta reenginyeria de la secció de pescateria, Mercadona compta amb el suport d’empreses líders i especialistes en el sector, com Profand i Piscifactorías Andaluzas, que estan col·laborant en la millora de l’assortiment i l’adaptació a este nou format.

1.110

botigues amb A punt per a Menjar

77

botigues amb la reenginyeria del peix



Pedro, treballador del supermercat de Don Benito a Badajoz.



Mari Carmen, treballadora del supermercat d'Arroyo de la Encomienda a Valladolid.

Mercadona Online

En 2023, el servei de compra *online* de Mercadona ha continuat creixent i es consolida gradualment. Així ho reflectixen les vendes de 650 milions d'euros obtingudes en este segment, o el fet que els "Caps" *online* hagen fet més de 4 milions de comandes per esta via, la qual cosa suposa un augment del 19 % respecte a 2022.

Per a oferir el millor servei possible i satisfer les necessitats dels "Caps" que trien este mitjà de compra, la companyia disposa de sis Ruscos, magatzems que destina exclusivament a la venda *online* i que estan situats a València, Barcelona, Madrid, Alacant i Sevilla. En este exercici, i per a reforçar este tipus

de servei, el mes d'agost passat la companyia va posar en marxa el sext Rusc, concretament en la localitat madrilenya de Boadilla del Monte.

El nou Rusc situat a Boadilla del Monte (Madrid) ha permès augmentar el servei als "Caps" de la Comunitat de Madrid



Preparació de comandes en el Rusc de Boadilla del Monte, Madrid.

Amb esta iniciativa, en la qual s’han invertit prop de 13 milions d’euros, actualment es dona servici a la zona oest de la Comunitat de Madrid. En esta labor estan involucrats els 180 gerents que treballen en esta solució pionera que dona servici a les localitats de Boadilla del Monte, Alcorcón, Villaviciosa de Odón, Leganés, Parla i Tres Cantos.

D’altra banda, i per a satisfer les necessitats de compra *online* dels “Caps” d’àrees amb una menor densitat de comandes, Mercadona també ha continuat treballant en el seu model de preparació i repartiment des de les botigues físiques. En finalitzar 2023, la companyia mantenia estos servicis operatius en 59 botigues a tota Espanya com, per exemple, a Euskadi i Saragossa, enfront de les 18 de 2022. Gràcies a este esforç, es permet reduir el temps de preparació de les comandes, s’optimitzen els recursos físics i es minimitzen els sobreesforços del conjunt de la plantilla per mitjà de l’aprofitament de l’experiència, tecnologia i part dels processos desenvolupats en els Ruscos.

Així mateix, la companyia ha continuat millorant el seu servici, en este cas, ampliant l’assortiment disponible a través d’esta canal amb, per exemple, l’entrada d’alguns productes de la secció A Punt per a Menjar, com la truita o l’ensalada russa, que tenen un acolliment favorable.

En l’àmbit del transport de les comandes fetes pels “Caps” *online*, disposa d’una xarxa de 720 furgonetes ECO que contribuïxen a reduir el volum d’emissions contaminants derivades d’esta part del procés.

Mercadona Online està composta per un equip de més de 2.400 persones amb treball

estable i de qualitat i amb una formació específica, després d’haver sumat en l’últim exercici un total de 400 noves persones.



El Treballador

01

Model de recursos
humans de Mercadona


02

Compromesos
amb les persones

03

Seguretat i salut
en el treball





La paraula que millor
definix **l'essència del
lideratge és l'exemple.**
Els fets són l'únic camí
que impulsa les 104.000
treballadores i treballadors
de Mercadona a actuar
amb un **alt nivell de
compromís i acompliment**

Brenda, treballadora del supermercat d'Avenida Fuerzas Armadas a Lorca, Múrcia.

Model de recursos humans de Mercadona

Mercadona aposta fortament pel conjunt de les persones que componen la seua plantilla, una de les seues anelles prioritàries i, sens dubte, causa de l'èxit del seu projecte empresarial. I ho fa per mitjà d'un lot de valor altament competitiu, que promou l'estabilitat laboral, la defensa de la igualtat i la diversitat, la conciliació, la formació contínua i retribucions per damunt de la mitjana del sector. Unes condicions que permeten a Mercadona captar i retindre talent i incorporar-lo a una estructura conjunta en la qual la suma de les individualitats, a través de la cohesió, genera un factor multiplicador d'un gran valor intangible.

Plantilla i creació d'ocupació

104.000
treballadores
i treballadors

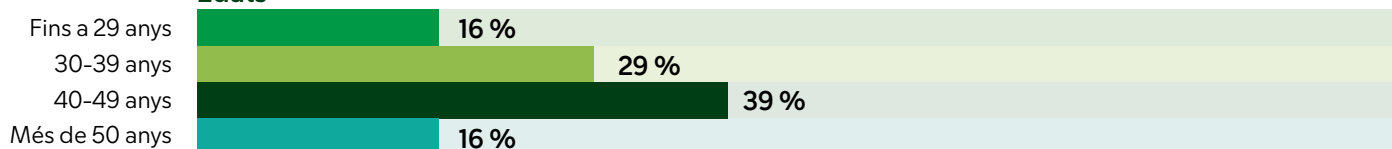
Un any més, Mercadona ha continuat incorporant talent per a reforçar el seu projecte i poder continuar abordant la brutal transformació en la qual es troba des de 2016. De fet, ha incrementat la seua en 5.000 persones respecte al passat exercici i ha aconseguit una nova fita històrica en superar, en conjunt, la xifra de 100.000 treballadors amb, concretament, 104.000 persones altament compromeses, de les quals 98.700 exercixen a Espanya i les 5.300 restants, a Portugal.

En el marc de la brutal transformació, Mercadona fa anys que aposta per la captació de talent especialitzat en l'àmbit tecnològic. D'esta manera, ja disposa d'un equip de més de 1.000 professionals de referència, dels quals 165 van ser contractats en 2023, amb els quals continua dissenyant les millors solucions per a digitalitzar tots els processos interns de l'empresa: des de la logística als recursos humans, passant per les finances o la construcció.

Paral·lelament, la companyia s'ha continuat consolidant com una opció per al desenvolupament d'una vida laboral completa, tal com acrediten les més de 100 persones que es van jubilar en 2023, la major part d'elles després d'haver estat vinculades a l'empresa durant dècades i l'esforç i la implicació de les quals la companyia reconeix i agraiïx.

Així, Mercadona és una empresa que disposa d'una plantilla excepcional, involucrada per a aconseguir amb el seu exemple l'excel·lència en el seu treball rutinari, i la implicació individual de la qual ha tingut recompensa amb el repartiment de 600 milions d'euros, provinents dels beneficis, en concepte de prima per objectius. La xifra de la prima per objectius, a la qual ha accedit quasi el 100 % de la plantilla en 2023, suposa un augment del 50 % respecte a l'exercici anterior.

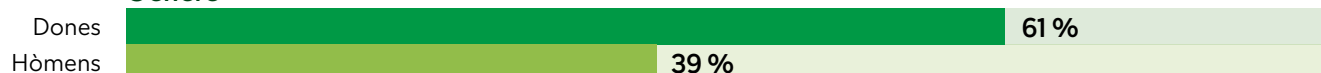
Edats

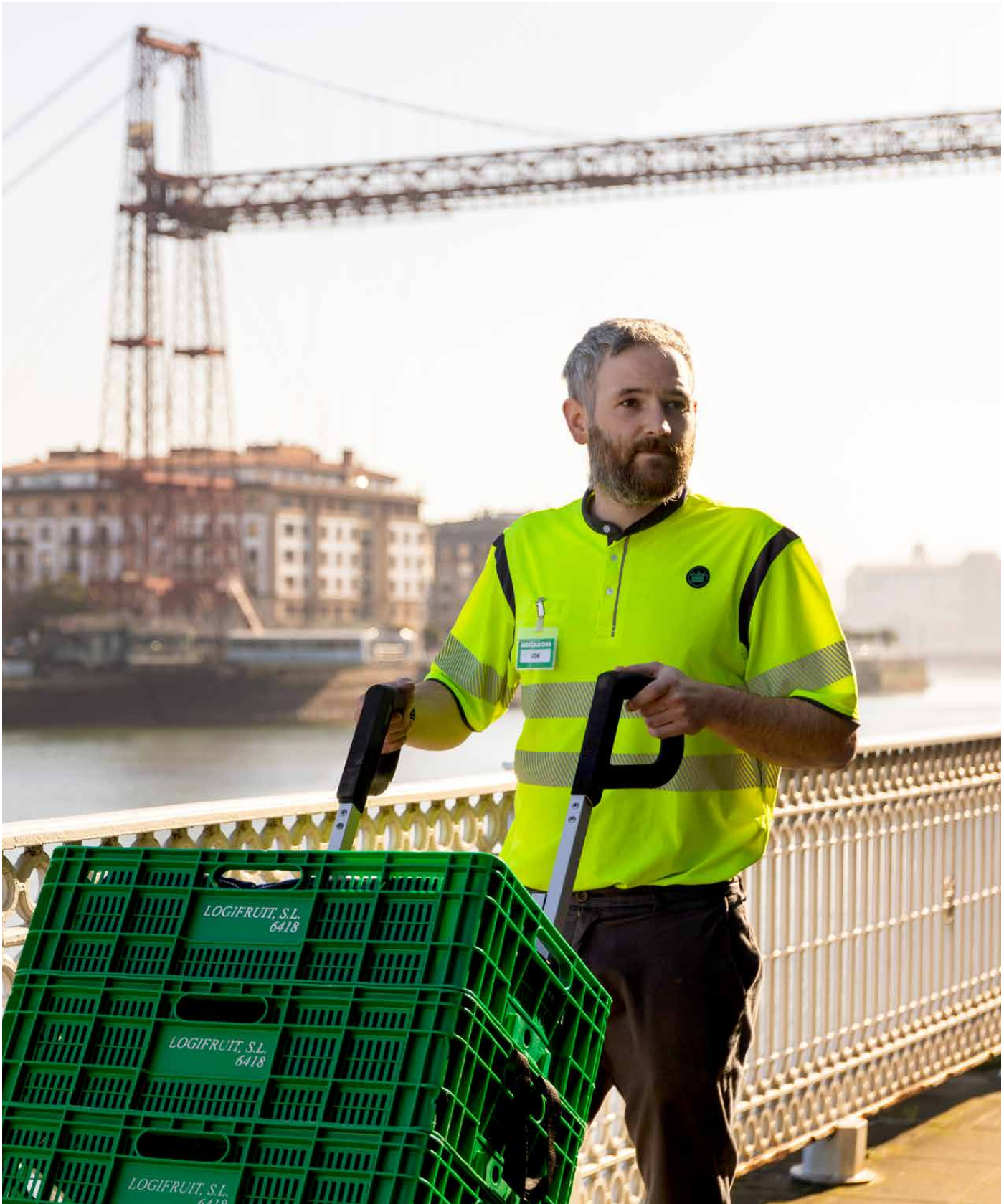


Àrea d'activitat



Gènere





Jon, treballador del supermercat d'El Àrbol a Santurtzi, Biscaia.

Taula de salaris del personal base de Mercadona en 12 mensualitats¹

Espanya				
Antiguitat	- d'1 any	2 anys	3 anys	+ de 4 anys
Brut/mes	*1.553 €	1.706 €	1.893 €	*2.102 €
Net/mes	1.356 €	1.425 €	1.545 €	1.686 €

≈ 17% ↑
al salari mínim interprofessional

≈ 59% ↑
al salari mínim interprofessional

En vigor 01/01/2024. Increment de l'IPC del 31 %.

* El salari mínim en Mercadona a Espanya és aproximadament un 17 % superior al salari mínim interprofessional (1.323 € brut/mes en 12 pagues), i en l'últim tram és un 59 % més (pagues extra incloses).



Carlos, treballador del bloc logístic de Parc Sagunt, València.



Mª Jesús, treballadora del supermercat de Carretera de Toledo a Ciudad Real.

Portugal				
Antiguitat	- d'1 any	2 anys	3 anys	+ de 4 anys
Brut/mes	** 1.149 €	1.276 €	1.416 €	** 1.572 €
Net/mes	960 €	1.045 €	1.137 €	1.235 €

≈ 20% ↑
al salari mínim nacional

≈ 64% ↑
al salari mínim nacional

En vigor 01/01/2024. Increment de l'IPC de l'1,4 %.

** El salari mínim en Mercadona Portugal és aproximadament un 20 % superior al salari mínim nacional (957 € brut/mes en 12 pagues), i en l'últim tram és un 64 % més (pagues extra incloses).

¹En els dos països, al sou brut anual cal afegir la prima per objectius, que des del primer any d'antiguitat i fins a arribar al tram 5 és d'una mensualitat, i a partir del segon any com a tram 5, dos mensualitats. En 2023, la companyia ha entregat mitja prima més a la seua plantilla.



Cleidiane, treballadora del supermercat d'Avenida Dom João II a Vila Nova de Gaia, Porto.



André, treballador del supermercat de Sousa Aroso a Matosinhos, Porto.

Compromesos amb les persones

Des de la seua fundació, el desenvolupament dels seus recursos humans ha sigut un factor prioritari per a Mercadona, que ha apostat sempre tant pel creixement professional com personal del conjunt de la plantilla. Per això, any rere any destina importants recursos a consolidar un model de recursos humans que escolta les persones per a poder oferir-los el que efectivament necessiten per a continuar creixent i que impulsa iniciatives honestes en un context d'igualtat de tracte i oportunitats.

Igualtat, diversitat i integració



El Model de Qualitat Total de Mercadona aposta pel desenvolupament d'unes relacions laborals basades en la igualtat, la qualitat en l'ocupació i el respecte per la diversitat. És un model de gestió que creu en les persones i que considera que el respecte és un principi fonamental per a consolidar un entorn laboral sa en el qual es rebutja qualsevol tipus de discriminació per raó de sexe, orientació sexual, discapacitat, edat, nacionalitat, afiliació sindical o d'una altra índole.

La companyia disposa des de 2010 d'un Pla d'Igualtat propi, actualment en la quarta edició i adaptat al recent canvi normatiu. Este Pla té l'objectiu de continuar avançant en igualtat de tracte i oportunitats entre dones i hòmens; continuar integrant la perspectiva de gènere en la gestió de l'empresa; garantir l'exercici de drets de conciliació de la vida personal, familiar i laboral dels membres de la plantilla; fomentar la corresponsabilitat entre dones i hòmens en l'àmbit de l'empresa, i garantir l'equitat retributiva, basada en el principi de "la mateixa responsabilitat, el mateix sou".

En el seu compromís amb la lluita contra la desigualtat, la companyia va posar en marxa en 2013 un protocol d'actuació de violència de gènere. Este protocol, que introduïx millores constantment i que també es manté vigent a Portugal, s'ha consolidat com una via eficient per a oferir ajuda concreta, ja siga en forma d'assistència, consell legal o assessorament psicològic.

Així, entre les mesures a les quals dona suport la companyia es troben, tant a Espanya com a Portugal, l'excedència amb reserva de lloc de treball de tres anys, el dret a trasllat, la reducció i adaptació de la jornada o, fins i tot, la suspensió del contracte amb dret a desocupació, a les quals se suma, òbviament, un suport constant, amb telèfons interns directes, per part del servei mèdic i també jurídic.

En este context, en 2023 la companyia ha organitzat, amb motiu del 25N, Dia Internacional de l'Eliminació de la Violència contra les Dones, campanyes de sensibilització a Espanya i Portugal, amb la qual cosa confirma el principi de tolerància zero que referent a això la companyia sempre ha mantingut.

Des de 2013, Mercadona pertany a Espanya al grup d'Empreses per una Societat Lliure de Violència de Gènere, mentre que a Portugal forma part, des de 2020, del Pacte Empresarial contra la Violència, un compromís establert amb la Secretaria d'Estat de la Igualtat i Migració (SEMI) i amb la Comissió de Ciutadania i Igualtat de Gènere (CIG).

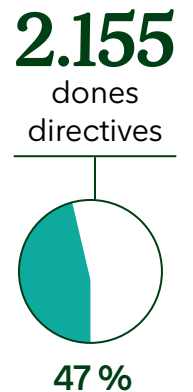
A més, la companyia manté actiu des de 2009 a Espanya un protocol que permet identificar possibles situacions d'assetjament moral, sexual i per raó de sexe.

El seu propòsit és previndre-les i preservar la salut i seguretat de la seua plantilla, sempre seguint els principis de celeritat, eficàcia i

confidencialitat. Paral·lelament, a Portugal compta amb un Codi de Conducta destinat a previndre l'assetjament laboral, guia de referència dels principis ètics de l'empresa que s'aplica una vegada es formula una denúncia interna de part.

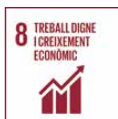
Tots estos compromisos es traduïxen en dades i xifres específiques, com reflectix el fet que, en matèria d'igualtat o equitat, el 61 % de la plantilla de Mercadona estiga composta per dones; que 2.155 treballadores, el 47 % del total, ocupen responsabilitats directives o que 1.232 dones hagen accedit en 2023 a llocs de major responsabilitat dins de la companyia.

I, també, en reconeixements, com el fet d'haver-se convertit per quart any consecutiu en l'“Empresa Líder en Diversitat” del rànquing Diversity Leaders del periòdic *Financial Times*. Concretament, és la quinta millor empresa en este àmbit de les 33 que han participat a Espanya i la 136 de les 850 d'este rànquing mundial. A més, la companyia ocupa la posició 12 en la categoria del comerç minorista, en la qual únicament han entrat quatre empreses espanyoles.



Laura, Caty, Rubén i José Eduardo, treballadors del supermercat d'Avinguda Europa a la Vall d'Uixó, Castelló.

Nou Conveni Col·lectiu



El desembre de 2023, Mercadona i els representants de la Unió General de Treballadors (UGT), de Comissions Obreres (CCOO) i del Sindicat Independent (SI) van firmar el nou Conveni Col·lectiu d'Empresa per a Espanya. En vigor des del primer dia de l'any 2024, el nou conveni reforça la importància del creixement compartit i sostenible, per la qual cosa una de les primeres mesures és haver garantit el poder adquisitiu de la plantilla per mitjà de la vinculació de l'increment del salari base a l'IPC, fins a un 2,5 %, i, en cas de ser superior, fins a un màxim del 6 % vinculat als objectius del benefici de l'empresa.

La companyia, que destaca per oferir uns salaris molt superiors dels que hi ha en el seu sector, garanteix un sou mínim d'entrada a Espanya de 1.553 euros bruts/mes (un 17 % més que el salari mínim interprofessional), al qual se sumen, entre altres, els complements propis de la política retributiva de la companyia, que suposen increments d'un 11 % anual fins a l'últim tram d'antiguitat i que representen un 59 % més sobre el salari mínim interprofessional.

Per la seua part, a Portugal, s'aplica el Conveni Col·lectiu APED (Associació Portuguesa d'Empreses de Distribució), que cobreix la totalitat de treballadores i treballadors del sector, i que en el cas de Mercadona es trasllada a les 5.300 persones amb treball estable i de qualitat que conformen la plantilla. En esta línia, Mercadona garanteix al país lusità un salari mínim d'inici de 1.149

euros bruts/mes en 12 pagues, xifra que es troba un 20 % per damunt del salari mínim nacional, i que evoluciona fins als 1.572 euros bruts/mes quan s'arriba a una antiguitat de més de 4 anys, que és un 64 % superior al salari mínim nacional.

En línia amb el foment de la conciliació que distingix la companyia des de fa anys per a impulsar la corresponsabilitat i el repartiment equilibrat de les càrregues familiars, en el nou conveni firmat a Espanya, Mercadona ha adquirit nous compromisos en este àmbit. Així, per exemple, i igual que fins ara ho feia el personal de botigues, els treballadors dels Ruscos (magatzems exclusius per a preparació i expedició de comandes *online*) i dels blocs logístics també podran descansar huit caps de setmana a l'any, iniciativa que entrarà en vigor de manera progressiva en 2024 i finalitzarà en 2025.

A més, continuaran vigents totes les mesures que en este sentit es promovien ja des de fa anys. Gràcies a això, les treballadores i treballadors que han sigut mares i pares en 2023 han pogut ampliar un mes el permís de naixement estipulat per llei, i així disposen de 20 setmanes per a cuidar el bebé, com han fet en 2023 un total de 1.826 persones; o se'ls ha oferit l'opció de disfrutar d'una excedència per cuidar filles o fills, opció per la qual han optat 1.103 persones. Tots, a més, han tingut l'opció de sol·licitar una excedència per a cuidar fills o filles de fins a 12 anys d'edat o, en este cas, durant cinc anys, per a cuidar un familiar consanguini.

Aposta per la conciliació

3.208

persones han tingut permisos de naixement

14.211

treballadores i treballadors s'han beneficiat de jornades reduïdes



1
2 3

1. Anabel, treballadora del supermercat de Mercat de Moncada a Moncada, València.
2. Sónia, treballadora del supermercat de Corroios a Seixal, Setúbal.
3. Pablo, treballador del departament d'informàtica de Mercadona.



Aposta per la formació

Mercadona és conscient que les persones que componen la seua plantilla són els principals responsables de l'èxit de la companyia i que el seu exemple, esforç i talent són indispensables per a poder, com és el seu objectiu, satisfer plenament "El Cap". Per això, inverteix en la seua formació per a millorar la seua capacitat i aprofitar les seues habilitats, i confirma any rere any que este esforç, a més, es tradueix en el desenvolupament d'un equip molt més qualificat, cohesionat i motivat.

La companyia manté esta filosofia des del primer moment, motiu pel qual la formació de les noves incorporacions s'inicia amb el Pla d'Acolliment el primer dia, on, a més de la benvinguda, s'aborda un pla de formació en Prevenció de Riscos Laborals i, a més, en Seguretat Alimentària.

El procés de formació inicial, que es du a terme durant els primers sis mesos després de la incorporació, no sols se cenyix a facilitar els coneixements necessaris per a desenvolupar el treball rutinari de cada lloc, sinó que inclou també mòduls específics per a explicar i aprofundir en els principis elementals de la seua cultura corporativa, del seu Model de Qualitat Total.

A més d'això, i al llarg de tota la vida laboral, les persones que formen part de la plantilla de Mercadona reben formació específica vinculada a la millora de processos o posada en marxa de noves eines, la qual cosa els permet mantindre's permanentment actualitzades; o de caràcter general, més transversal, en les quals transmeten els moviments duts a terme i els resultats aconseguits, la qual cosa facilita un alineament conjunt de la plantilla, i d'esta manera s'incrementa el seu orgull de



Treballadors durant un curs de formació de "Perrill al tall" en el centre de coinnovació de Lisboa.

pertinença. I en el cas que es necessite una especialització molt específica i concreta, recorre a servicis de capacitació externs.

En 2023, la companyia ha destinat un total de 111 milions d'euros a formació, la qual cosa s'ha traduït en 3,4 milions d'hores i en una clara optimització dels recursos personals i millora de les habilitats del conjunt de la plantilla. En este exercici s'ha finalitzat, a més, la implantació del Portal de Formació amb l'objectiu que la plantilla pugua accedir digitalment a continguts didàctics i completar-los de manera autònoma. Així, s'ha aconseguit formar més de 70.000 persones a través de 200.000 sessions.

A més, i gràcies a esta aposta per la formació, i a la vàlua i l'esforç de les persones que formen part de la seua plantilla, un total de 2.221 treballadores i treballadors han sigut promocionats a llocs de major responsabilitat a Espanya i Portugal, la qual cosa confirma, un any més, que el Projecte Mercadona és un projecte que aposta pel talent dels treballadors i en el qual les persones, a més, tenen oportunitats constants per a continuar creixent personalment i professionalment.

Activo2, plataforma de diàleg

Activo2, app interna de desenvolupament propi, s'ha continuat consolidant com una eina col·laborativa clau per a informar la plantilla de l'evolució de l'empresa a temps real, així com dels objectius que, a poc a poc, s'anaven aconseguint. En 2023, Activo2 ha registrat un total de 205 publicacions relacionades amb el dia a dia de la companyia i amb els canvis que s'anaven produint, i més de 300 exemples difosos. A més, s'han aconseguit més de 12 milions de visualitzacions, que han suscitat fins a 19.500 comentaris d'índole molt diversa, cosa que posa de manifest que este canal de comunicació interna és un canal viu, en ple procés de desenvolupament i que permet detectar, a través del diàleg, oportunitats de millora i posar-les en marxa amb més agilitat.

En este sentit, durant estos dotze mesos la companyia, per mitjà d'este canal, ha pogut implementar algunes millores, com per exemple la possibilitat per als treballadors de Portugal d'imprimir personalment certificats laborals que necessiten per a qualsevol classe de gestió administrativa; o, per al conjunt de treballadors de botigues i Ruscos, l'opció de sol·licitar les vacances a través d'esta plataforma.

<p>111 M€ invertits en formació</p>	<p>1.068 € inversió mitjana per treballador</p>
<p>3,4 milions hores en formació</p>	<p>2.221 persones promocionades</p>

Seguretat i salut en el treball

Vetlar per la salut i la seguretat de totes les persones que formen part del Projecte Mercadona és una responsabilitat prioritària per a la companyia i un compromís irrenunciable. Per això, any rere any es destinen importants recursos a afavorir la prevenció, a introduir avanços i canvis en els processos i a dotar el conjunt de la plantilla, independentment del seu lloc de treball específic o del seu acompliment concret, de més i millors mesures de seguretat laboral i ergonomia.

Pla de prevenció i servici mèdic



Mercadona disposa d'un Sistema de Prevenció propi compost per un equip de persones especialitzades que al llarg de l'any desenvolupa una labor de conscienciació contínua i transversal, tant a Espanya com a Portugal, centrada a definir com actuar per a evitar comportaments insegurs, detectar condicions de treball perilloses i procedir en situacions d'emergència.

A través d'este sistema, i gràcies a l'equip de dones i hòmens especialitzats en diferents responsabilitats mèdiques i tècniques que l'integren, Mercadona, d'una banda, aborda la prevenció dels accidents laborals i malalties professionals per mitjà d'accions preventives. I d'altra banda, millora estes condicions de treball amb la integració de la seguretat i la salut en la concepció dels llocs de treball, com ha passat per exemple, en 2023, amb la integració des del principi d'importants avanços en seguretat i ergonomia en el nou model de venda de la secció de pescateria.

Este servici de prevenció té el suport i l'assessoria d'experts externs en la matèria, com

els servicis de prevenció aliens de Quirón Prevención, Previs, Preving i Cualtis, que han contribuït en l'àmbit de la vigilància de la salut, de la formació, de la prescripció de criteris, del desenvolupament de nous processos i de la implementació de diferents protocols i iniciatives per a minimitzar els accidents de treball i les malalties professionals.

En 2023, Mercadona ha prestat atenció a la seua plantilla en esta matèria per mitjà del seu 3C (Call Center Consulta) integrat per 92 sanitaris, formats específicament per a poder donar resposta, 24 hores al dia i 7 dies a la setmana, a qualsevol consulta o tema relacionat amb la salut. Un equip que al llarg de l'any ha rebut un total de 391.677 consultes, amb una mitjana de 1.073 telefonades diàries. A més, Mercadona ha mantingut la vigilància de manera presencial gràcies al treball del seu servici mèdic, compost per 94 metges i metgesses que atenen cada dia els treballadors en els seus llocs, la qual cosa contribuïx igualment a detectar de manera precoç qualsevol possible problema de salut relacionat o no amb el seu acompliment.

79 avaluacions de riscos realitzades	29,42‰* d'incidència d'accidents de treball
44 dies de duració mitjana de la baixa	27,6 M€ d'inversió en prevenció de riscos laborals

* Índex d'incidència = nre. d'accidents amb baixa / per cada 1.000 treballadores i treballadors.

Oficines d'Albalat dels Sorells

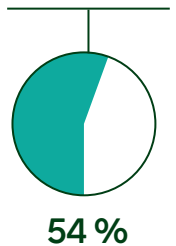
Després d'inaugurar en 2022 les noves oficines corporatives, situades a Albalat dels Sorells (València), amb l'arribada de 250 persones, durant l'any 2023 Mercadona ha continuat amb el trasllat de personal d'oficines a estes avantguardistes instal·lacions, el disseny de les quals és a càrrec de l'estudi ERRE Arquitectura.

De fet, al tancament de l'any, un total de 1.400 persones treballaven des d'este nou entorn laboral que fomenta la col·laboració i l'intercanvi de coneixement entre les diferents parts del procés, amb la qual cosa s'afavorix l'execució i l'agilitat en la presa de decisions.

Actualment, en l'última fase de desenvolupament, que culminarà en 2025 amb la construcció d'un nou centre de coinnovació, les noves oficines aposten també per l'eficiència i la sostenibilitat.

Amb esta finalitat disposen, per exemple, de patis enjardinats interns que contribuïxen a absorbir la contaminació i a produir oxigen, de 380 plaques fotovoltaïques i d'un sistema de gestió intel·ligent de l'edifici per a garantir l'ús eficient i racional dels recursos.

1.400
persones
treballant en
les oficines
d'Albalat dels
Sorells



Treballadores i treballadors de Mercadona en la nova plaça de l'Àgora de les oficines d'Albalat dels Sorells, València.

El Proveïdor

01

Un objectiu comú: encertar

02

Un model responsable

03

Xarxa logística

04

Exemples d'eficiència
i sostenibilitat





Crear un clima de **confianza mútua i lideratge compartit** amb els proveïdors i interproveïdors especialistes és el camí pel qual hem de transitar, combinant les nostres fortaleses, per a **avançar cap a Totaler Radical**

Paco, treballador del proveïdor Vicasol en un dels seus hivernacles a Almeria.

Un objectiu comú: encertar

Per a poder satisfer plenament “El Cap” amb un assortiment eficaç, de qualitat contundent i a un preu imbatible, Mercadona manté una col·laboració estreta i constant amb cada un dels proveïdors i interproveïdors especialistes. Una col·laboració basada en la confiança i en l'especialització en cada producte, que persegueix ser capaç d'oferir als clients la possibilitat d'encertar o, el que és el mateix, de disposar de la millor opció tant en qualitat com en preu per a cobrir qualsevol de les seues necessitats en matèria d'alimentació, beguda, higiene personal, manteniment de la llar i cura de les seues mascotes.

Estratègies en 2023

El proveïdor ocupa un lloc essencial en el procés de brutal transformació, amb els objectius clars de consolidar-se com a Totaler Radical i, a través d'un assortiment eficaç, ser capaç de satisfer “El Cap” sempre i de donar-li la possibilitat d'encertar. Per a continuar enfortint la seua relació amb els proveïdors i contribuir a consolidar un avantatge competitiu únic fonamentat en l'especialització, el lideratge compartit i la confiança, en 2023 ha decidit reorganitzar el seu departament de compres, que ara gestiona la relació amb els proveïdors i interproveïdors especialistes des de dos direccions generals.

D'esta manera, i després de cinc anys durant els quals s'ha treballat en col·laboració amb els proveïdors per a fer el salt de qualitat que el Model de Mercadona exigeix i per a continuar avançant cap a una cadena de subministrament àgil, eficient i sostenible que tant proveïdors com clients demanen, Mercadona disposa d'un equip cohesionat que està assumint la responsabilitat d'oferir la millor solució, amb una qualitat contundent, perquè “El Cap” pugua encertar sempre.

A més, Mercadona, fidel al seu compromís anunciat al març de 2022 de repercutir la caiguda dels costos als preus de venda al públic, ha abaixat al llarg de l'any el preu de 500 productes. En la majoria dels casos, esta mesura ha afectat aliments de consum diari com són els frescos, lactis, carns i productes de neteja, entre altres, i s'ha dut a terme sense alterar en cap cas la qualitat contundent i garantint la sostenibilitat del conjunt de la cadena. Així mateix, l'esforç que s'ha fet ha permés generar un estalvi superior als 250 milions d'euros en 2023, any en què el marge comercial de la companyia ha caigut un

punt, dada que evidencia l'esforç que la companyia du a terme des de 2020 per a esmoreir en la mesura que siga possible l'impacte de la inflació en la cistella de la compra.

Mercadona ha col·laborat amb proveïdors i interproveïdors especialistes per a continuar millorant el seu assortiment eliminant productes que no aportaven valor. I també, millorant la qualitat d'alguns ja assentats, com la melmelada de bresquilla del proveïdor Alcornia i la de maduixa, fabricada per Iberfruta, que han augmentat la quantitat de fruita i han millorat el sabor; o el formatge provolone, fabricat per l'especialista Latteria Soresina, que ha guanyat qualitat en la textura i en el sabor. I fins i tot recuperant algunes referències que “El Cap” trobava a faltar perquè cap altra responia millor a les seues necessitats com la beguda de soja amb sabor de café sense sucres afegits del proveïdor Gelasa o el netejador d'olles i cassoles de l'especialista SPB.

Mercadona agràix a Guillermo Pérez, Teresa Pol, Francis Alonso i Marga Santos, anteriorment directors generals de compres, la seua dedicació al llarg de tots estos anys, perquè han sigut, continuen sent i seran peces fonamentals en este procés de transició

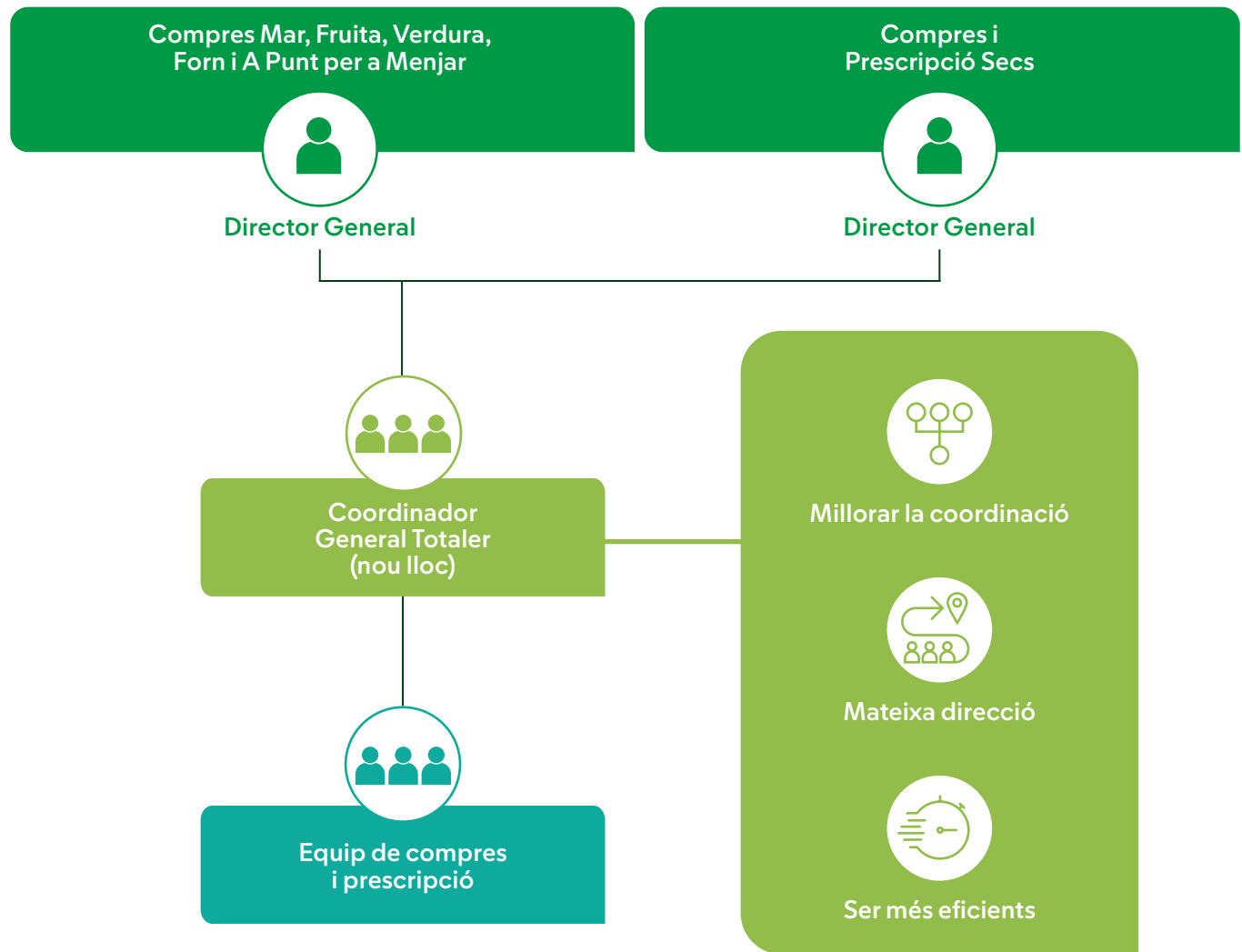
Reorganització del departament de compres

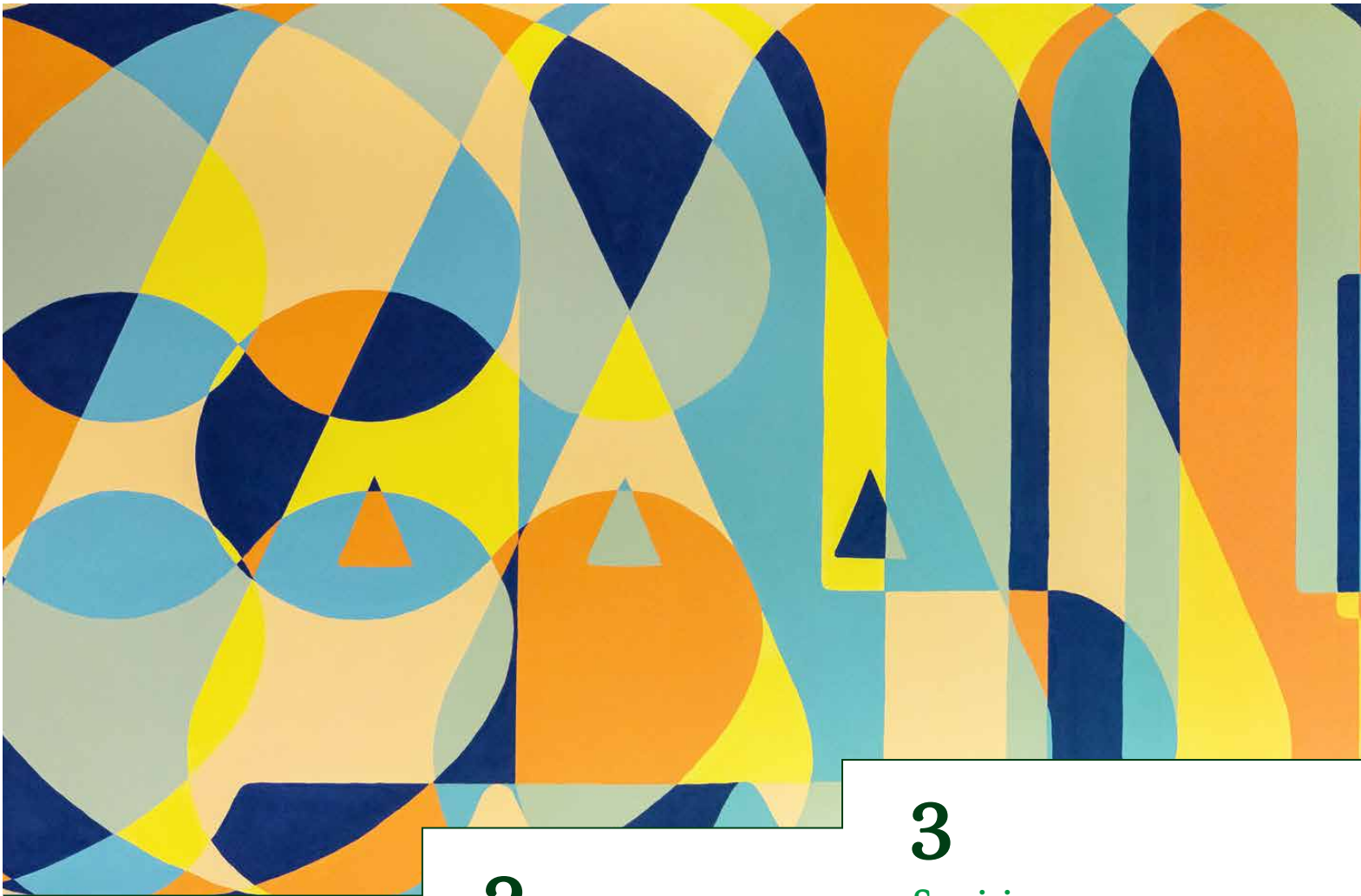
DE 7 DIRECCIONS GENERALS



A 2 DIRECCIONS GENERALS

PER A GUANYAR AGILITAT I ORGANITZAR-NOS INTERNAMENT I AMB ELS PROVEÏDORS





1

Assortiment

Eficient per a garantir a “El Cap” encertat, sempre

2

Qualitat

*Tot producte ha de garantir **qualitat contundent amb seguretat alimentària**, sempre*

3

Servici

*Garantir a “El Cap” **tindre sempre el producte que necessita***

OBJECTIU





4

Preu

*Assegurar en cada producte sempre un **preu imbatible***

5

Rendibilitat

***Guanyar - Guanyar** per a Mercadona i el Proveïdor*

6

Millora contínua

*Treball constant per a continuar revisant, continuar millorant i potenciar sempre el creixement d'una manera **socialment responsable***

3.000

proveïdors i interproveïdors especialistes de producte

TOTALER RADICAL

Productes Totaler

Avançar cap a Totaler Radical amb els proveïdors i interproveïdors especialistes, en què *radical* significa fer-ho sempre per a tindre un **Assortiment Eficaç** amb una **qualitat contundent**

Mural dels artistes Miguel Fons i Yasmina Olivas (Bandàliks) premiat per la Fundació Hortensia Herrero i Mercadona, situat en les oficines d'Albalat dels Sorells, València.

Un model responsable

Mercadona manté amb els proveïdors i interproveïdors especialistes un model de relació responsable. Per això, no sols centra el seu interès en la qualitat contundent, la seguretat alimentària i el preu imbatible. També situa en el mateix nivell d'exigència l'ètica en la seua activitat, la qual cosa implica mantindre uns criteris de producció sostenibles, orientats cap a la responsabilitat social i ambiental, un compromís total amb la defensa dels drets humans, una aposta per les bones pràctiques en l'àmbit del benestar animal, la pesca i l'agricultura sostenibles, i unes estratègies comunes que persegueixen el creixement compartit i la generació de valor per a la societat.

Drets humans i bones pràctiques



*Pautes de
Conducta Ètica
per a Proveïdors*

Mercadona manté un ferm compromís amb el respecte als drets humans al llarg de tota la seua cadena de valor. Conscient dels possibles impactes que pot generar la seua activitat, assumix com a responsabilitat l'aposta per garantir un treball digne, lliure de discriminació i d'exploació en totes les anelles de la seua cadena de valor.

Fruit d'este compromís, la companyia exigeix el compliment d'unes Pautes de Conducta Ètica per a Proveïdors, que compartix amb tots els proveïdors amb els quals col·labora. Estes pautes estan alineades amb els principis del Pacte Mundial de les Nacions Unides i amb els Convenis de l'Organització Internacional del Treball (OIT) i es tradueixen en l'exigència d'un ferm compromís en matèria de drets humans i ètica laboral, seguretat i higiene en el treball, medi ambient i sostenibilitat, així com la promoció de la igualtat en qualsevol país en què opere. En cas d'incompliment, Mercadona es reserva el dret de finalitzar la relació comercial de manera immediata, prèvia comunicació per escrit al proveïdor.

Així mateix, Mercadona treballa en una estratègia global per a continuar avançant en el coneixement, prevenció, mitigació i resposta davant dels riscos i els impactes de drets humans sobre la seua cadena de valor.

En este àmbit cal destacar, a més, l'adhesió de la companyia, des de fa anys, al Codi de Bones Pràctiques Mercantils en la Contractació Alimentària. Per mitjà d'este acord vo-

luntari impulsat pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (MAPA), que s'emmarca en la Llei de Mesures per a Millorar el Funcionament de la Cadena Alimentària a Espanya, Mercadona reforça el seu compromís amb la introducció i consolidació de pràctiques comercials justes en el sector agroalimentari, objectiu per al qual col·labora amb nombroses associacions del conjunt de la cadena agroalimentària en este país.

Des de 2019, a més, Mercadona manté a Portugal un compromís similar, en este cas a través del Codi de Bones Pràctiques en la Cadena Agroalimentària, del qual és firmant. Gràcies a això, col·labora amb la resta de participants per a introduir millores en la relació comercial entre els agents econòmics, objectiu clau per a assegurar un equilibri i cooperació desitjables entre les diferents parts implicades, no només en defensa dels seus interessos, sinó també en defensa dels consumidors.

Benestar animal

Mercadona disposa d'una Política de Benestar Animal que es fonamenta en els principis de l'Organització Mundial de Sanitat Animal (OIE) sobre benestar animal, amb la qual pretén garantir el compliment de les "cinc llibertats fonamentals" dels drets dels animals: lliures de set, fam i malnutrició; d'estrés físic o tèrmic; de por o angoixes; per a expressar pautes normals de comportament; i de dolor, lesions o malalties.

Dins d'este marc d'actuació, des de fa anys la companyia, tant a través de Mercadona com d'Irmãdona, garantix que tota la seua carn fresca, ous i llet procedix de proveïdors certificats en estàndards reconeguts i avalats de benestar animal, tant en la fase de granja com durant el transport i posterior sacrifici.

Mercadona, a més, treballa per a introduir millores constants en este àmbit, com, per exemple, el compromís datat per a 2025 amb el qual aconseguirà que el 100 % dels ous frescos siga de gallines lliures de gàbies criades en sistemes no combinats. Un pas més en una política sostenible amb la qual actualment ja és capaç d'oferir referències d'ous de gallines lliures de gàbia, concretament de corral i criades a terra, en tota la cadena.

El compromís amb el benestar animal que manté Mercadona es veu recolzat igualment per la responsabilitat que en este sentit assumeixen els seus proveïdors. En el cas dels de carn i de llet, fa anys que estan involucrats en els Plans Nacionals de Resistència d'Antibiòtics (PRAN) impulsats per l'Agència Espanyola del Medicament i pel Ministeri de Sanitat; mentres que els proveïdors amb centres de sacrifici disposen de sistemes de gravació i emmagatzematge d'imatges en les seues instal·lacions amb la finalitat d'assegurar les bones pràctiques. A més, els proveïdors de cosmètics de marca Deliplus també promouen el benestar animal, la qual cosa, aplicat a la seua activitat, es tradueix en diferents mesures, com garantir que cap dels seus productes s'haja testat en animals.



*Política de
Benestar
Animal*



Vaques pasturant en un dels prats del proveïdor Covap a Pozoblanco, Còrdova.

Agricultura sostenible



Mercadona disposa d'un sistema de gestió responsable de l'agricultura basat en una major sostenibilitat i cura del medi ambient, i també en la consecució d'una economia circular rendible. Conscient que l'agricultura sostenible és una demanda ètica, social, econòmica i mediambiental irrenunciable, col·labora estretament amb els proveïdors d'este sector no sols per a garantir la seguretat alimentària en estos productes, sinó, a més, per a promoure ecosistemes saludables i donar suport a la gestió sostenible de la terra, de l'aigua i dels recursos naturals.

D'esta manera, i amb l'objectiu de millorar la sostenibilitat dels productes agrícoles que ofereix als clients en els seus supermercats,

el sistema de gestió responsable de l'agricultura de Mercadona està alineat amb els requisits normatius europeus que promouen processos de fabricació eficients i contrastats per mitjà de sistemes de certificació reconeguts internacionalment.

Gràcies a esta defensa de la sostenibilitat, la cadena agroalimentària de Mercadona s'enforteix any rere any en el sector agrícola tant a Espanya com a Portugal, amb iniciatives concretes que han demostrat ser garantia de futur. És el cas, per exemple, de Surfruit, que col·labora des de 2021 amb la companyia. La seua aposta per la qualitat i el seu compromís amb el respecte al medi ambient, a través del desenvolupament d'un pla integral de sostenibilitat avalat per les



Vinya del proveïdor Sociedade dos Vinhos Borges a Felgueiras, Porto.

principals certificacions en el seu segment, de les quals disposa ja, han convertit este proveïdor en un operador estratègic molt important per a l'evolució del pomelo i de l'alvocat a Espanya, amb l'ambició objectiu d'arribar a convertir-se en el principal productor d'esta fruita de tota Europa.

En el cas de Portugal, destaca, per exemple, el treball realitzat pel proveïdor Vinhos Borges, que produïx cinc vins exclusius per a l'assortiment de vins de la companyia: Castelo de Moinhos Vinho Verde i Vins Espumosos Secs, Semisechs, Brut i Rosats. Des de 2019, any en què va començar a col·laborar amb Mercadona, este fabricant especialista amb seu a Felgueiras (Porto) no ha parat de créixer. I amb això, no sols està donant l'oportunitat als "Chefes" de disfrutar d'una varietat de vins frescos i vibrants que es consumixen principalment durant les èpoques caloroses de l'any, sinó que, gràcies a la relació basada en el llarg termini, s'està convertint també en un motor social i econòmic de les regions portugueses en les quals està present, ja que té associacions amb desenes d'agricultors locals als quals, en virtut d'un model d'estabilitat i compromís, adquireix el raïm per a la producció dels seus vins.

Pesca sostenible

Mercadona és sòcia del Pacte Mundial de l'Organització de les Nacions Unides des de 2011 i treballa per a contribuir als Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) que impacten en la seua activitat. En el cas de la pesca, i conscient de com el canvi climàtic afecta la biodiversitat i els oceans, fomenta des de fa anys la sostenibilitat tant en l'àmbit de la pesca extractiva com en el de l'aqüicultura, la qual cosa es tradueix en una col·laboració estreta i directa amb els proveïdors i interpro-

veïdors especialistes per a garantir el compliment de la legislació vigent i de la Política de Compra de Productes de la Pesca (PCPP).

En este sentit, impulsa nombroses mesures de caràcter sostenible, com, per exemple, l'establiment d'un sistema de monitoratge de la traçabilitat des del punt de captura fins a la seua venda o la creació de protocols de mesures de control que respecten talles mínimes, parades biològiques i vedes. A més, Mercadona fomenta productes d'aqüicultura sostenible a través d'estàndards de bones pràctiques reconeguts internacionalment, la qual cosa implica, entre altres factors, l'eliminació del seu assortiment d'espècies amenaçades, en perill d'extinció o provinents d'ecosistemes seriosament amenaçats.

Un exemple clar del seu compromís amb la pesca sostenible és la col·laboració que Mercadona manté amb el proveïdor Ecuris i amb la International Seafood Sustainability Foundation (ISSF), amb la qual es garanteix la total procedència de la tonyina en conserva Hacendado de caladors responsables i sostenibles. Així mateix, i gràcies al treball desenvolupat amb l'especialista Leroy Seafood, la companyia garanteix que el salmó fresc que es ven en la seua secció de pescateria prové de piscifactories que han sigut certificades en seguretat alimentària, medi ambient i benestar animal.

En este sentit, també Mercadona aposta per la sostenibilitat de la pesca, tal com demostra el fet de continuar adherida, des de 2022, a la iniciativa "Comprovant compra en llotja". Creat en 2010 per Docapesca, este projecte promou la implementació de mesures que propicien una retribució més justa al pescador i, paral·lelament, una alimentació saludable amb productes frescos i de proximitat.



*Política de Compra
de Productes
de la Pesca*



Creixement compartit

El Projecte Mercadona és una realitat que any rere any genera importants retorns per a tota la cadena de muntatge, per al conjunt de la societat i, sobretot, per a aquells entorns en els quals desenvolupa la seua activitat i té presència directa.

Una realitat que, en allò que fa referència al proveïdor, s'ha traduït en la consolidació d'un ecosistema que és motor de creixement i desenvolupament, i en la creació i l'impuls d'un potent clúster industrial de referència en el sector de la distribució generalista: un ecosistema emprenedor en el qual la qualitat i la seguretat alimentària són factors indispensables; que aposta per la innovació i l'intercanvi de coneixement com a motors de transformació i creixement; que desenvolupa la seua activitat d'una manera sostenible i compromesa mediambientalment; i que està centrat en el fet d'oferir la millor solució a "El Cap" perquè puga encertar sempre.

I tot això, a més, mantenint una filosofia de treball col·laborativa basada en relacions de confiança i que s'orienta cap al creixement conjunt, en un entorn en el qual totes les anelles de la cadena ixen sempre guanyant.

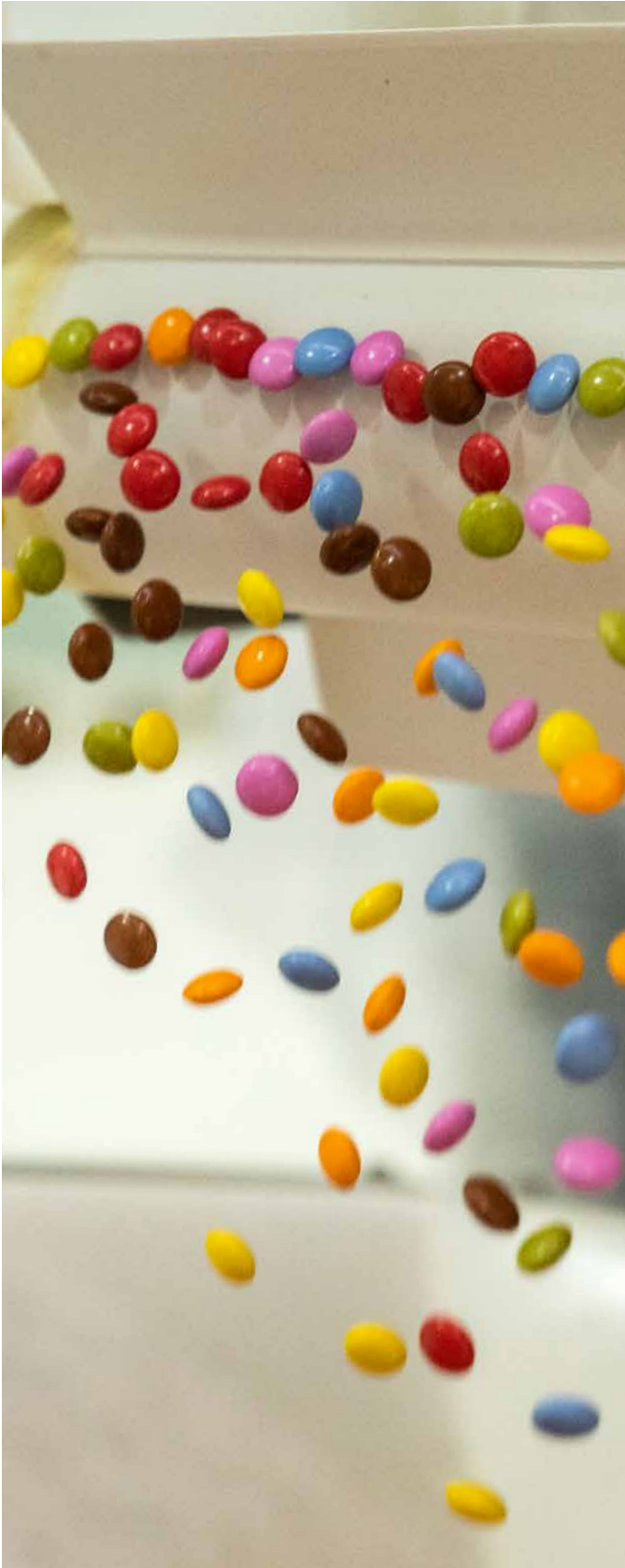
En este context, en 2023 Mercadona ha col·laborat amb 3.000 proveïdors de producte i més de 14.000 proveïdors no comercials i de servicis, entre els quals es troben 350 transportistes. Gràcies a la col·laboració i els compromisos adquirits entre tots, s'ha aconseguit continuar impulsant un projecte que continua creixent, que aposta pel llarg termini i que durant estos dotze mesos ha generat un volum total de compres a Espanya i Portugal de

28.320 milions d'euros, 27.142 a proveïdors espanyols i 1.178 a portuguesos, xifra global que suposa un augment del 22 % respecte a 2022.

La companyia, paral·lelament, i amb l'objectiu de disposar sempre de la millor opció per als seus "Caps", té presència en 13 països, a més d'Espanya i Portugal, en els quals, 37 persones, des de l'origen, treballen amb els millors proveïdors i interproveïdors especialistes per a reforçar l'assortiment i el servici de Mercadona.

Igualment, manté oberta una delegació permanent a Brusselles, la qual cosa li permet tindre una major visibilitat i poder compartir i explicar millor davant de les institucions europees, i en primera persona, tant el seu model de negoci com la seua manera diferencial d'entendre la distribució.

Mercadona ha augmentat un 22 % el volum de compres fetes als proveïdors amb els quals col·labora, i ha arribat als 28.320 milions d'euros



“Pintarolas” del proveïdor Imperial en la seua fàbrica a Vila do Conde, Porto.



Línia de producció del proveïdor Huevos Guillén en el seu centre de classificació i envasament de Perales del Alfambra, Terol.

Xarxa logística

Mercadona disposa d'una xarxa logística eficient d'1,4 milions de metres quadrats repartits entre 17 blocs logístics, un en construcció a Almeirim (Santarém), 2 magatzems satèl·lit, 2 magatzems reguladors i 1 magatzem de material. A través d'esta xarxa, proveïx els 1.681 supermercats que té la companyia (1.632 a Espanya i 49 a Portugal), gràcies a la implicació i el treball d'un equip de més de 13.000 persones, l'especialització i la professionalitat de les quals són indispensables per a poder garantir diàriament l'eficiència i estabilitat de la cadena de subministrament.

17
blocs
logístics
(1 en construcció)

1,4
milions
de metres
quadrats

La companyia, conscient de l'impacte que genera una activitat logística de tant de volum i capillaritat com la que realitza, manté un compromís constant amb l'eficiència i la sostenibilitat. Això implica buscar constantment mesures que prioritzen l'optimització i que minimitzen el consum de recursos. Esta labor, al seu torn, es tradueix en la posada en marxa de mesures pioneres d'economia circular, la incorporació de nous processos d'automatització, l'assaig i aplicació d'iniciatives "verdes" o l'estreta col·laboració amb els proveïdors logístics per a impulsar estratègies que permeten conjugar l'eficiència amb el respecte mediambiental i la convivència amb els veïns.

Per a poder abordar tots estos reptes, Mercadona destina any rere any importants recursos a la modernització de la seua xarxa logística. En 2023, en concret, ha invertit un total de 276 milions d'euros, que s'han destinat tant a la dotació d'equipaments com a la incorporació de millores o a l'adquisició de terrenys.

Així, per exemple, durant estos dotze mesos el major esforç inversor s'ha realitzat en el bloc logístic d'Almeirim, actiu situat en el districte portugués de Santarém, en una parcel·la de més de 440.000 metres quadrats, i al qual s'han destinat 155 milions d'euros. Gràcies a això, s'ha continuat avançant, juntament amb els 25 proveïdors especialistes portuguesos involucrats en el projecte, en la construcció dels magatzems de secs, refrigerat, peribles, congelat i dels edificis destinats a servicis generals i oficines.

Així mateix, la companyia ha dut a terme importants avanços en el bloc de Guadix, a Gra-

nada, on després d'invertir 24,8 milions d'euros en 2023 ha continuat les obres de la nau per a productes refrigerats, iniciades en 2022. De la inversió, destaca la instal·lació de 30.000 metres quadrats de plaques fotovoltaïques amb 4,3 MW de potència, xifra que ha suposat un estalvi del 25 % del consum elèctric d'este bloc logístic i una reducció de les emissions de CO₂ de 680 tones.

Un altre bloc logístic que ha experimentat millores al llarg de l'any ha sigut el de Vitòria, en el qual s'han invertit 4 milions d'euros en l'ampliació de la nau de peix. D'altra banda, el desplegament de fotovoltaïca s'està fent en gran part dels blocs logístics des de 2023. En concret, a les províncies de Barcelona, Sevilla, València, Saragossa, Lleó i Vitòria.

Dins de l'estratègia de transformació digital de Mercadona, es du a terme l'actualització dels programes de gestió logística de tots els magatzems i s'han renovat els equips físics dels blocs logístics d'Antequera (Màlaga) i Huévar (Sevilla). Estes accions han suposat una inversió d'1,4 milions d'euros i contribueixen a evitar l'obsolescència en l'àmbit informàtic.

D'altra banda, cal recordar la labor realitzada per les treballadores i treballadors del bloc logístic de Riba-roja de Túria (València), en les instal·lacions del qual es va produir un incendi el mes de juliol passat. A pesar de la gravetat del sinistre, al qual es van haver de mobilitzar diversos efectius, de set dotacions del Consorci Provincial de Bombers i de tres unitats de comandaments, es va aconseguir controlar el foc i dur a terme les labors de vigilància pertinents per a evitar que es propagara, i d'esta

manera es va permetre que les naus annexes es pogueren mantindre actives. La companyia agraix l'esforç i la dedicació tant dels cossos de bombers i de seguretat com de l'equip de salut laboral de la companyia, atés que la seua professionalitat i àgil resposta van permetre abordar una ràpida evacuació de tots els treballadors, amb la qual cosa es van evitar danys personals. Gràcies a l'esforç de tota la plantilla d'este magatzem i al de tota la cadena de muntatge implicada, es va aconseguir minimitzar l'impacte en els "Caps".

Mercadona ha invertit en 2023 un total de 276 milions d'euros en actuacions, equipament i adquisició de terrenys per als seus magatzems



El compromís de totes les persones del bloc logístic de Riba-roja de Túria, a València, va permetre minimitzar l'impacte de l'incendi en el magatzem de secs del passat 5 de juliol de 2023.



- 1 RIBA-ROJA DE TÚRIA, València
- 2 ANTEQUERA, Màlaga
- 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 Canària (Las Palmas)
- 9 VILLADANGOS DEL PÁRAMO, Lleó
- 10 SARAGOSSA (Saragossa)
- 11 GUADIX, Granada
- 12 ABRERA, Barcelona
- 13 VITÒRIA, Àlaba
- 14 PÓVOA DE VARZIM, Porto
- 15 GETAFE, Madrid

- 16 PARC SAGUNT, València
- 17 ALMEIRIM, Santarém (en construcció)
- A1 MERCAPALMA, Palma (Illes Balears)
- A2 FUERTEVENTURA, Fuerteventura (Las Palmas)
- R1 RIBA-ROJA DE TÚRIA REGULADOR, València
- R2 SANT ESTEVE REGULADOR, Barcelona
- AM MAGATZEM MATERIAL RIBA-ROJA DE TÚRIA, València

RUSCOS (magatzem online)

- VALÈNCIA
- BARCELONA
- MADRID
- ALACANT
- SEVILLA
- BOADILLA DEL MONTE, Madrid



Vista aèria del bloc logístic d'Almeirim, Santarém, en construcció.

Exemples d'eficiència i sostenibilitat

En la seua aposta per l'eficiència i la sostenibilitat, Mercadona col·labora estretament amb tots els seus proveïdors i interproveïdors especialistes per a buscar fórmules que permeten reduir tant com siga possible l'impacte de la seua activitat, a través d'iniciatives basades en la



Blocs logístics

Gràcies a la inversió per a optimitzar la xarxa logística s'ha reduït l'estoc en dos dies.

Línia d'higiene per a bebés

Eliminació de l'anella de seguretat, que ha suposat un estalvi d'1,6 tones de plàstic a l'any.



Terrines de gelat

Substitució de les tapes de plàstic per tapes de cartó, moviment que ha suposat un estalvi de 90 tones de plàstic.

Paper higiènic

S'ha incorporat plàstic reciclat en el film agrupador, la qual cosa ha permés estalviar 421 tones anuals de plàstic verge.



filosofia de “produir més amb menys recursos”. Això implica un treball constant en l’optimització de processos i l’aprofitament de les capacitats per a generar, en les diferents àrees, la major eficiència.

Cítrics i fruita de pinyol

El proveïdor especialista Martinavarro ha desenvolupat un nou sistema de reaprofitament d’aigua amb el qual ha aconseguit estalviar un 11 % de consum d’aigua.



Combinat de fruita seca, fruita dessecada i llavors de carabassa

S’ha passat d’un envàs en format pot a format bossa, que suposa un estalvi de 56 tones de plàstic anuals.

Gelatines

S’ha reduït la grandària de les caixes de tota la gamma de productes, amb la qual cosa es disminueix el volum de cartó en 19 tones.



Pot de xiclets

Ajust de la grandària del pot al contingut del producte, amb la qual cosa s’ha aconseguit reduir 30 tones de plàstic a l’any i 1 camió a la setmana en el procés de transport del producte.

La Societat

01

Gestió mediambiental

02

Compromisos amb la societat

03

Reconeixements





Mercadona s'implica amb La Societat per a crear i construir un model de negoci que incremente **l'impacte positiu** en l'entorn i en el planeta. Només així la societat valorarà la necessitat de **tindre cada dia més i millors empreses**

Entrada del supermercat de Baena, Còrdova.

Gestió mediambiental

Mercadona considera el medi ambient com un subcomponent més dins del seu model empresarial i realitza, a través del seu Sistema de Gestió Ambiental, esforços constants per a optimitzar l'ús dels recursos naturals i reduir al mínim l'impacte que la seua activitat genera en els diferents entorns en els quals té presència. Gràcies al treball d'un equip format per uns 50 professionals en el qual, a més, està implicada de manera transversal la resta de l'empresa, té identificats i analitzats els seus possibles focus de risc i centra els esforços a minimitzar les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle, el consum d'aigua, l'abocament d'aigües residuals, la generació de residus i el consum de matèries primeres. Igualment, continua avançant en la implantació de sistemes de prevenció i gestió d'estos impactes per a aconseguir el compromís de “continuar donant el sí a cuidar el planeta”, en línia amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) promoguts per l'Organització de les Nacions Unides (ONU).

Contaminació i canvi climàtic



En 2023 Mercadona ha realitzat el càlcul de la seua petjada de carboni segons l'estàndard ISO 14064. Així, ha aconseguit certificar una reducció d'emissions del 38 % des de 2015 fins a 2022, tant per a les emissions i remocions directes de gasos d'efecte d'hivernacle com per a les emissions indirectes per energia importada. Així, i al mateix temps que la companyia incrementava la seua activitat durant estos dotze mesos, amb un creixement del 5 % en *quilitres*, ha continuat treballant per a minimitzar el seu impacte, que en el cas de les emissions s'ha traduït en una reducció neta de l'1 % respecte a l'any anterior.

Per a tot això, la companyia ha treballat en diferents àmbits, com en la reducció de la fuga de gasos refrigerants a l'atmosfera, de les emissions derivades del transport de mercaderies o de les del consum d'electricitat. Per al primer dels casos, per exemple, ha treballat durant els últims anys per a implantar sistemes de fred industrial en botigues amb tecnologies basades en gasos refrigerants respectuosos amb el medi ambient, principalment basats en CO₂-transcrític, i mesures de detecció de fugues, que en conjunt han propiciat des de 2015 una reducció de 226.055 tCO₂e.

Per la seua part, en el cas de la reducció de les emissions derivades del transport, Mercadona

ha continuat apostant per “transportar més amb menys recursos”. Per a aconseguir-ho, la flota contractada està composta al 100 % per models EUROVI, més respectuosos amb el medi ambient.

En concret, la companyia té contractada una flota per a la distribució a botigues i càrrega en proveïdors que, en 2023, estava formada per 4 camions elèctrics i 99 camions de gas, dels quals 81 són de gas natural líquid i els altres 18, de gas natural comprimit. Igualment, té el suport de 8 bitràilers i 40 megatràilers, i el de les 11.500 càrregues que durant estos dotze mesos s'han fet amb tren, la qual cosa ha contribuït, sens dubte, a disminuir les emissions. A més, la flota pròpia de furgonetes de repartiment de les comandes *online* i telecompria, disponibles a Espanya, és de furgonetes bicombustible, amb la qual cosa es reduïx el consum de combustible, i disposa també d'un total de 383 furgonetes microhíbrides.

Totes estes mesures han permés a la companyia continuar avançant en el Pla d'Acció Lean&Green Espanya, amb resultats concrets que indiquen que s'han deixat d'emetre un total de 173.934 de tones de CO₂e des de l'any 2015. Igualment, a Portugal està adherida al projecte de la Descarbonització del Sector de la Distribució, iniciativa desenvolupada per l'APED.

Per al tercer pilar, el de la reducció del consum d'electricitat, Mercadona ha continuat impul-

sant iniciatives d'estalvi, com per exemple les derivades de la seua aposta pel Model de Botiga Eficient (Botiga 8), que incorpora nombroses mesures d'eficiència energètica, tant a través dels sistemes de refrigeració usats, molt més eficients, com per l'estandardització de la il·luminació LED, mesura que s'ha implementat també en els blocs logístics, o per la gestió intel·ligent dels consums i les millores en l'aïllament dels edificis. A més, durant estos dotze mesos, ha continuat apostant per les energies renovables, la qual cosa li ha permés evitar en l'últim any l'emissió a l'atmosfera de 267.947 tCO₂e.

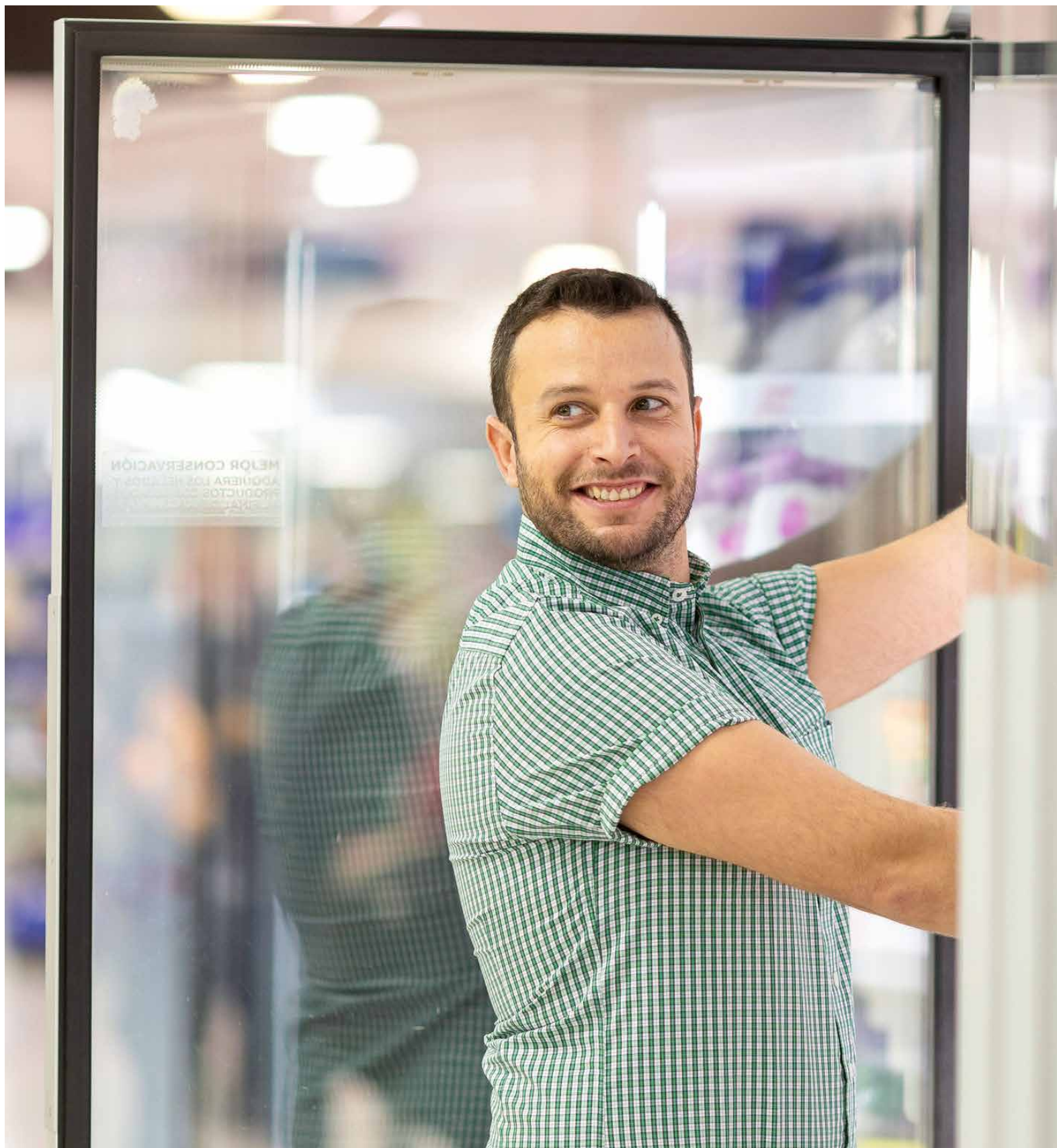
En la seua aposta per la protecció i el respecte al medi ambient, Mercadona està immersa

en el desenvolupament del segon pla d'emissions, que s'emmarca en l'estratègia cap a la descarbonització dels processos de la companyia fixada per a 2050. Després d'aconseguir una reducció del 38 % en 2023 des de l'any 2015, té com a meta aconseguir un 30 % addicional en processos propis l'any 2030 a través de diferents iniciatives, com la instal·lació de plaques fotovoltaïques en botigues, mesures d'eficiència energètica en les instal·lacions, l'eliminació progressiva dels HFC com a refrigerants fins a la instal·lació de sistemes de generació de fred per CO₂ transcrític, la gestió intel·ligent de la flota de transport o la compra d'energia verda en els contractes de subministrament elèctric.

<p>99 camions propulsats a gas</p>	<p>4 camions elèctrics</p>	<p>11.500 càrregues fetes amb tren</p>
---	---	---



Detall d'un camió elèctric del proveïdor Disfrimur.



Javier, treballador del supermercat de Paseo de las Delicias a Madrid.

2022*	2023**
Emissions totals (tones de CO ₂)	
763.542	761.592
Variació anual d'emissions (tones de CO ₂)	
6.277	-1.950
Intensitat de les emissions (tCO ₂ e/Mil. de QLT venda)	
58,88	55,89
Emissions per fugues de gasos fluorats (tCO ₂ e/Mil. de QLT venda)	
11,87	10,58
Emissions directes per transport de mercaderies (KgCO ₂ e/m ³ servit a la botiga)	
7,26	7,37
Emissions de substàncies que esgoten l'ozó	
La companyia no utilitza substàncies que esgoten l'ozó	

* Dades 2022 verificades amb la norma ISO14064.

** Dades 2023 provisionals, pendents de verificar.




AENOR
Confía

Certificado Huella de Carbono



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

para las actividades: **Genera unas emisiones totales de 7.800.993 tCO₂-eq (Emisiones directas: 462.904 tCO₂eq; emisiones indirectas: 7.338.089 tCO₂-eq).**

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

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

PERIODO CALCULADO: 2022

CONFORME AL: Informe de Emisiones Verificado del periodo 2022 y la Declaración de Verificación de AENOR

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

Emisión: 2023-09-12


 Rafael GARCIA MEIRO
CEO


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

Certificat del càlcul de la petjada de carboni de Mercadona de l'any 2022 emès per AENOR.

Economia circular



*Més informació
sobre medi ambient*

Mercadona fa importants esforços per a impulsar un model de gestió basat en la producció i el consum responsables, que passa per l'optimització dels processos, maximitzant el valor dels productes, materials i recursos, amb l'objectiu de poder mantindre'ls en el circuit de l'economia durant el major temps possible i garantir-ne així el màxim aprofitament. Igualment, persegueix reduir la generació de residus sempre que siga possible. Quan no és possible, busca solucions diferencials i innovadores que permeten recuperar-los i tornar a introduir-los en el cicle productiu.

La companyia aplica les diferents estratègies d'economia circular tenint en compte la viabilitat i l'especificitat per a cada flux de materials rellevant: desaprofitament alimentari, envasos (domèstics i comercials) i residus en general.

Donat el volum de la seua activitat, Mercadona té estratègies per a reduir el desaprofitament alimentari, que s'han traduït en el fet que el 99,5 % volum total del producte d'alimentació en 2023 s'haja aprofitat. Per a aconseguir-ho, la companyia desenvolupa iniciatives de sensibilització i de formació per a treballadors i clients, en el primer cas, amb formació específica en manipulació durant els processos interns i, en el segon, per mitjà de la difusió en canals de comunicació propis de receptes per al millor aprofitament del menjar.

En el mateix sentit, destaca també el compromís que Mercadona manté amb el projecte coordinat per AECOC "L'alimentació no té desaprofitament, aprofita-la", en el qual participa des que es va posar en marxa l'any 2012, en col·laboració amb més de 500 empreses; o la implicació, des de la primera edició, en la "Setmana contra el desaprofitament alimentari", que també lidera AECOC i que servix per a conscienciar de la importància dels aliments i de la necessitat d'aprofitar-los al màxim. De la mateixa manera, a Portugal, la companyia ha

col·laborat en la campanya de sensibilització i conscienciació per a evitar el desaprofitament alimentari del "Movimento Unidos Contra o Desperdício", al qual l'empresa està adherida des que es va crear, en 2020.

A més, i en el marc de la prevenció, cal destacar l'aportació de la política comercial SPB (Sempre Preus Baixos) de la companyia, que garantix el carro de la compra amb la major qualitat al menor preu possible, però sense ofertes ni promocions, amb la qual cosa es fomenta el consum responsable i s'evita que els "Caps" compren més del que necessiten i ho emmagatzemen.

Al mateix temps, Mercadona impulsa la modulació de les comandes diàries per part de les botigues als blocs logístics en funció de la previsió de venda; l'ajust de preus als productes amb data de caducitat pròxima, sobretot en les seccions de peribles; la donació diària dels excedents de productes no venuts, però que són aptes per al consum, en col·laboració amb més de 760 entitats socials tant a Espanya com a Portugal; o l'entrega de productes no aptes per al consum humà a gestors autoritzats per a transformar-los en ingredients d'aliments destinats a menjar d'animals de companyia.

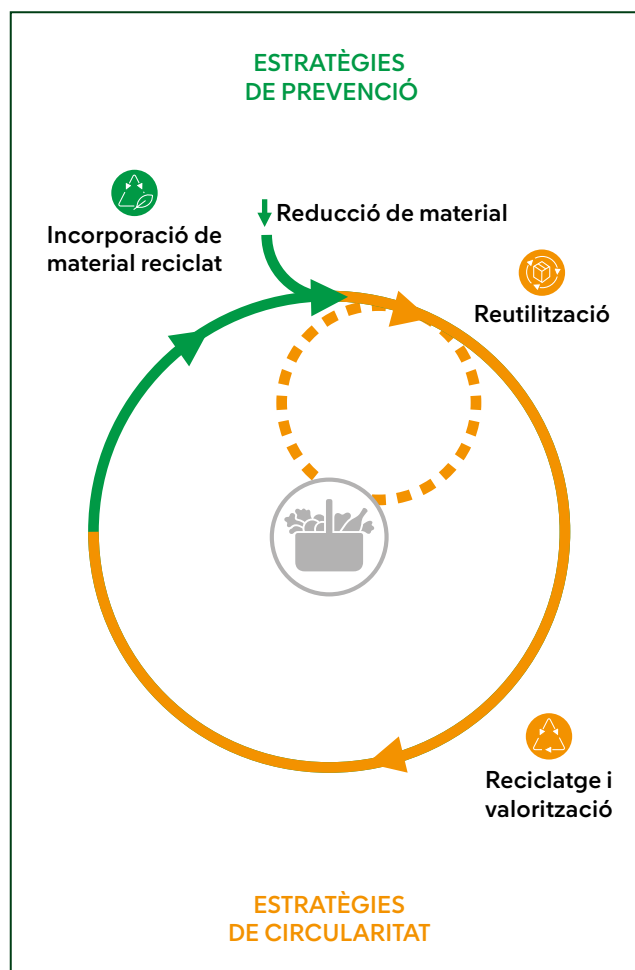
En el marc de l'optimització del consum dels envasos, Mercadona du a terme la separació dels envasos comercials i dels seus residus, tant en botigues com en magatzems. Estos materials, una vegada segregats i convenientment embalats, són transportats per logística inversa fins als magatzems i plataformes logístiques de la companyia per a ser compactats i entregats a recicladors. D'esta manera, s'aconsegueix que el film plàstic torne a ser introduït en la cadena, per exemple, en les bosses posades a la disposició dels clients de Mercadona per a transportar la compra, i el cartó reciclat s'incorpora en els processos de fabricació de nous envasos.

Això contribuïx al fet que el 77 % dels envasos comercials d'un sol ús continga material reciclat.

Igualment, la companyia aposta per la reutilització d'esta classe d'envasos a través de diversos processos. Com és el cas de les caixes del proveïdor Logifruit, que tenen una vida mitjana estimada de huit anys, la qual cosa es tradueix en la reutilització de cada caixa fins a 120 vegades.

Respecte als envasos domèstics, aquells que s'utilitzen i consumixen en domicilis particulars, Mercadona assumix la seua Responsabilitat Ampliada com a Productor (RAP) per a aquells productes envasats que posa tant en el mercat espanyol com en el portugués, finançant el cost associat a la gestió dels residus d'envasos que estos productes generen al final de la seua vida útil. Esta responsabilitat queda satisfeta, de fet, a través dels Sistemes Collectius de Responsabilitat Ampliada del Productor (SCRAP) d'envasos.

Estratègies d'economia circular



Papereres de reciclatge situades en l'entrada dels supermercats.



En este mateix marc, fa anys que la companyia aposta per la incorporació de material reciclat en els casos en què és possible fer-ho, la qual cosa ha permès que en 2023 el 24 % del material dels envasos domèstics ho siga, amb la reducció que això implica en l'ús de matèries primeres verges. A més, la proporció de materials renovables en envasos domèstics ha sigut del 20 % en 2023.

Així mateix, i per a continuar reduint el consum de materials, com és el cas del paper, en 2023 Mercadona ha finalitzat la implantació del tiquet digital en les 1.632 botigues que la companyia té a Espanya. Amb esta iniciativa, els “Caps” que utilitzen la targeta com a mètode de pagament poden rebre els tiquets per correu electrònic després d’haver-se donat d’alta en un senzill sistema a través de WhatsApp. Amb esta mesura, la companyia té previst generar un estalvi anual de 100 tones de paper.

Mercadona ha continuat treballant en el redisseny dels envasos de marca pròpia amb el doble objectiu d’optimitzar la quantitat de material utilitzat i millorar la reciclabilitat del residu generat. I en este últim cas, i amb la finalitat de fomentar la separació adequada dels residus en les cases, ha continuat indicant, a través de pictogrames, el contenidor de destinació del residu en funció del material que els conforma.

La companyia també continua creant i aplicant mesures per a previndre la generació de residus, buscant constantment alternatives per a fer els seus processos més eficients i reduir el consum de matèries primeres on siga possible. En el cas dels fluxos de residu generats per la seua activitat en les diferents

instal·lacions, Mercadona els gestiona i valora, sempre que és possible tècnicament i econòmicament.

D’esta manera, s’encarrega de separar i entregar, ja siga a una entitat municipal o a un gestor autoritzat, aquells residus no peril·losos i assimilables a domèstics.

Així mateix, envia a recicladors la totalitat dels residus d’envasos comercials, sobretot cartó, plàstic i fusta, per a poder donar-los una segona “vida” i reintroduir-los en el cicle de l’economia circular. D’altra banda, la companyia també entrega a gestors autoritzats els residus classificats com a peril·losos, la majoria dels quals es genera en els processos de manteniment de les instal·lacions dels seus blocs logístics. En estes instal·lacions disposa de punts nets on s’emmagatzemen de manera segura fins a ser retirats per un gestor autoritzat.

En este mateix context, Mercadona fa importants esforços per a aprofitar al màxim els subproductes. Així, per exemple, destina tot el SANDACH (Subproducte Animal no Destinats a Consum Humà), a través d’operadors autoritzats, a la fabricació d’aliments per a mascotes; mentres que tot el subproducte del pa generat en les línies de fabricació de pa s’aprofita per a alimentació animal. De la mateixa manera, té contenidors a les botigues per a arreplegar càpsules de café. Estes càpsules s’entreguen a un reciclador, que separa l’alumini, el plàstic i el marro de café, tots els quals són materials valoritzables. Les piles usades segueixen el mateix procés, perquè després de ser depositades per “El Cap” en els contenidors habilitats a les botigues, s’entreguen a gestors autoritzats perquè les gestionen i les reciclen.



Redisseny dels envasos

Els envasos de marca pròpia són redissenyats per a optimitzar la quantitat de material utilitzat i millorar la reciclabilitat del residu generat. A través de pictogrames, s'indica el contenidor de destinació del residu, en funció del material que els conforma

1	2
3	

1. Isabel, treballadora reciclant cartó en el supermercat d'Ermesinde a Valongo, Porto.
2. Cristina, treballadora amb bossa de plàstic reciclat en el supermercat d'Avenida Trigueiriza a Lalín, Pontevedra.
3. Envàs redissenyat, amb pictogrames informatius de reciclatge, de les galletes Divertidas del proveïdor Seurodis.

Ús sostenible dels recursos



Mercadona fomenta l'ús conscient dels recursos naturals i estableix, a través del seu Sistema de Gestió Ambiental, polítiques i estratègies responsables que reforcen, any rere any, la sostenibilitat de la companyia. D'esta manera, la gestió ambiental pivota al voltant de tres eixos principals: l'ús de l'energia, l'ús de l'aigua i la protecció de la biodiversitat.

En l'àmbit de l'energia, la companyia aposta per l'eficiència i l'estalvi energètic sobretot a través del seu Model de Botigues Ecoeficients, que introduïx millores de les envoltants per mitjà de l'increment de la grossària de l'aïllament, la climatització per zones amb sistemes de recuperació de calor, la il·luminació LED i l'optimització del consum de venti-

lació. Igualment, ha implantat un nou programari de gestió d'energia que automatitza el control de consum en els seus centres.

En la seua aposta creixent per la descarbonització i l'ús d'energies renovables no contaminants, la companyia ha incorporat en 2023 un total de 224 noves instal·lacions fotovoltaïques, la qual cosa ha suposat un esforç inversor de 42 milions d'euros i ha contribuït a disposar d'un total de 160.000 plaques solars, 120.000 de les quals s'han instal·lat en este exercici. Durant els pròxims anys, Mercadona preveu continuar potenciant l'ús de les energies netes i més respectuoses amb el medi ambient, amb l'objectiu de disposar d'una potència fotovoltaïca total de 250 MW, la qual



Panells solars instal·lats en el bloc logístic de Guadix, Granada.

cosa suposaria una capacitat d'autoconsum del 15 % de l'energia anual total consumida.

Així mateix, en 2023 ha continuat expandint la seua infraestructura de punts de recàrrega per a vehicles elèctrics, amb l'execució de noves instal·lacions en 396 botigues i 14 centres de treball. A això ha destinat una inversió conjunta de 6 milions d'euros, la qual cosa ha permès a la companyia disposar d'una de les majors xarxes de recàrrega publicoprivada, tal com acrediten els més de 3.800 punts de recàrrega de què disposa.

A més, Mercadona ha tancat contractes de subministrament d'energia per a la dècada vinent, i ha firmat quatre contractes que han entrat en vigor l'1 de gener de 2024 i amb els quals gestionarà tota l'energia que consumix la companyia tant a Espanya com a Portugal. Els acords s'han aconseguit amb empreses de referència com Iberdrola, Repsol, EDP i Statkraft, que disposen d'actius propis de generació.

La companyia també ha continuat esforçant-se per a millorar la seua petjada hídrica per mitjà d'un grup de treball que analitza detalladament el consum general d'aigua amb un sistema de telemesura ja implantat en la xarxa de botigues, la qual cosa permet controlar els consums, analitzar la xarxa de subministrament i detectar possibles fugues o defectes. En 2023, el 100 % de l'aigua consumida a les botigues de la cadena era del proveïment municipal. A més, i en línia amb el seu pla de prevenció i control d'abocaments d'aigües residuals, manté estacions depuradores en els blocs logístics de Riba-roja (València), Huévar (Sevilla), Ingenio (Gran Canària), Parc Sagunt (València), Vitòria (Àlaba), Mercapalma (Palma), Villadangos del

Páramo (Lleó), Antequera (Màlaga), Póvoa de Varzim (Porto), San Isidro (Alacant), Ciempozuelos (Madrid), Abrera (Barcelona) i Guadix (Granada), amb l'objectiu de retornar al medi les aigües lliures de contaminants perquè prosseguisquen el seu cicle hidrològic, i d'esta manera reduïx l'impacte mediambiental.

La companyia és conscient també que, com a empresa de distribució, té un rol rellevant a l'hora de fomentar iniciatives que contribuïsquen a adaptar els seus processos productius per a mitigar l'impacte que puguen generar i contribuir així a preservar la biodiversitat. Per això, ha sigut la primera empresa del sector que s'ha adherit a la Iniciativa Espanyola d'Empresa i Biodiversitat (IEEB) del Ministeri per a la Transició Ecològica i el Repte Demogràfic (MITERD), i ha continuat impulsant mesures específiques en algunes botigues per a preservar o restaurar la biodiversitat i els impactes causats per les activitats o operacions en àrees protegides.

Este és el cas de la integració de cobertes enjardinades en patis interiors d'illa i dels jardins verticals en les façanes, iniciatives que contribuïxen a combatre l'efecte "illa de calor", a ajudar a conservar la biodiversitat o a capturar CO₂. En esta línia, Mercadona manté des de fa anys una estreta relació amb SEO/Birdlife, que es concreta en un projecte de protecció de la biodiversitat a través de la instal·lació de caixes niu, menjadores per a aus, abeuradors i dos hotels per a insectes en la coberta enjardinada del supermercat de la Glorieta de Quevedo, a Madrid. A més, la companyia disposa de polítiques de compra de productes de la pesca l'objectiu de les quals és mantindre la biodiversitat i protegir els ecosistemes que ens envolten.

160.000

plaques solars

3.800

punts de recàrrega

Compromisos amb la societat

Mercadona manté actiu un Pla d'Acció Social propi amb el qual, any rere any, reforça els seus vincles amb la societat a través de valors que considera irrenunciables, com el diàleg, la transparència i l'escolta activa, amb els quals construeix relacions estables en les zones en les quals té presència, aposta per la proximitat i estretix els vincles per a detectar les seues necessitats específiques i aportar solucions concretes fruit del consens i de l'entesa mutua.

Firmant del Pacte Mundial



Des de 2011 Mercadona és sòcia a Espanya del Pacte Mundial de les Nacions Unides, fòrum en el qual participen 24.257 entitats de 167 països diferents.

Amb la seua adhesió, la companyia, que és reconeguda com a Soci Prescriptor Bronze, es compromet a defensar els valors fonamentals en matèria de drets humans, normes laborals i lluita contra la corrupció. Este fòrum disposa, a més, de 62 xarxes locals, entre les quals es troba la del Pacte Mundial de l'ONU a Espanya, amb el suport de 1.673 entitats. Durant estos dotze mesos, Mercadona, a l'empara del Pacte Mundial de les Nacions Unides, ha continuat treballant, a més, per a avançar com a empresa per a buscar solucions i respostes a les necessitats plantejades pels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

Consumidors

En 2023, Mercadona ha continuat reforçant els seus vincles amb les associacions de consumidors, conscient de la rellevància de la labor que estes realitzen i del rol d'interlocució que exercixen en representació dels "Caps".

En estes trobades, la companyia és capaç d'explicar més profundament, i amb detall, no sols les fites que any rere any aconseguix, sinó els projectes específics que impulsa per a donar resposta a les necessitats dels "Caps" i adaptar-se als nous hàbits de compra i consum, així com la seua manera de comportar-se amb la societat, basada en la transparència i el creixement compartit i en un principi, el de l'honestedat, que la companyia

considera fonamental en la seua relació amb els consumidors.

Per això, al llarg de l'any ha impulsat el diàleg a Espanya amb un total de 134 entitats diferents, concretament amb 86 associacions de consumidors, 28 d'intoleràncies i al·lèrgies i, a més del Ministeri de Consum, amb 19 direccions generals de Consum. A Portugal ha col·laborat amb les associacions de consumidors, DECO i DECO PROTeste, i amb una d'intoleràncies i al·lèrgies, APC, i al mateix temps ha continuat reforçant la relació amb els consumidors a Brussel·les, en este cas a través de la col·laboració amb una associació de consumidors i quatre entitats institucionals.

Així mateix, Mercadona impulsa des de 2014, amb les confederacions i federacions d'associacions de consumidors i usuaris FUCI, UNAE, AVACU i UCAUCE, la "Mesa de Participació" (MPAC). Este fòrum de debat analitza, a través de la realització de la seua enquesta anual d'"Hàbits de Consum", els canvis que es produeixen en les pautes d'alimentació de la societat espanyola.

En 2023, la companyia ha reforçat esta col·laboració i ha continuat consolidant l'MPAC com un referent en esta matèria i com una entitat clau per a anticipar comportaments i analitzar quines possibles respostes, solucions i conseqüències poden generar les conductes detectades. Un treball en el qual està implicada des de fa quasi una dècada i els retorns de la qual són fonamentals per a poder entendre millor el comportament dels consumidors i donar resposta a les seues necessitats reals.

Accions concretes



Ricardo, "Cap" del supermercat de Massamagrell, València.

141

associacions de consumidors, associacions d'intoleràncies i al·lèrgies, i administracions de consum nacionals i europees amb les quals es manté relació

27

convenis de col·laboració amb associacions de consumidors, de celíacs, d'intoleràncies i altres al·lèrgies

198

interaccions amb associacions de consumidors i d'intoleràncies i al·lèrgies

60

participacions en congressos i jornades del sector

Donacions a entitats socials



Mercadona ha continuat afermant el seu compromís amb els col·lectius més vulnerables a través de diferents iniciatives solidàries de rellevància social, com demostra la incorporació en 2023 de 215 noves entitats socials amb les quals la companyia ha començat a col·laborar.

Durant estos dotze mesos, ha cooperat a Espanya amb un total de 713 menjadors socials, 54 bancs d'aliments i altres entitats a través de la donació de més de 21.900 tones d'aliments i productes. A més, la companyia ha continuat donant suport a altres iniciatives solidàries i ha participat en campanyes de captació, com la de la Gran Recollida de novembre o l'Operació Quilo de primavera, en les quals ha recaptat a favor dels bancs d'aliments ajudes directes dels "Caps" per un valor conjunt de 3,5 milions d'euros, als quals Mercadona ha sumat una aportació directa de més de 300.000 euros.

Este compromís també ha continuat creixent a Portugal, amb la col·laboració amb

49 menjadors socials, 10 bancs d'aliments i altres entitats socials. Gràcies a això, ha aconseguit donar més de 1.200 tones d'aliments i productes. A esta contribució s'ha de sumar la que ha dut a terme participant en altres iniciatives al país lusità, com la "Recolha de Alimentos do Banco Alimentar Contra a Fome" de maig i novembre, la campanya de captació "Shop for Goodness" de la "Cruz Vermelha" portuguesa o la campanya de recollida d'aliments per a mascotes d'Animalife, l'aportació en valor de les quals ha superat, en conjunt, els 174.000 euros en 2023.

En el marc de la Gran Recollida 2023, Mercadona va posar en marxa un projecte pilot de voluntariat corporatiu en determinades zones d'Espanya i Portugal, en el qual, treballadores i treballadors de diferents àrees van participar per a informar els "Caps" sobre la donació en caixa i sol·licitar que col·laboren a favor dels bancs d'aliments.



Rita, treballadora de Mercadona, amb Nuno, voluntari, durant una donació a la "Cruz Vermelha Portuguesa" a Braga.



Rosa, treballadora i voluntària, i José Antonio, "Cap", durant la Gran Recollida 2023.

Suport a l'emprenedoria

En el marc del seu compromís amb la societat, Mercadona participa en iniciatives que fomenten el coneixement, que inverteixen en el talent de les persones i que contribueixen a consolidar l'educació. Com és el cas de la vinculació que manté amb Marina de Empresas, pol de l'ecosistema emprenedor d'Europa compost per tres eixos.

El primer, EDEM, està centrat en la formació a través dels diferents cursos preuniversitaris, graus, màsters i programes Executive i d'Alta Direcció, com en el que el mateix president de Mercadona, Juan Roig, ha col·laborat a través de la 18a edició del curs "15x15". A més, ha convocat la segona edició del Premi Hortensia Roig de literatura infantil, a la qual van presentar relats 22 treballadores i treballadors de Mercadona. El guardó, que té com a objectiu promoure les disciplines científicotècniques entre les dones, el va rebre Eva Escudero per la seua obra *Los coleccionistas de ceros*, i va ser finalista Lucía Álvarez, treballadora del supermercat Mercadona de La Florida a Oviedo, Astúries.

El segon eix de Marina de Empresas, Lanzadera, ha aconseguit accelerar més de 1.300 empreses, després de les 300 incorporacions de 2023, entre les quals n'hi ha diverses d'origen portugués. I el tercer, Angels, que inverteix en líders emprenedors per a desenvolupar empreses sostenibles i connectar-los amb inversors, ha continuat reforçant la seua plataforma Angels Conecta, que permet establir contactes directes entre inversors i emprenedors, i ha tornat a celebrar el seu IDAY anual, Dia dels Inversors.

De la mateixa manera, Mercadona, juntament amb EDEM i AVE (Associació Valenciana d'Empresaris), patrocina la categoria "Premi a l'Emprenedor" dels Premis Rei Jaume I. En l'última edició, el guardó ha sigut per a Alfonso Jiménez, president de Cascajares, empresa basada en la transformació de productes agroalimentaris i figura clau en el desenvolupament de la innovació del sector de l'alimentació i en l'impuls de l'economia circular des de la fase de producció fins a la distribució final.



Alumnes de l'MBA Júnior d'EDEM, en els corredors de les seues instal·lacions a València.



Emprenedors durant una jornada de formació en Lanzadera.



Gestió amb el veïnat

Mercadona manté una relació de respecte amb els veïns, conscient del rol que ha d'exercir cada dia per a fomentar la convivència i donar resposta a les necessitats dels barris i les zones en els quals té presència. Per això, aposta pel diàleg i l'entesa mutua i manté un important compromís amb este col·lectiu, en línia amb els valors fonamentals de la seua ètica empresarial.

En el marc d'este compromís, la companyia impulsa des de 2014 el projecte de Gestió Proactiva amb els Veïns, per mitjà del qual realitza constantment revisions mèdiques en les seues instal·lacions per a avançar-se a possibles contingències. En 2023, s'ha concretat en la inspecció d'un total de 20.561 processos de càrrega i descàrrega a les botigues i de 5.386 processos interns en les instal·lacions. A més, durant estos dotze mesos ha atés 359 suggeriments, la qual cosa li ha permés, després d'analitzar en profunditat les propostes rebudes, resoldre satisfactòriament el 75 % en menys de 30 dies naturals.

Mercadona impulsa mesures específiques per a millorar la convivència amb els veïns. En 2023 destaquen les actuacions dutes a terme a la botiga situada en la Quinta de Santa Bárbara, Braga, en la qual es va apostar per la recuperació de l'antic graner, que s'ha convertit en un centre d'educació mediam ambiental. Actualment està al servici de tota la comunitat per a mostrar les tradicions dels seus avantpassats del Minho en relació amb diferents activitats, com la ramaderia, l'agricultura o la labor vinícola.

La companyia, a més, sempre ha defés i fomentat la convivència de diferents formats comercials com a element dinamitzador de

l'activitat dels diversos barris. De fet, fa dècades que contribuïx a revitalitzar mercats municipals, tal com acredita el fet que haja col·laborat amb 35 botigues allotjades en este tipus d'entorn, en el qual conviuen amb comerços tradicionals.

Este model de relació té també visibilitat en les mateixes botigues de la cadena. Així, la Botiga 8 s'adapta a les estratègies d'accessibilitat que recomana el Comitè Espanyol Representant de Persones amb Discapacitat (CERMI) per a facilitar el procés de compra a les persones amb discapacitat. La zona d'aparcament disposa de places per a "Caps" amb mobilitat reduïda amb itinerari per als vianants senyalitzat, els corredors són més còmodes, ja que tenen una amplària mínima d'1,80 metres, i els banys estan adaptats a persones amb mobilitat reduïda. Així mateix, totes les botigues posen a la disposició dels clients la sol·licitud de carros adaptats al seu tipus de discapacitat física amb l'objectiu de facilitar-los el procés de compra habitual.

Mercadona ha resolt satisfactòriament el 75 % les queixes i els suggeriments rebuts pels veïns dels entorns en els quals té presència



Vista aèria del supermercat de Quinta de Santa Bárbara a Braga, al costat d'una casa recuperada típica de Minho. A més, s'ha recuperat un graner i traslladat a la Quinta Pedagògica de Braga.

Reconeixements

En un context econòmic i social complex, com ha sigut el de 2023, Mercadona ha mantingut una relació estreta amb la societat no sols per a ser capaç de detectar les seues necessitats i satisfer-les, sinó per a contribuir, en la mesura de les seues possibilitats, al seu desenvolupament i benestar.

Este compromís, centrat a retornar a la societat part de tot el que rep d'esta, així com les accions solidàries que la companyia ha dut a terme estos dotze mesos, han sigut reconeguts per la societat a Espanya i a Portugal, la qual cosa és un al·licient per a continuar estretint la seua col·laboració.

Així, l'Orde Hospitalari San Juan de Dios de Còrdova va atorgar a Mercadona el Premi "Hermano Bonifacio" pelsuportalseuemenjador social; al mateix temps que el Banc d'Aliments de València reconeixia la labor solidària de la companyia amb l'entrega del guardó de la segona edició dels Premis Humanitaris 2023; i la Diputació Foral de Guipúscoa i el Banc d'Aliments de Guipúscoa, la rellevància de les donacions diàries d'aliments, denominades "últim minut", realitzades per l'empresa. Mercadona ha sigut igualment reconeguda per part de l'Ajuntament de la Villa de La Orotava, a Tenerife, que va voler agrair públicament la implicació i entrega en els moments i dies posteriors a l'incendi que va tindre lloc el mes d'agost, el més greu de l'illa en els últims 40 anys.

A Portugal, l'Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental (APPACDM) de Santarém, el Grupo d'Ação Social Cristã (GASP) de Barcelos i l'Associação de Solidariedade de S. Tiago de Fraião també han reconegut a Mercadona la labor realitzada al llarg de l'any a través de les donacions diàries que s'han fet des de les seues botigues.

En 2023 destaca també l'elecció de Mercadona, un any més, com l'empresa amb millor reputació del seu sector i la segona a nivell

general, d'acord amb les valoracions obtingudes pel Monitor Empresarial de Reputació Corporativa (Merco). Este mateix monitor, en este cas per quinta vegada consecutiva, ha tornat a situar el president de la companyia, Juan Roig, com a líder amb major reputació del "Rànquing General de Líders 2023".

En el cas de Portugal, este monitor, que va incloure Mercadona per primera vegada en la seua història dins del seu rànking de millors empreses a Portugal en 2022, ha vist com la companyia lusitana, en tan sols dotze mesos, ha ascendit onze llocs, fins a situar-se en octau lloc de les empreses amb millor reputació de Portugal. En esta línia, el periòdic regional portugués *Mirante* ha distingit Mercadona amb el guardó d'"Excelência Empresarial", en reconèixer la companyia com a exemple nacional de descentralització de l'economia i el seu rellevant paper social.

D'altra banda, ASEDAS (Associació Espanyola de Distribuïdors, Autoservicis i Supermercats), de la qual Mercadona és membre, va retre homenatge als consumidors de la distribució minorista i majorista en la gala "Estem perquè estàs", celebrada el mes de novembre passat a Madrid. En esta gala, se'ls va agrair la confiança mostrada encara en els moments més difícils que s'han viscut en els últims anys.

La família Gómez, accionista de Mercadona, ha tornat a reconèixer la labor de les forces de seguretat ciutadana per mitjà de la IV Edició dels Premis Juan Manuel Gómez Serrano, així com els valors i l'entrega de l'atenció sanitària a Antequera, Màlaga, amb la VII edició dels Premis Patrocinio Gómez.



1. Representants d'ASEDAS i premiats de la gala "Estem perquè estàs", en la qual es va homenatjar els consumidors. 2. Entrega de la distinció "Hermano Bonifacio" a Mercadona per la labor realitzada a través de les donacions diàries des del supermercat de Barriada Chinales a Còrdova. 3. Reconeixement per part de la Diputació Foral de Guipúscoa i pel Banc d'Aliments de Guipúscoa a les donacions diàries fetes per Mercadona. 4. Guanyadors dels premis Patrocinio Gómez, impulsats per la família Gómez, accionistes de Mercadona.

El Capital

01

Inversió com a base de la brutal transformació

02

Conjuntura socioeconòmica i repercussió en marges


03

Creixement sostenible i compartit

04

Resultats 2023





La **decisió estratègica** dels accionistes de la companyia, presa fa set anys, que el **benefici** per a tots els qui formem Mercadona en el **llarg termini** és la **inversió**, és la causa dels excel·lents resultats de Mercadona en 2023



L'aplicació del Model de Mercadona, sumada a l'esforç de la plantilla i a la implicació dels proveïdors i interproveïdors especialistes, ha permès assolir els objectius de venda i benefici marcats per a 2023, recuperar la pèrdua de rendibilitat de l'any anterior i equiparar-la a la de l'any 2016, quan la companyia va iniciar la seua brutal transformació. Uns resultats que s'han aconseguit després de satisfer seqüencialment la resta de components, "El Cap", El Treballador, El Proveïdor i La Societat; i que han sigut possibles gràcies a un model de gestió que sempre aposta pel llarg termini i que cuida les persones.

El Grup Mercadona està compost, principalment, per Mercadona SA, domiciliada a Espanya (Tavernes Blanques, València), i Irmãdona Supermercados, Unipessoal, Lda, domiciliada a Portugal (Vila Nova de Gaia, Porto). Les dos societats compartixen un mateix objecte social i desenvolupen la mateixa activitat: la distribució de productes d'alimentació, beguda, higiene personal, neteja de la llar i cura de mascotes. Per a esta labor, compta, a més, amb el suport d'una sèrie de filials, sucursals i oficines de representació en 13 països diferents en els quals operen 37 treballadores i treballadors. Gràcies a esta xarxa comercial, la companyia canalitza les compres internacionals, que realitza en quatre continents, i garantix als clients un assortiment eficaç de màxima qualitat i a un preu imbatible també en tots els articles elaborats fora d'Espanya i Portugal.

Com s'ha deixat constància al llarg de la present Memòria Anual, Mercadona té una xarxa de 1.632 supermercats a Espanya i 49 a Portugal en finalitzar 2023. Tots estos supermercats, dels quals 1.364 ja estan adaptats al Model de Botiga Eficient (Botiga 8), es proveïxen per mitjà d'una xarxa logística pròpia composta per 17 blocs logístics (un dels quals està en construcció), 2 magatzems satèl·lit i 2 magatzems reguladors.

Juntament amb esta estructura de botigues i centres logístics, disposa d'un model propi de

magatzems, denominats Ruscos i dedicats a la gestió i preparació de manera exclusiva de comandes *online* per a donar servici als clients que a Espanya opten pel canal de venda digital, que actualment està en funcionament a València, Barcelona, Madrid, Alacant i Sevilla.

De la mateixa manera, Mercadona disposa de 23 centres de coinnovació en els quals, gràcies al treball de més de 200 especialistes, desenvolupa novetats i incorpora millores en l'assortiment de la mà dels "Caps".

Tot este esforç ha permès a la companyia en 2023 continuar creixent i construint un projecte diferencial liderat per les 104.000 persones que comprometen diàriament la seua dedicació i esforç per a satisfer els clients.

Des de 2011, Mercadona és membre del Fòrum de Grans Empreses de l'Agència Tributària (Ministeri d'Hisenda i Funció Pública), en el qual es fomenta un marc de col·laboració basat en els principis de transparència, confiança mútua, bona fe i lleialtat entre les grans empreses i l'Administració Tributària de l'Estat. La companyia, a més, està acollida al Codi de Bones Pràctiques Tributàries, que promou una relació recíprocament cooperativa entre l'Agència Tributària i les empreses que el subscriuen. Així mateix, i de manera voluntària, presenta anualment un Informe sobre transparència fiscal amb la informació més rellevant de l'any, que apareix en la pàgina web de l'Agència Tributària, i d'esta manera s'acredita el compliment dels estàndards de col·laboració i transparència que demana l'agència estatal.

En 2023, igual que en l'exercici anterior, els comptes anuals de Mercadona i Irmãdona han sigut auditats per Ernst & Young, SL i Ernst & Young Audit & Associados-SROC, SA, respectivament, i s'ha emés, en els dos casos, un informe favorable sense excepcions. Estos informes, juntament amb els comptes anuals, es depositen davant dels organismes corresponents.



Entrada del supermercat del Mercat Central a Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas.

Decisió estratègica presa pel Comitè de Direcció i recolzada pels accionistes en 2016:

El benefici per als 5 components en el llarg
termini és la inversió



Botiga Eficient (Botiga 8)

En 2016, Mercadona va iniciar la renovació dels supermercats amb el Nou Model de Botiga Eficient, que incorpora els projectes de Frescos Global i A Punt per a Menjar, i que ja està present en 1.364 botigues la rendibilitat de les quals és hui superior a la d'una botiga convencional.

Projecte Portugal

La internacionalització de Mercadona s'ha desenvolupat al llarg de la brutal transformació fins a disposar d'una xarxa de 49 supermercats, 2 blocs logístics (1 en construcció) i aconseguir una facturació de 1.403 milions d'euros.

BRUTAL TRANSFORMACIÓ

+ 10.000M€

invertits entre 2016 i 2023



Optimització logística

Esforç inversor per a millorar i optimitzar l'eficiència, i aconseguir així reduir l'estoc en dos dies. Entre 2016 i 2023 s'han construït 8 blocs logístics, 2 dels quals són a Portugal, i se n'han reformat 6 més.



Mercadona Online

El negoci *online*, la transformació del qual es va iniciar en 2018 amb l'obertura del primer Rusc a València, no ha deixat de créixer al llarg d'estos anys i ja és rendible i productiu.



Digitalització i organització

El DPP (Direct Product Profit) i l'ADT (Aportació Directa Botigues) calculen la rendibilitat de l'assortiment i les botigues. El MOT (Model d'Organització de Botigues) i les oficines d'Albalat dels Sorells han millorat l'organització.

Conjuntura socioeconòmica i repercussió en marges

2023 es va iniciar amb un escenari complex a causa del context inflacionista, que va provocar un impacte directe en els costos de Mercadona de més de 500 milions d'euros (al voltant del 8 %), tant de costos fixos com variables, entre els quals s'inclouen lloguers, personal, energia i transports, entre altres.

En esta mateixa línia, el primer trimestre de l'any va estar especialment marcat per una pujada generalitzada dels preus en origen, que, conseqüentment, va repercutir en els preus de venda dels productes. Mercadona, avançant-se a l'estabilització i posterior baixada dels preus de cost, es va comprometre al març de 2023 a abaixar els preus de venda. I així ho ha fet al llarg de l'any en 500 referències del seu assortiment, al mateix temps que ha fet importants esforços per a no repercutir en els preus de venda els diversos increments de preus en origen que els proveïdors han traslladat als preus de compra de Mercadona.

El resultat ha sigut satisfactori, de manera que, al llarg de l'any, Mercadona ha anat incrementat la quota de mercat. En concret, ha crescut una mitjana de 200 clients botiga dia; ha ampliat els *quilitres* moguts un 5 % i ha augmentat les vendes en euros un 15 %, tot això a costa de reduir el marge comercial un punt, conscient que en un sector tan competitiu no sols servix reduir el marge per a satisfer el client, sinó que també és necessari millorar de manera contínua la qualitat, l'oferta i el servici.

Este increment de l'activitat, juntament amb uns ingressos de 100 milions d'euros que no existien en l'exercici 2022, derivats de la retribució dels excedents de tresoreria, i amb les mesures d'estalvi en tots els processos de l'empresa, han permés a la companyia absorbir l'augment del gasto i, a pesar de la reducció de marges, incrementar el seu benefici net, que ha arribat al 3,1 % sobre vendes.

D'acord amb el Model de Mercadona, quan el procés és més eficient, tots els components de l'empresa s'han de veure beneficiats. Per este motiu, en 2023 s'ha pres la decisió extraordinària, aplicable a les treballadores i treballadors que complisquen els criteris, d'incrementar la retribució variable o prima per objectius en mitja mensualitat addicional, la qual cosa ha provocat que l'import total per este concepte haja sigut de 600 milions d'euros. Esta decisió reforça la seua política de compartir el benefici, en un any en què, gràcies a l'esforç de tota la plantilla i a l'encert de les estratègies implantades, s'ha aconseguit incrementar la quota de mercat, la xifra de vendes i els beneficis.

A més, els bons resultats obtinguts per la companyia també han tingut repercussió en la societat, en línia amb un model d'empresa, el de Mercadona, que promou la prosperitat sostenible i compartida, tal com avalen algunes de les seues xifres, com per exemple, la seua contribució tributària, que ha arribat als 2.604 milions d'euros, un 15 % més respecte a 2022.

Totes estes decisions han estat consolidades en un model de gestió basat a pensar i actuar, sempre, de manera seqüencial, seguint l'esquema següent: primer "El Cap", després, les vendes i, finalment, el benefici. Un model d'èxit que ha pogut continuar creixent gràcies a la confiança dels 5,8 milions de llars que cada dia acudixen a algun dels 1.681 supermercats de la cadena a fer la compra.



Satisfacció dels 5 components

Mercadona ha continuat apostant pel creixement conjunt i sostenible amb iniciatives com la baixada del preu de 500 productes, la prima per objectius, el compromís amb els proveïdors i interproveïdors especialistes o el volum històric de la seua contribució tributària

1	2
3	

1. Diana, "Cap" del supermercat de Fraga, Osca.
2. Ismael, treballador del supermercat de Camas, Sevilla.
3. Hivernacles del proveïdor Vegetales Línea Verde a Tudela, Navarra.

Creixement sostenible i compartit

El Model de Qualitat Total aposta per la creació de valor compartit entre els seus 5 components: “El Cap” (qualitat i servici contundent a preu imbatible), El Treballador (prima), El Proveïdor (creixement conjunt), La Societat (impostos) i El Capital (dividends per a accionistes). És, per tant, un model de gestió que confirma que Mercadona és un projecte empresarial sostenible i responsable, que aposta pel llarg termini i que, per a aconseguir-ho, destina una bona part dels seus recursos a la reinversió per a continuar impulsant tant el seu creixement com la seua continuïtat.



Este model de creixement compartit es traduïx, en l'àmbit del Treballador, en unes condicions laborals molt per damunt de la mitjana del seu sector. I en la seua filosofia que “l'èxit compartit sap millor”, en el repartiment, a través de la seua política de retribució variable, del 25 % del benefici entre el conjunt de la plantilla, com a reconeixement a aquelles treballadores i treballadors que tenen més d'un any d'antiguitat i l'acompliment, implicació, esforç, productivitat i alt rendiment dels quals hagen contribuït no sols a aconseguir els seus objectius individuals, sinó a aconseguir les metes marcades també per a l'empresa.

Una plantilla que, a més, ha crescut durant estos dotze mesos en 5.000 persones, 3.200 a Espanya i 1.800 a Portugal, la qual cosa suposa una mitjana de 13 llocs de treball creats al dia. D'esta manera, Mercadona ha finalitzat 2023 amb 104.000 treballadores i treballadors, tots amb treball estable i de qualitat, i amb salaris per damunt de la mitjana del sector.

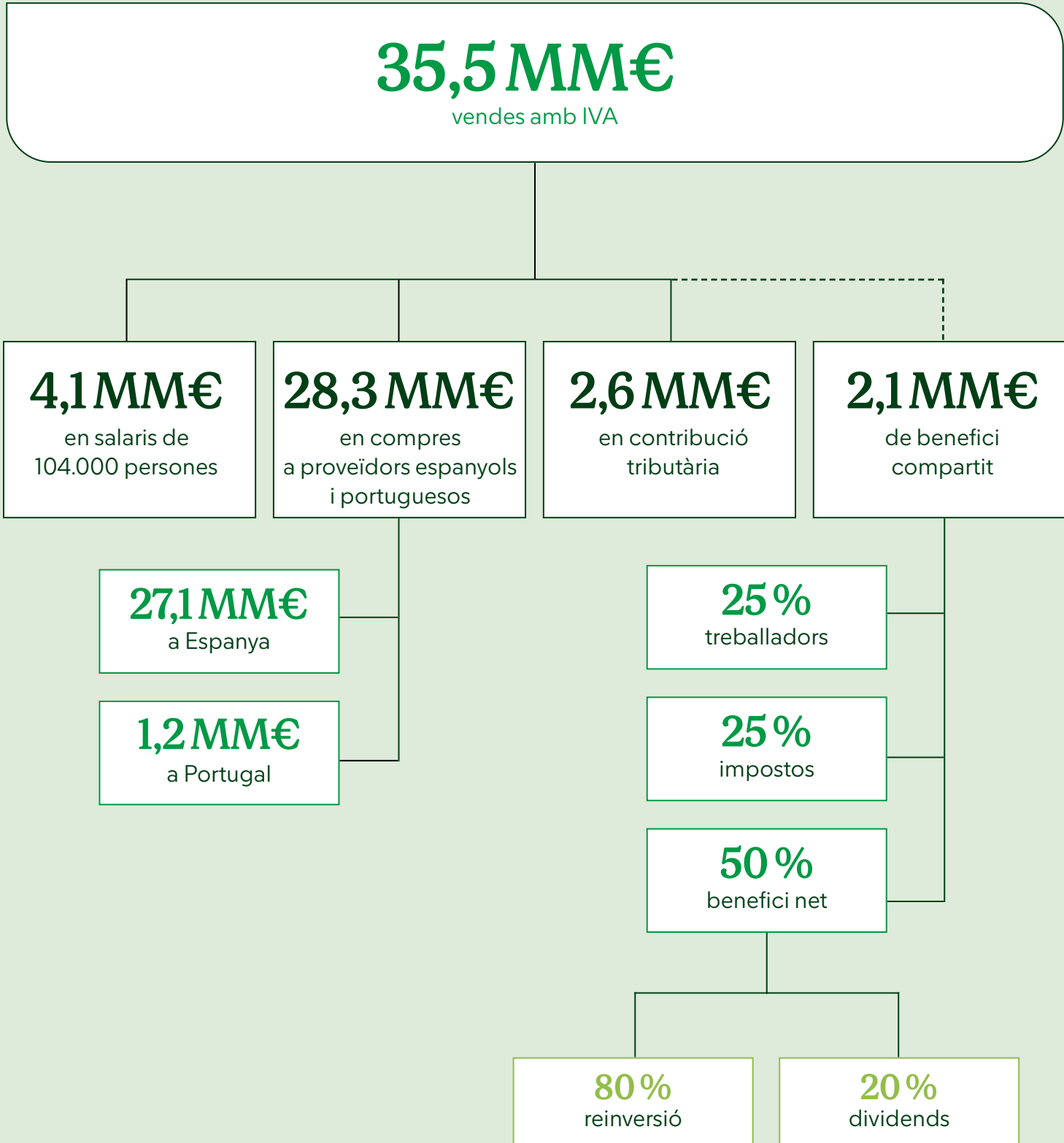
A través de la contribució tributària realitzada a les administracions públiques, Mercadona compartix any rere any la seua prosperitat en aquelles àrees en les quals desenvolupa la seua activitat. En 2023, i en el cas d'Espanya, la seua contribució en concepte de tributs suportats ha sigut de 1.409 milions d'euros, dels quals 342 milions corresponen a l'impost de societats, 172 milions al pagament de diversos impostos i taxes, i 895 a la Seguretat Social. En el cas de Portugal, i a través d'Irmãdona, la contribució ha sigut de 29 milions d'euros en tributs suportats, dels quals 20 es corresponen a la Seguretat Social i 9 al pagament d'altres impostos i taxes.

Així mateix, en 2023 la companyia ha continuat donant a la Societat part del que rep d'esta. Així ho demostra la seua aportació al PIB d'Espanya durant estos dotze mesos, que ha sigut de 30.768 milions d'euros, xifra que representa el 2,1 % del total nacional. O també la generació de llocs de treball directes, indirectes i induïts, que, d'acord amb els estudis de l'Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques (Ivie), ha arribat als 725.947 llocs de treball, que representa el 3,66 % de l'ocupació total del país.

L'activitat de Mercadona no sols genera riquesa amb la seua aportació al PIB i a l'ocupació, sinó que també ha tingut un impacte fiscal d'11.935 milions d'euros durant 2023. Això representa el 2,2 % de la recaptació total estimada de les administracions públiques espanyoles, incloses les cotitzacions a la Seguretat Social.

El conjunt d'estes xifres ha suposat el major impacte econòmic en la història de la companyia, que acredita que el desenvolupament de Mercadona incidix directament en el creixement de la societat i, novament, que el Projecte Mercadona, en la seua aposta pel futur, és un projecte diferencial i socialment responsable.

Impacte de l'activitat econòmica de Mercadona



MM€: milers de milions d'euros.

Resultats 2023

Unitats de venda (*quilitres*)

Les vendes del Grup Mercadona en 2023 han sigut de 13.625 milions de *quilitres*, xifra que suposa un increment del 5 % respecte a l'exercici anterior.

Evolució *quilitres* venuts

milions de quilos-litres (*quilitres*)

2022	12.968
2023	13.625

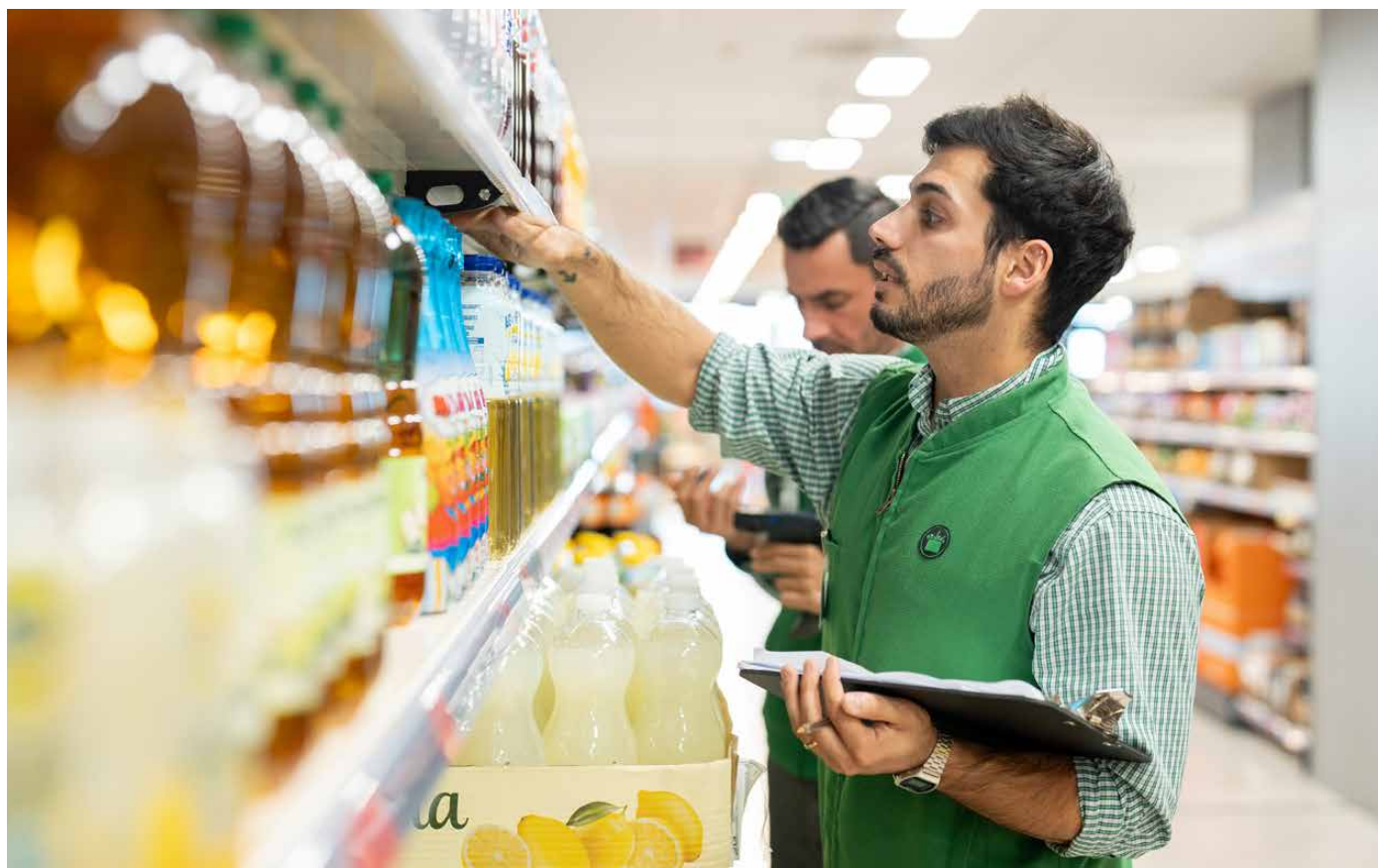
Vendes

El Grup ha elevat la seua facturació fins als 35.527 milions d'euros, un 15 % més que en 2022, gràcies a les vendes fetes pels diferents canals de compra (presencial i servici *online*). Una fita que s'ha completat gràcies a la productivitat, l'eficiència i la millora de la gestió.

Evolució de les vendes brutes

milions d'euros

2022	31.041
2023	35.527



Sandro i Bruno, treballadors del supermercat de Corroios a Seixal, Setúbal.

Marge brut

La situació del mercat i l'encariment dels productes han forçat tot el sector de distribució a ajustar els marges al màxim. El marge ha sigut del 24,5 %, amb una reducció per segon any consecutiu, la qual cosa dona una imatge de la competència que hi ha en el sector i del tremend esforç de l'empresa per absorbir part de l'increment de costos:

Evolució del marge brut

2022	25,5 %
2023	24,5 %

Gastos

A pesar dels esforços de contenció de gastos, estos han continuat incrementant al llarg de l'any. Cal destacar que el major augment s'ha produït en el gasto de personal, que suposa més del 60 % dels gastos operatius, després d'haver mantingut el compromís d'augmentar els salaris d'acord amb l'IPC i haver continuat aplicant la política retributiva de l'empresa, la qual cosa suposa l'increment de trams salarials d'acord amb l'experiència contrastable en el lloc de treball, les primes per objectius i el creixement de cabal per a cobrir les necessitats de "El Cap":

Evolució del gasto de personal

milions d'euros

2022	3.678
2023	4.115

Productivitat

Les millores realitzades en tots els processos de l'empresa, així com l'encertada estratègia comercial, ha provocat un augment de la productivitat, que ha pogut absorbir l'increment del gasto:

% s/ventas del gasto de personal

2022	12,9 %
2023	12,5 %

Benefici

El benefici net del Grup ha sigut de 1.009 milions d'euros, un 3,1 % de la xifra de vendes. Este indicador posa de manifest l'esforç que s'ha fet perquè el Projecte Mercadona cresca de manera sostinguda i sostenible posant el focus en l'eficiència, la productivitat i la millora de gestió.

Evolució del benefici net milions d'euros

milions d'euros

2022	718
2023	1.009

EBITDA

L'EBITDA del Grup (definit com el Resultat d'Explotació + Amortitzacions – Ingressos financers) ha arribat als 1.910 milions d'euros al tancament de 2023. Per la seua part, el resultat operatiu del Grup ha mantingut una evolució d'acord amb el benefici, coherent amb l'estratègia i en línia amb l'aposta pels resultats a llarg termini.

Evolució de l'EBITDA

milions d'euros

2022	1.622
2023	1.910

Recursos propis

El benefici obtingut en l'exercici i la capitalització de la pràctica totalitat d'este han suposat que, al tancament de l'exercici 2023, la xifra de recursos propis siga de 8.337 milions d'euros, la qual cosa posa de manifest la voluntat de reinversió provinents dels beneficis que té la companyia. Cal assenyalar que la ràtio de recursos propis respecte a l'actiu total s'ha mantingut entorn del 62 % en l'any.

Evolució dels recursos propis

milions d'euros

2022	7.529
2023	8.337

Inversions

La companyia ha continuat apostant per invertir en tots aquells moviments necessaris per a afegir valor als 5 components. L'esforç inversor realitzat ha sigut de 1.062 milions d'euros, que s'han destinat a la transformació en la qual està immersa per a poder afrontar els reptes futurs.

Evolució de les inversions

milions d'euros

2022	923
2023	1.062

Altres indicadors

Proveïdors

El termini mitjà de pagament a proveïdors ha sigut de 45 dies i el termini de rotació d'existències, de 12 dies.

OPEX

Definit com a Gasto de personal i Altres gastos i Ingressos d'explotació (sense tributs), ha sigut d'uns 6.037 milions d'euros.

Fluxos d'efectiu

La generació de fluxos d'efectiu, tenint en compte les inversions que s'han fet en l'exercici 2023, ha sigut la següent:

2.300 M€

Fluxos d'activitats
d'explotació

-1.120 M€

Fluxos nets d'activitats d'inversió
i finançament

1.180 M€

Variació neta de l'efectiu



Mari Carmen, "Cap" del supermercat d'Avinguda Europa a la Vall d'Uixó, Castelló.

GRUP MERCADONA

Balanç de situació el 31 de desembre de 2023*

(en milers d'euros)

ACTIU NO CORRENT	8.117.615
Immobilitzat intangible i material	7.685.612
Inversions financeres i altres actius	432.003
ACTIU CORRENT	5.411.541
Existències	821.719
Inversions financeres	204.630
Efectiu i altres actius líquids equivalents	4.385.192
TOTAL ACTIU	13.529.156
PATRIMONI NET	8.336.659
Capital	15.921
Reserves	7.311.808
Resultat de l'exercici	1.008.930
PASSIU NO CORRENT	34.767
Passius per impostos diferits i provisions	34.767
PASSIU CORRENT	5.157.730
Proveïdors	3.570.137
Creditors i deutes amb administracions públiques	980.040
Personal	607.553
TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU	13.529.156

* Dades consolidades Mercadona i Irmãdona calculades exclusivament per a esta Memòria.

GRUP MERCADONA

Compte de pèrdues i guanys el 31 de desembre de 2023*

(en milers d'euros)

Import de la xifra de negocis	32.861.621
Aprovisionaments	(24.796.656)
Altres ingressos	42.828
Gastos de personal	(4.115.139)
Altres gastos	(2.083.780)
Amortització de l'immobilitzat	(691.839)
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	1.217.035
Ingressos i gastos financers	96.230
Deterioracions d'instruments financers	7.914
RESULTAT FINANCER	88.316
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS	1.305.351
Impostos sobre beneficis	(296.421)
RESULTAT DE L'EXERCICI	1.008.930

* Dades consolidades Mercadona i Irmãdona calculades exclusivament per a esta Memòria.

Projecte Llegat de Juan Roig i Hortensia Herrero

Des de 2012, Juan Roig i Hortensia Herrero mantenen viu el somni comú de posar a la disposició de la societat els seus coneixements per a, a través del seu suport econòmic altruista, retornar-li part del que reben d'esta per mitjà de projectes sostenibles en l'àmbit de la cultura, de l'esport i de la formació. Només en 2023, han destinat 110 milions d'euros del seu patrimoni personal.

110
milions
d'euros
invertits

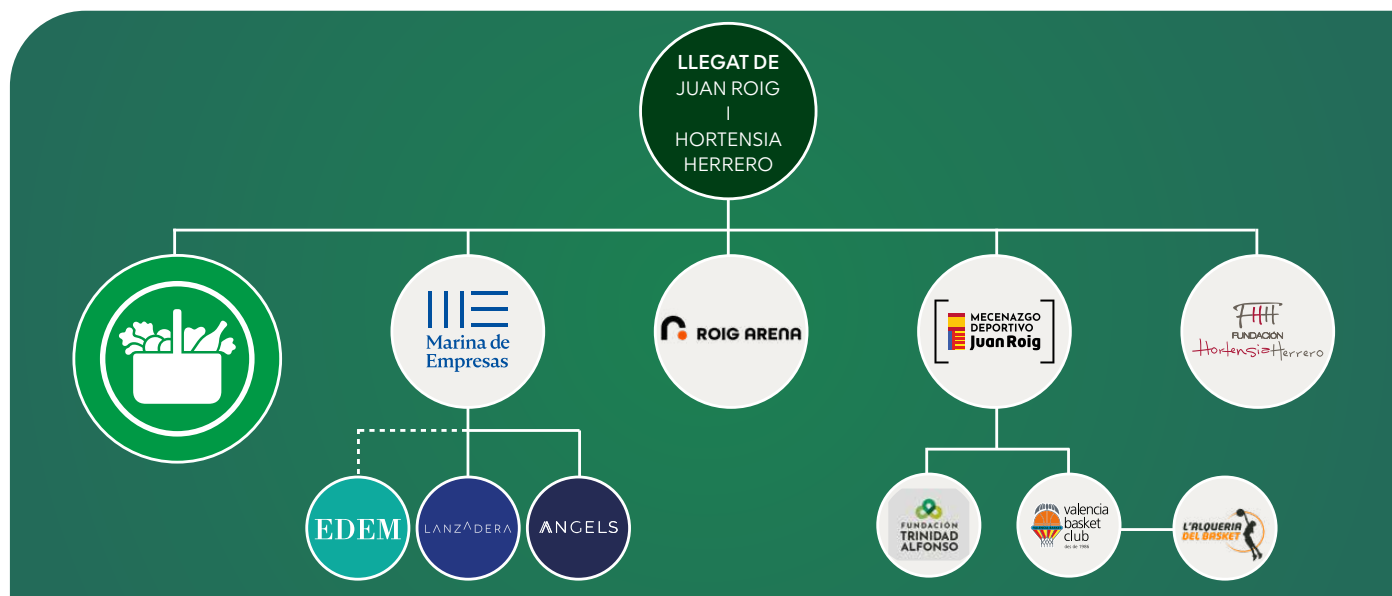
El suport al mecenatge artístic es canalitza a través de la Fundació Hortensia Herrero, presidida per la vicepresidenta de Mercadona. En 2023 s'han invertit 7,4 milions d'euros, la qual cosa eleva a 47,5 milions l'esforç que ha fet esta fundació des de la seua creació, i s'ha aconseguit la fita de la inauguració del Centre d'Art Hortensia Herrero, museu de referència per a l'art contemporani i que recull més de 100 obres de 50 artistes, totes de la col·lecció privada d'Hortensia Herrero.

També s'ha reforçat el compromís amb el foment de l'esport a través de la Fundació Trinidad Alfonso. En 2023, esta entitat ha invertit 10,2 milions d'euros; a més, ha consolidat la Marató de València com la de més participants d'Espanya i la quarta més ràpida del món. Així mateix, tant Hortensia Herrero com Juan Roig han continuat donant suport a L'Alqueria del Basket i als equips masculí i femení del Valencia Basket Club amb un esforç total en la temporada 2022-2023 de

15,85 milions d'euros, temporada en la qual el club *taronja* ha conquistat per primera vegada la Lliga Femenina Endesa.

Paral·lelament, en 2023 s'ha continuat treballant en la construcció del Roig Arena, un recinte multiús i sostenible per a celebrar esdeveniments esportius, culturals i d'entreteniment, la inversió total del qual serà de 280 milions d'euros procedents del patrimoni personal de Juan Roig. La meitat ja s'ha desembossat i 56,7 milions, concretament, en 2023.

Així mateix, el Projecte Llegat ha continuat apostant pel talent i la formació, factors essencials per al desenvolupament de qualsevol societat. Ho ha fet amb la inversió de 14,5 milions d'euros en Marina de Empresas, un gran pol d'emprenedoria que té tres eixos: EDEM, centre universitari i escola de negocis; Lanzadera, acceleradora d'empreses; i Angels, societat que invertix en líders emprenedors.





1. Juan Roig i Hortensia Herrero, amb Fernando Roig, Trini Roig i Amparo Roig, en la presentació del Projecte FER. 2. Sala del Centre d'Art Hortensia Herrero, situat a València. 3. Juan Roig i Hortensia Herrero, en la inauguració del Centre d'Art Hortensia Herrero, al costat de les seues quatre filles, Carolina, Amparo, Hortensia i Juana. 4. Ballarins becats per la Fundació Hortensia Herrero al Campus Internacional València Dansa 2023. 5. Jugadores del primer equip femení del Valencia Basket Club, guanyadores de la Lliga Femenina Endesa 2022-2023. 6. Tariku Novales, en la Marató de València, després de batre el rècord d'Espanya masculí de la distància. 7. Vista aèria de l'avanç de les obres del Roig Arena a València. 8. Estudiants en l'entrada d'EDEM. 9. Naia Espinosa, CEO de l'*startup* Dryfing, en les instal·lacions de Lanzadera. 10. Ricardo García, emprenedor i CEO de l'*startup* Flipflow, fent una presentació durant "Investors Day" impulsat per Angels.

Trajectòria Mercadona 1977-2023



1977

Inicia la seua activitat dins del Grup Cárnicas Roig, negoci impulsat per Francisco Roig Ballester (1912-2003) i Trinidad Alfonso Mocholí (1911-2006).

1990

Juan Roig i Hortensia Herrero passen a tindre la majoria del capital.

1981

Juan Roig i la seua esposa, Hortensia Herrero, juntament amb els seus germans Fernando, Trinidad i Amparo, compren Mercadona als seus pares.

1996

Naixement de les marques Hacendado, Bosque Verde, Deliplus i Compy.

1993

Implantació de l'estratègia comercial SPB (Sempre Preus Baixos) i del Model de Qualitat Total.

1999

Tots els membres de la plantilla amb contracte fix: aposta per l'ocupació estable i de qualitat.

1997

Acord d'unió amb Almacenes Gómez Serrano, Antequera (Màlaga).

Mural de l'artista Juan Guarch Pérez (Juan Warx) premiat per la Fundació Hortensia Herrero, situat en les oficines d'Albalat dels Sorells, València.

El Projecte Mercadona continua avançant



2008

Realineació de Mercadona amb el Model de Qualitat Total i Carro Menú (carro de la compra de major qualitat i més barat del mercat).

2016

Inici de la brutal transformació.
Aprova la internacionalització a Portugal.
Inauguració dels dos primers supermercats amb el Nou Model de Botiga Eficient (Botiga 8).

2018

Desenvolupament de l'estratègia Frescos Global.
Llançament del nou servei de venda *online*.
Implantació de la nova secció A Punt per a Menjar.

2019

Inauguració de les 10 primeres botigues a Portugal.

2021

Compromís amb la qualitat contudent per part de tots els departaments.

2022

Estratègia Totaler Radical: oferir a "El Cap" la possibilitat d'encertar amb productes d'una qualitat contudent.

2023

Més de 100.000 treballadores i treballadors.
Des de 2016, Mercadona ha invertit més de 10.000 milions d'euros en la brutal transformació.

Informació addicional rellevant

Informe de verificació independent

“En compliment de la Llei 11/2018, de 28 de desembre, el Grup consolidat Inmo-Albereda, SLU, al qual pertanyen Mercadona, SA i Irmãdona Supermercados, Unipessoal, Lda, ha presentat l'Estat d'Informació no Financera (EINF) consolidat, que forma part del seu informe de gestió consolidat i que ha sigut verificat per EY, com a prestador independent de servicis de verificació, el qual, amb data 07 de febrer de 2024, va emetre l'informe de verificació sense excepcions.

En el marc d'este encàrrec, EY ha verificat una part important dels indicadors que s'integren, entre molts altres, en esta Memòria corporativa. En la taula adjunta “Impacte de l'activitat econòmica de Mercadona”, figuren aquells indicadors reflectits en esta Memòria i que, al seu torn, han sigut verificats per EY (s'identifiquen amb ✓). En cas de discrepància, la informació inclosa en l'EINF preval davant d'esta”.

**Per a més informació, este informe de verificació,
juntament amb l'Estat d'Informació no Financera,
estarà disponible en:**



* Tal com definix l'estàndard GRI, l'objectiu d'esta Memòria és proporcionar informació veraç, rellevant i precisa.

Impacte de l'activitat econòmica de Mercadona

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
1	Nom de l'organització	MERCADONA, S.A.	✓
2	Activitats, marques, productes i servicis	Pàg. 12-21, 32-33	✓
3	Localització de la seu	Carrer València, 5 Tavernes Blanques, València, Espanya	✓
4	Localització de les operacions	Espanya i Portugal Pàg. 4-5	✓
5	Naturalesa de la propietat i forma jurídica	Pàg. 12-13, 94-97	✓
6	Mercats servits	Pàg. 4-5, 12-13	
7	Dimensió de l'organització	Pàg. 4-5	✓
8	Informació sobre empleats i altres treballadors	Pàg. 4-5, 42-55 Mercadona té 104.000 empleats fixos (98.700 a Espanya i 5.300 a Portugal) i no té subcontractistes en l'activitat principal	✓
9	Cadena de subministrament	Pàg. 4-5, 56-67, 72-73	
10	Canvis significatius en l'organització i la cadena de subministrament	Pàg. 6-9, 14-15, 26-27, 58-61	✓
11	Informació sobre com aborda la companyia el principi de precaució	Pàg. 20-21	✓
12	Iniciatives externes	Pàg. 28-29, 62-65, 86-91	
13	Relació amb associacions de les quals l'organització és membre	Pàg. 17, 86-87	✓
14	Declaració del President	Pàg. 6-7	
15	Principals impactes, riscos i oportunitats	Pàg. 20-21	✓
16	Valors, principis, estàndards i normes de comportament	Pàg. 12-21 Mercadona es regix pel Model de Qualitat Total, que fonamenta els valors i els paradigmes de la companyia. En este model es defineix la conducta interna que compartixen totes les treballadores i treballadors. A més, disposem d'un Codi de Conducta que té la missió d'assegurar el compliment dels valors de la companyia i de la llei	✓
17	Estructura de govern	Pàg. 8-9	

Núm. Indicador

Pàgina/Comentari

18	Càrrecs executius o amb responsabilitats en aspectes econòmics, mediambientals i socials	Les responsabilitats en aspectes econòmics, socials i mediambientals recauen sobre els membres del Consell d'Administració, que prenen les decisions de manera col·legiada	
19	Consulta els grups d'interés sobre aspectes econòmics, mediambientals i socials	Pàg. 86-91	
20	Composició de l'òrgan superior de govern i els seus comitès	Pàg. 8-9	
21	Informació sobre si la persona que presideix l'òrgan superior ocupa també un lloc executiu	El president del Consell d'Administració presideix, al seu torn, el Comitè de Direcció	
22	Conflictes d'interés	No hi ha conflictes d'interés Tots els membres del Comitè de Direcció són treballadores i treballadors de Mercadona i no es produeixen situacions de conflicte d'interés	
23	Funcions de l'òrgan superior de govern	Pàg. 8-9, 20-21	
24	Coneixement col·lectiu de l'òrgan superior de govern	Pàg. 8-9	
25	Avaluació de l'acompliment de l'òrgan superior de govern	Pàg. 8-9	
26	Identificació i gestió dels impactes econòmics, socials i mediambientals	Cada departament eleva al Comitè de Direcció els aspectes econòmics, socials i mediambientals rellevants relacionats amb la seua activitat, específicament, durant reunions de coordinació	✓
27	Eficàcia dels processos de gestió del risc	Pàg. 18-21	✓
28	Anàlisi dels aspectes econòmics, mediambientals i socials	Pàg. 16-21 Els òrgans de govern de la companyia supervisen i aproven tot allò que fa referència als aspectes econòmics, mediambientals i socials	✓
29	Funció de l'òrgan superior de govern en el report de sostenibilitat	Els òrgans de govern de la companyia supervisen i aproven tota la informació que es reporta a l'exterior	✓
30	Procés per a transmetre les preocupacions importants a l'òrgan superior de govern	Cada departament eleva al Comitè de Direcció els aspectes rellevants relacionats amb la seua activitat, específicament, durant reunions de coordinació	✓
31	Naturalesa i nombre de preocupacions importants que s'han transmés a l'òrgan superior	S'eleven totes les preocupacions relacionades amb la seua activitat i que estan sota la seua responsabilitat	✓

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
32	Polítiques de remuneració	Pàg. 46-47 La companyia disposa des de fa anys d'una Política Retributiva basada en el principi de "la mateixa responsabilitat, el mateix sou"	✓
33	Processos per mitjà dels quals es determina la remuneració	Pàg. 44-47	✓
34	Involucració dels grups d'interés en la remuneració	La companyia disposa d'un Conveni Col·lectiu vigent, firmat i acordat amb els representants sindicals de les treballadores i treballadors	✓
35	Llista de grups d'interés	Pàg. 18-21	✓
36	Acords de negociació col·lectiva	Pàg. 50-51 Conveni laboral propi que cobreix el 100 % dels treballadors	✓
37	Identificació i selecció de grups d'interés	Pàg. 18-21	
38	Enfocaments per a la participació dels grups d'interés	Diàleg constant amb tots els grups d'interés amb l'objectiu de captar i satisfer les seues necessitats i expectatives	✓
39	Aspectes clau i preocupacions sorgits	Pàg. 18-21 La relació que es manté amb els grups d'interés permet aplicar millores de producte realitzades amb els "Caps", innovar amb els proveïdors o sumar coneixements amb el sector primari per a millorar l'assortiment de productes frescos	✓
40	Definició i contingut de la Memòria	L'estructura de la Memòria correspon al Model de Qualitat Total i informa sobre els cinc components de la companyia (grups d'interés)	
41	Llista d'assumptes materials	Pàg. 18-21 En cada capítol es detallen les estratègies i accions dutes a terme que són rellevants per a cada component (grup d'interés)	✓
42	Reformulació de la informació	No hi ha hagut canvis rellevants	✓
43	Període de report	1 de gener de 2023 a 31 de desembre de 2023	✓
44	Data del report més recent	2022	✓
45	Cicle de report	Anual	✓
46	Punt de contacte per a preguntes i dubtes sobre el report	Dades de contacte en la contraportada	

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
47	Relació entre el salari inicial desglossat per gènere i el salari mínim en llocs on es duen a terme operacions significatives	Pàg. 44-47 La política retributiva respon al principi d'equitat: "la mateixa responsabilitat, el mateix sou", sense fer distincions per gènere o qualsevol altra diferenciació	
48	Percentatge del gasto en els llocs amb operacions significatives que correspon a proveïdors locals	Pàg. 4-5, 66, 106	
49	Nombre i percentatge de departaments en els quals s'han avaluat els riscos relacionats amb la corrupció i riscos significatius detectats	Han sigut avaluades el 100 % de les activitats i els procediments interns dels diferents departaments en els quals s'han identificat possibles riscos relacionats amb la corrupció	
50	Polítiques i procediments de comunicació i capacitat sobre la lluita contra la corrupció	El rebuig a la corrupció és un principi fonamental en el Model de Mercadona	✓
51	Casos confirmats de corrupció i mesures	No s'han detectat casos de corrupció durant el període analitzat	✓
52	Nombre de sentències per competència deslleial, pràctiques de monopoli o contra la lliure competència i resultat d'estes	No se n'ha registrat cap durant el període reportat	
53	Consum energètic intern	7.175.700 GJ	✓
54	Intensitat energètica	526,64 GJ/MQuilitres venda	
55	Estalvi en consum energètic	144,70 milions de kWh	✓
56	Consum d'aigua	Consum total 3,66 hm ³ (dels quals 2,25 hm ³ corresponen a botigues i 1,41 hm ³ a blocs logístics)	✓
57	Captació d'aigua segons la font	100 % xarxa de proveïment municipal Captació d'aigua de pluja en tres plataformes logístiques, que s'utilitza per a reg i neteja	✓
58	Emissions directes de gasos d'efecte d'hivernacle per fugues de gasos fluorats	10,58 t CO ₂ eq/MQuilitres venda	✓
59	Emissions indirectes de gasos d'efecte d'hivernacle per consum d'energia	21,11 t CO ₂ eq/MQuilitres	✓
60	Emissions directes de gasos d'efecte d'hivernacle per transport de mercaderies	7,37 kg CO ₂ eq/m ³ de mercaderia servida a botiga	✓
61	Intensitat de les emissions totals de gasos d'efecte d'hivernacle	55,89 t CO ₂ eq/MQuilitres venda	✓
62	Variació anual de les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle	-1.950 tones de CO ₂	✓
63	Emissions de substàncies que esgoten l'ozó	La companyia no utilitza substàncies que esgoten l'ozó	

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
64	Pes total dels residus generats, segons tipus i mètode de tractament	406.175 tones de residus, de les quals el 91 % va a reciclatge/valorització	✓
65	Percentatge de nous proveïdors que es van examinar en funció de criteris ambientals	Mercadona exigix a tots els seus proveïdors i interproveïdors especialistes que estiguen certificats en algun estàndard de bona gestió ambiental internacionalment reconegut (ISO 14001, EMAS o equivalent)	
66	Nombre i taxa de contractacions i rotació mitjana d'empleats, desglossats per grup d'edat, gènere i àrea d'activitat	Pàg. 44	✓
67	Prestacions socials per als empleats a jornada completa que no s'oferixen als empleats temporals o a mitja jornada, desglossades per ubicacions significatives d'activitat	No existix esta diferenciació	
68	Terminis mínims de preavis de canvis operatius i possible inclusió d'estos en els convenis col·lectius	Qualsevol fet rellevant que pugui afectar la plantilla es notifica a les treballadores i treballadors i als seus representants amb antelació suficient i sempre dins dels terminis establits per la legislació vigent	
69	Percentatge de treballadors que estan representats en comitès formals de seguretat i salut conjunts per a la direcció i empleats, establits per a ajudar a controlar i assessorar sobre programes de seguretat i salut	Els comitès existents representen totes les treballadores i els treballadors al mateix nivell i tots els acords són confirmats per la Direcció	✓
70	Taxa d'accidents hores perdudes i absentisme	Incidència accidentes de treball amb baixa: 29,42 % Hores perdudes: 9.988.254 Absentisme: 4,76 % Absentisme hòmens: 1,46 % Absentisme dones: 3,30 %	✓
71	Treballadors la professió dels quals té una major incidència o risc elevats de malaltia	Amb caràcter general, no s'identifiquen treballadores ni treballadors implicats en activitats amb alta incidència o alt risc de malalties específiques	✓
72	Assumptes de salut i seguretat coberts en acords formals amb els sindicats	Existixen acords en vigor amb els sindicats en els quals es recullen aspectes com ara millores en el disseny dels llocs de treball i de l'elecció d'equips i mètodes de producció per a garantir la seguretat en el treball, així com fomentar la informació i formació necessàries per a minimitzar riscos en cada lloc	✓
73	Mitjana d'hores de formació anuals per empleat, desglossat per gènere i categoria professional	Per empleat: 26,6 hores de formació i 947,5 € invertits de mitjana per persona a Espanya i 142 hores de formació i 3.303 € invertits de mitjana per persona a Portugal	✓

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
74	Programes de gestió d'habilitats i de formació contínua que fomenten l'ocupabilitat dels treballadors i els ajuden a gestionar el final de les seues carreres professionals	Pàg. 52-53	✓
75	Percentatge d'empleats que reben avaluacions de l'exercici de desenvolupament professional desglossat per gènere i categoria professional	Pàg. 44 Totes les treballadores i treballadors són avaluats anualment en l'exercici de les seues funcions, tant en sentit descendent com ascendent	
76	Composició dels òrgans de govern i desglossament de la plantilla per categoria professional i gènere, edat, pertinença a minories i altres indicadors de diversitat	Pàg. 8-9, 44, 48-49	✓
77	Relació entre el salari base dels hòmens respecte al de les dones, desglossada la remuneració dones vs. hòmens	Pàg. 44, 46-47 Aplica el principi d'equitat "la mateixa responsabilitat, el mateix sou" sense cap diferència pel que fa a gènere	✓
78	Nombre de casos de discriminació i mesures correctives adoptades	En 2023, Mercadona no ha registrat per mitjà dels canals disponibles cap cas de discriminació	✓
79	Identificació de centres i proveïdors significatius en els quals la llibertat d'associació i el dret d'acollir-se a convenis col·lectius poden infringir-se o estar amenaçats, i mesures adoptades per a defensar estos drets	La companyia garantix en tots els seus centres de treball la llibertat d'associació com es recull en el conveni col·lectiu vigent No s'han identificat proveïdors significatius en situació de risc	
80	Identificació de centres i proveïdors amb un risc significatiu de casos d'explotació infantil, i mesures adoptades per a contribuir a l'abolició de l'explotació infantil	La companyia garantix que no hi ha cap cas d'explotació infantil en els seus centres de treball No s'han identificat proveïdors significatius en situació de risc	✓
81	Centres i proveïdors amb un risc significatiu de ser origen d'episodis de treball forçós, i mesures adoptades per a contribuir a l'eliminació de totes les formes de treball forçós	La companyia garantix que no hi ha cap cas de treball forçós en els seus centres de treball No s'han identificat proveïdors significatius en situació de risc	
82	Nombre i percentatge de centres que han sigut objecte d'exàmens o avaluacions d'impactes en matèria de drets humans	La companyia complix els estàndards exigits en esta matèria, d'acord amb la legislació vigent	✓
83	Hores de formació dels empleats sobre polítiques i procediments relacionats amb aquells aspectes dels drets humans rellevants per a les seues activitats, inclòs el percentatge d'empleats capacitats	Tota la plantilla rep formació en el Model de Mercadona, que conforma els valors i els comportaments dins de la companyia	✓
84	Percentatge de centres on s'han implantat programes de desenvolupament, avaluacions d'impactes i participació de la comunitat local	La companyia no disposa d'este indicador, però s'especificuen les diferents accions realitzades en el capítol Societat (pàg. 76-91)	

Núm.	Indicador	Pàgina/Comentari	
85	Centres d'operacions amb efectes negatius significatius, possibles o reals, sobre les comunitats locals	Pàg. 20-21, 90 No s'han identificat centres amb efectes negatius en les comunitats locals	
86	Percentatge de nous proveïdors que es van examinar vs. criteris relatius als drets humans, pràctiques laborals i repercussió social	Pàg. 66 El 85 % de l'assortiment és d'origen espanyol, obtingut de proveïdors auditats segons el Model de Mercadona, que preveu la satisfacció de les necessitats de les treballadores i treballadors	
87	Contribucions econòmiques realitzades a partits polítics per país i destinatari	No se n'han fet durant el període de report	
88	Nombre d'incidents per incompliment de normativa o codis voluntaris relatius als impactes dels productes i servicis en la salut i la seguretat durant el seu cicle de vida, desglossats en funció del tipus de resultat d'estos incidents	Durant el període de report no s'han identificat incidents significatius per incompliment en este àmbit	✓
89	Tipus d'informació que requerixen els procediments de l'organització relatius a la informació i l'etiquetatge dels seus productes i servicis, i percentatge de categories de productes i servicis significatius que estan subjectes a estos requisits	Pàg. 30-33	✓
90	Nombre d'incompliments de la regulació i dels codis voluntaris relatius a la informació i a l'etiquetatge dels productes i servicis, desglossats en funció del tipus de resultat	Durant el període de report no s'han identificat incidents significatius per incompliment en este àmbit	
91	Nombre de casos d'incompliment de la normativa o els codis voluntaris relatius a les comunicacions de màrqueting, com ara la publicitat i el patrocini, desglossats en funció del tipus de resultat	Durant el període de report no s'han identificat incidents significatius per incompliment en este àmbit	
92	Nombre de reclamacions fonamentals sobre la violació de la privacitat i la fuga de dades dels clients	La companyia no en té constància de cap en el període de report	✓
93	Import de les multes significatives per incomplir la normativa i la legislació relatives al subministrament i l'ús de productes i servicis, valor monetari de les multes significatives i nombre de sancions no monetàries per incompliment de la legislació i la normativa	No hi ha incompliments significatius de la normativa*	

* La companyia considera significativa qualsevol sanció econòmica superior als 50.000 €.



MERCADONA
Supermercats de Confiança

MERCADONA S.A.

C/ València, 5 – 46016
Tavernes Blanques (Valencia)
Telèfon: (+34) 963 883 333

**IRMADONA SUPERMERCADOS,
UNIPESSOAL, LDA.**

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



**PRESENCIA DIGITAL DE MERCADONA
ESPANYA**

info.mercadona.es
www.facebook.com/mercadona
www.x.com/mercadona
www.instagram.com/mercadona
www.youtube.com/mercadona
www.linkedin.com/company/mercadona

**PRESENCIA DIGITAL DE MERCADONA
PORTUGAL**

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