

Transformando Mercadona

olá



Memoria Anual 2018

MERCADONA

MEMORIA ANUAL 2018



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



Menchu y Jesús, trabajadores del supermercado de La Almadra en la Ciudad Autónoma de Ceuta.



Fachada del supermercado de la calle Carlos V en la Ciudad Autónoma de Melilla.



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



Ensalada de la nueva sección "Listo para Comer".



Ensalada elaborada de hélices de lentejas.



Izaro y Esther, "Jefas" del supermercado de Leruntxiki en Elgoibar, Gipuzkoa.



Cubierta ajardinada del supermercado de la calle Ayala en Madrid.



Nueva bolsa de papel de Mercadona.



Furgoneta de reparto a un comedor social en Huesca.



Nueva sección de horno.



Nuevo servicio de compra Mercadona Online.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	
Nuestros hechos más relevantes 2018	4
Mensaje del Presidente	6
EL MODELO 10	
Transformar Mercadona	12
Mercadona Sostenible	19
Modelo de Innovación Transversal	20
IRMÃDONA: MERCADONA EN PORTUGAL 22	
1. “EL JEFE” 32	
Tiendas y Mercadona Online	35
Listo para Comer	41
Surtido Eficaz	42
Innovación	44
Seguridad Alimentaria y Calidad	46
Servicio de Atención al Cliente	48
Alimentación Saludable	50
2. EL TRABAJADOR 54	
Indicadores Plantilla	57
Nuevo Convenio Colectivo de Empresa	58
Compromiso con la igualdad y la diversidad	59
Apuesta por la creación de empleo estable y de calidad	60
Conciliación y compromiso con el bienestar de la plantilla	63
Formación para el crecimiento profesional	64
Salud y seguridad en el trabajo	64
3. EL PROVEEDOR 70	
Proveedor Totaler	73
Industria Mercadona	76
Bloques logísticos	82
4. LA SOCIEDAD 90	
Crecimiento sostenible y compartido	93
Diálogo y transparencia	95
Acción social: medidas, objetivos y resultados	102
Mercadona Sostenible	106
5. EL CAPITAL 114	
INFORMACIÓN ADICIONAL RELEVANTE 122	
TRAYECTORIA MERCADONA 132	

NUESTROS HECHOS MÁS RELEVANTES 2018



“EL JEFE”

1.636

TIENDAS EN 2018
29 aperturas
20 cierres

400

SUPERMERCADOS CON
EL NUEVO MODELO
DE TIENDA EFICIENTE
(Tienda 8)

215

reformas

300

NOVEDADES
EN EL SURTIDO

75

mejoras de producto

5,3

MILLONES DE HOGARES
compran en Mercadona

15,3%

CUOTA DE MERCADO
en superficie total de
venta de la distribución
organizada en España

11

SUPERMERCADOS CON
LA NUEVA SECCIÓN
“LISTO PARA COMER”



EL TRABAJADOR

85.800

TRABAJADORES
con empleo estable y
de calidad

85.500

en España

300

en Portugal

1.800

NUEVOS
EMPLEOS FIJOS

70

MILLONES DE EUROS
invertidos en formación

1.328

EUROS/MES BRUTOS
de sueldo de inicio del
personal base en España
1.193 EUROS/MES NETOS

325

MILLONES DE EUROS
de prima variable repartidos
entre la plantilla



EL PROVEEDOR

18.640

MILLONES DE EUROS
COMPRAS EN ESPAÑA
(más del 85% del total)

+1.107

millones de euros
que en 2017

1.400

PROVEEDORES TOTALER

2.387

PROVEEDORES
COMERCIALES
y de servicio

+20.000

PYMES Y
PRODUCTORES
de materias primas

43

DÍAS
de plazo de pago a los
Proveedores Totaler



LA SOCIEDAD

1.575

MILLONES DE EUROS
Contribución Tributaria de
Mercadona en España

IMPACTO DE LA CADENA
DE MONTAJE DE
MERCADONA EN ESPAÑA:

630.000

puestos de trabajo directos,
indirectos e inducidos
3,4% del empleo total

1,9%

del PIB nacional
22.900 millones de euros

COMPROMISO SOCIAL:

8.300

toneladas de alimentos
donados

Colaboración con:
170 comedores sociales
60 bancos de alimentos

33

fundaciones y centros
ocupacionales

+1.000 personas con
discapacidad intelectual
elaboran los murales de
trencadís de los supermercados

TRANSPORTE SOSTENIBLE:

54

camiones propulsados a gas

18

megatráilers



EL CAPITAL

24.305

MILLONES DE EUROS
FACTURACIÓN (+6%)

11.848

millones de kilos-litros
(kilitros) vendidos (+2%)

1.504

MILLONES DE EUROS
INVERSIÓN (+50%)

593

MILLONES DE EUROS
BENEFICIO NETO (+84%)

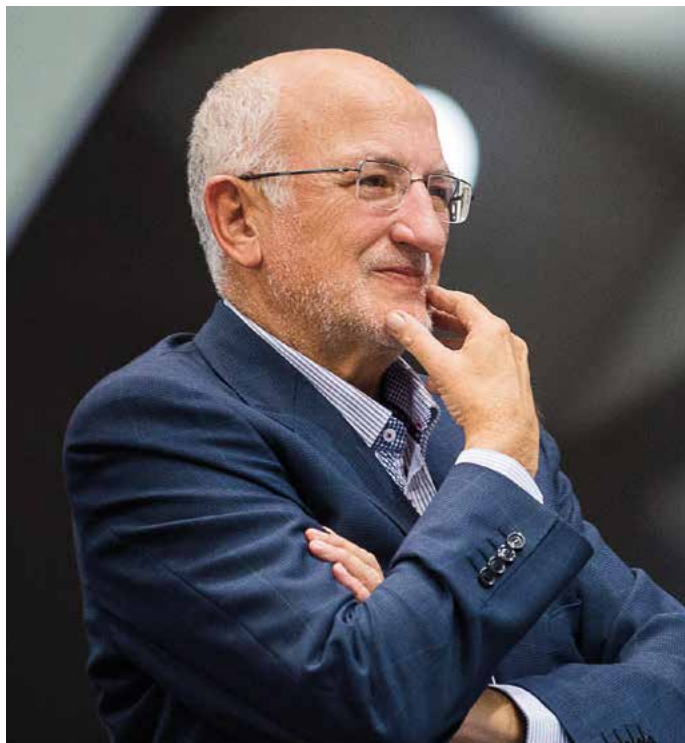
470

MILLONES DE EUROS
destinados a reforzar
los FONDOS PROPIOS

40

MILLONES DE EUROS
de inversión en
MEDIO AMBIENTE

MENSAJE DEL PRESIDENTE



En Mercadona hemos llevado a cabo muchas iniciativas transformadoras en 2018. Durante estos doce meses, todos hemos trabajado dentro del modelo de referencia que nos hemos dado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes (*“El Jefe”, como lo denominamos internamente*) y de los otros componentes de la compañía: Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital. Y hemos seguido transformando la compañía gracias a la determinación y al compromiso de cuantos formamos parte de este proyecto, que persigue un crecimiento basado en la eficiencia, la diferenciación, la sostenibilidad y la creatividad innovadora.

Para alcanzar este objetivo, resulta fundamental seguir manteniendo en nuestro trabajo diario la disciplina de aplicar siempre los métodos y valores que conforman nuestra esencia como empresa. Entender que el éxito no continúa de forma automática, y que es necesario ser ágiles para adaptarnos con inmediatez a las nuevas necesidades de los clientes, así como ser disruptivos e inconformistas para abordar los cambios. Es lo que nos permite enfrentar

no solo los retos presentes, sino también estar preparados para las sucesivas olas de cambio que están por llegar.

Hoy ya no somos solo una empresa de supermercados físicos: empezamos también a ser una empresa de supermercados online, tras la puesta en marcha del proyecto de Mercadona Online. Hoy ya no solo vendemos productos para que “El Jefe” se los prepare en casa: los estamos preparando en la nueva sección de Listo para Comer. Y junto a estos nuevos proyectos, continuamos construyendo, conjuntamente con 1.400 Proveedores Totaler, un Surtido Eficaz que, producto a producto, aporta diferenciación. Porque nuestro objetivo es ser la mejor opción para los clientes y, para ello, nuestra obsesión es prescribirle a “El Jefe” productos innovadores con la máxima calidad al menor precio.

La suma de todas estas iniciativas y estrategias, junto al desarrollo del Nuevo Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8) y al proyecto de Frescos Global, con la incorporación de importantes mejoras en nuestras secciones de frescos y una mayor adaptación al surtido local, ha llevado a Mercadona en 2018 a incrementar las ventas en superficie constante en un 6%, hasta los 24.305 millones de euros.

Igualmente, y gracias al esfuerzo de las más de 300 personas portuguesas que se han unido al proyecto de la compañía en Portugal, continuamos avanzando en nuestro salto internacional, país en el que tenemos previsto abrir 10 tiendas durante 2019 en los distritos de Porto, Braga y Aveiro, así como nuestro primer bloque logístico en Póvoa de Varzim, Porto.

También, y con la finalidad de incrementar la eficiencia y la productividad en nuestros procesos, hemos seguido invirtiendo en la construcción y reformas de los bloques logísticos para eliminar sobreesfuerzos a las personas que realizan su actividad diaria en ellos. Pero además, en 2018 hemos puesto en marcha una serie de iniciativas que refuerzan nuestra competitividad, desde una gestión de pedidos más eficiente que reduce los stocks, lo que garantiza un abastecimiento real, a una mejor organización

en los procesos y tareas, con la consiguiente optimización del espacio en nuestros supermercados.

Sabemos que nuestra responsabilidad como empresa pasa por adelantarnos a los cambios medioambientales y sociales que la sociedad demanda. Conscientes de que todavía nos queda mucho por hacer pero con el compromiso firme de seguir avanzando, aprovechamos también la innovación para impulsar numerosas iniciativas que contribuyen a hacer de las ciudades y de los entornos en los que tenemos presencia un lugar más sostenible. Ejemplo de este compromiso son el uso de camiones a gas, la construcción de jardines urbanos y cubiertas verdes en algunos de nuestros supermercados o las distintas iniciativas que tanto en Bienestar Animal como en la eliminación de plásticos estamos llevando a cabo.

Todo ese proceso de adaptación y renovación constante es una realidad que avanza gracias al esfuerzo inversor sostenido de la compañía; un esfuerzo inversor que, en nuestro caso, abordamos como una apuesta por el medio y largo plazo. En 2018, este esfuerzo ha sido de 1.504 millones de euros, destinados a construir el Mercadona del futuro y que nos está ayudando a cumplir la máxima de perseguir primero la satisfacción de “El Jefe”, porque con ello llega la venta, y después el beneficio. La aplicación todos los días de esta estrategia y los excelentes resultados de las iniciativas anteriormente descritas han hecho crecer el beneficio neto más de un 80%, hasta alcanzar los 593 millones de euros. Esto ratifica lo que hace dos años ya explicamos y a lo que nos comprometemos: *que el beneficio para los cinco componentes en el largo plazo es la inversión que estamos haciendo para transformar Mercadona.*

Gracias a esta transformación constante, al afán de superación, la pasión y al alto nivel de compromiso de todas aquellas personas que forman parte de la compañía, Mercadona es hoy más productiva y ágil de lo que era. Durante 2018, también se ha llevado a cabo, junto a los sindicatos, la renovación del convenio colectivo de empresa y el plan de igualdad por cinco años, en el que se vuelven a aplicar medidas pioneras que lo hacen más igualitario y social para las 85.800 personas que conforman

“El éxito no continúa de forma automática, es necesario ser ágiles para adaptarnos con inmediatez a las nuevas necesidades; y disruptivos e inconformistas para abordar las sucesivas olas de cambio que están por llegar”

Mercadona, tras la creación en estos doce meses de 1.800 nuevos puestos de trabajo estables y de calidad. Con ellos, la compañía, en el convencimiento de que el crecimiento tiene que ser compartido, ha repartido entre las trabajadoras y trabajadores, un año más, y en concepto de prima por objetivos, la cantidad de 325 millones de euros del beneficio generado.

Y en 2019, nuestro reto sigue siendo el mismo: perseguir un crecimiento sostenible basado en la eficiencia, la diferenciación, la sostenibilidad y la creatividad innovadora, en el que la implantación de herramientas digitales nos servirá como impulso acelerador. En este camino por el que hemos decidido avanzar somos conscientes de que asumiremos riesgos y cometeremos errores y de que la mejor forma de corregirlos es tener la voluntad de admitirlos con humildad. Y también de que, a veces, cuando el camino no existe, lo tendremos que crear. Para ello, como ha sucedido a lo largo de la historia del Proyecto Mercadona, contamos con el apoyo de nuestros accionistas y de nuestro Consejo de Administración, cuyo liderazgo y determinación contribuyen a perseguir nuestra visión de tener una empresa que la gente quiera que exista; haciendo lo que toque en cada momento, convencidos de que, tal y como reflejan los autores del libro Capitalismo Consciente, *“igual que las personas no vivimos solo para comer, tampoco las empresas existimos solo para lograr beneficios; ahora bien: las personas no podemos vivir sin comer y las empresas no podemos vivir sin beneficios”*.

Juan Roig

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Asegura el buen funcionamiento de la organización y la determinación y el cumplimiento de las políticas y de los procedimientos establecidos por el Consejo de Administración.





Francisco Espert
Director General de
Prescripción Secos



Rafael Berrocal
Director General de
Compras Carne, Mar,
Fruta y Verdura



Carlos Pérez
Director General de
Compras Transformados
del Campo



**Jose Miguel
Fernández**
Director General de
Compras Lácteos,
Vino y Cerveza



Héctor Hernández
Director General Jurídico,
Organización y
Marina de Empresas



Daniel Blasco
Director General de
Recursos Humanos

Consejo de **Administración**

Es el órgano encargado del gobierno de la organización y de la representación de la compañía.

Presidente	Juan Roig Alfonso
Vicepresidenta	Hortensia M ^a Herrero Chacón
Secretaria del Consejo	Carolina Roig Herrero
Vocales	Hortensia Roig Herrero
	Amparo Roig Herrero
	Juana Roig Herrero
	Rafael Gómez Gómez
	Fernando Roig Alfonso

Comisión de **Auditoría**

Integrada en el Consejo de Administración, se encarga de la supervisión de la información contable, fiscal y financiera, de los servicios de auditoría, el cumplimiento y la gestión de riesgos.

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



EL MODELO

MERCADONA, EMPRESA DE CAPITAL FAMILIAR, ES UNA DE LAS PRINCIPALES COMPAÑÍAS DE SUPERMERCADOS Y VENTA ONLINE EN ESPAÑA

Desde su fundación, su objetivo es asumir la responsabilidad de prescribirle a “El Jefe” (como internamente denomina al cliente) la mejor opción para satisfacer sus necesidades de alimentación, limpieza del hogar e higiene personal, así como las relacionadas con el cuidado de sus mascotas. Gracias a ello, más de 5,3 millones de hogares depositan diariamente su confianza en la compañía a través de los 1.636 supermercados que tiene repartidos por toda la geografía nacional y desde este año también a través de su nuevo canal de venta online por medio de almacenes propios denominados “Colmenas”

TRANSFORMAR MERCADONA

Mantenemos un proceso de transformación constante y vamos a continuar cambiando, con **“El Jefe”** como **faro**, para seguir buscando ser siempre su mejor opción

+ info. **pág. 37**

MERCADONA ONLINE



Fachada de la primera “Colmena” de Mercadona Online, en Vara de Quart, València.

En mayo de 2018 Mercadona inició el “Laboratorio” de su proyecto de venta online desde su nueva “Colmena”, donde centraliza la preparación y distribución de los pedidos online. Este servicio está disponible actualmente en 134 códigos postales de la provincia de València, y está previsto ir ampliándolo a otras ciudades.

134

CÓDIGOS POSTALES DE LA PROVINCIA DE VALÈNCIA

+ info. **pág. 73**

EVOLUCIÓN MODELO PROVEEDOR



Línea de fabricación de embutidos del Proveedor Totaler Embutidos Monter en Sant Jaume de Llierca, Girona.

Mercadona ha evolucionado desde el Modelo de Interproveedor hacia un nuevo concepto: el Proveedor Totaler. Hoy, en la compañía hay más de 1.400 Proveedores Totaler, especializados en productos y no en categorías, que elaboran productos de las marcas propias para Mercadona, con las máximas garantías de Seguridad Alimentaria y una gran calidad, coinnovando y desarrollando conjuntamente en función de lo que el cliente necesite.

1.400

PROVEEDORES TOTALER

+ info. **pág. 41**

LISTO PARA COMER



Mariló, directora del proyecto “Listo para Comer” junto a su equipo en el supermercado de plaza Francisca Navarro, en Burjassot, València.

A mediados de 2018, Mercadona puso en marcha “Listo para Comer”, una nueva sección que ofrece 35 platos cocinados y listos para consumir. Al cierre del año, esta sección está disponible en 11 tiendas de la provincia de València.

35

PLATOS

11

TIENDAS

+ info. **pág. 36 y 38**

TIENDA EFICIENTE Y FRESCOS GLOBAL



Fachada del supermercado de Ali-Gobeo en Vitoria-Gasteiz, Araba/Álava.

Mercadona cuenta actualmente con 400 supermercados adaptados a su nuevo Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8), proyecto que inició en 2016. Se trata de un nuevo concepto de supermercado que refuerza la excelencia en el servicio, optimiza el acto de compra y reduce hasta en un 40% el consumo energético. La compañía también dispone de 660 tiendas con el modelo Frescos Global.

400

TIENDAS 8

660

TIENDAS CON FRESCOS GLOBAL

Este proceso de **cambio disruptivo** en el que estamos inmersos implica un importante **esfuerzo inversor: 1.504 millones de euros**

+ info. **pág. 24**

MERCADONA PORTUGAL



Exterior del supermercado en construcción de Canidelo, Vila Nova de Gaia, Porto.

Mercadona tiene previsto abrir 10 tiendas en 2019 en los distritos de Porto, Braga y Aveiro, y ha invertido un total de 160 millones de euros en esta primera fase del proyecto, destinados principalmente a la construcción de los supermercados, de un bloque logístico ubicado en Póvoa de Varzim, Porto, y a la consolidación de una plantilla que alcanzará los 1.000 trabajadores portugueses en 2019.

10

TIENDAS EN 2019

1

BLOQUE LOGÍSTICO

+ info. **pág. 65**

+ EFICACES + PRODUCTIVOS



Lineal de geles Deliplus del supermercado de San Clemente, Cuenca.

La compañía ha puesto en marcha varias medidas de organización del proceso logístico y en tienda para optimizar espacios y procesos que se suman a las nuevas formas de realizar los pedidos. Una de ellas, el Pedido R, implementado en 18 supermercados, tiene por objetivo mantener el servicio a “El Jefe” optimizando el stock en tienda.

18

SUPERMERCADOS CON EL PEDIDO R

+ info. **pág. 21**

TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Maribel y Ángel, trabajadores del supermercado de la calle José Iturbi en Torrent, València.

La compañía continúa inmersa en su proceso de transformación digital en colaboración con Proveedores Especialistas de las distintas soluciones informáticas. El objetivo es agilizar al máximo la toma de decisiones, incrementando la eficiencia de los procesos a través de datos únicos y veraces.

31

MILLONES EUROS DE INVERSIÓN

en nuevas pantallas táctiles para las tiendas

+ info. **pág. 106**

SOCIALMENTE RESPONSABLE



Camión propulsado a gas en el bloque logístico de Riba-roja de Túria, València.

A través de sus hechos de responsabilidad social, Mercadona atiende el componente social y ambiental con distintas líneas de actuación sostenibles. Algunas de estas, se centran en desarrollar, por ejemplo, el compromiso de la compañía con el Bienestar Animal, la eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso en 2019, la colaboración con comedores sociales y bancos de alimentos, o en las diferentes iniciativas logísticas para contribuir a tener entornos más sostenibles.

54

CAMIONES PROPULSADOS A GAS



Fachada del supermercado de la calle Carlos V en la Ciudad Autónoma de Melilla.



LA MISIÓN

LLENAR LA TRIPA

"Prescribir al consumidor final productos / soluciones que cubran sus necesidades de comer, beber, cuidado personal, cuidado del hogar y cuidado de animales...

... asegurando siempre Seguridad Alimentaria, Máxima Calidad, Máximo Servicio, Mínimo Presupuesto y Mínimo Tiempo"

LA VISIÓN

"Conseguir una Cadena Agroalimentaria Sostenible, que la gente quiera que exista y sienta orgullo de ella, liderada por Mercadona y teniendo a 'El Jefe' como faro"

Nuestra responsabilidad como empresa es conseguir la satisfacción de los cinco componentes que conforman la compañía, porque el éxito sostenido llega cuando te aplicas en satisfacer, siempre, con la misma intensidad a todos los componentes. Para alcanzar este objetivo, Mercadona cuenta con un Modelo propio, que parte del paradigma de la sencillez y actúa como elemento vertebrador de los principios y valores de la compañía

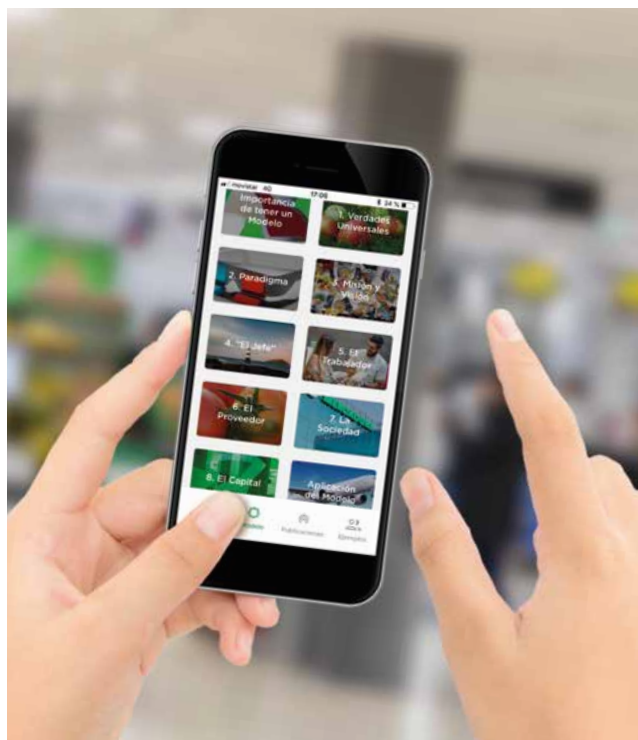
Los fundamentos del Modelo

El Modelo de Mercadona es el marco de referencia en la toma de decisiones para cuantos forman parte de su proyecto. Ayuda a que todas las personas, motivadas por su propio impulso en obtener la satisfacción de “El Jefe”, vayan en la misma dirección y permite decidir con agilidad cómo y cuándo se debe actuar ante una circunstancia determinada.

Desarrollado sobre verdades universales y paradigmas, su puesta en práctica diaria propicia la incorporación de mejoras que aportan valor, eliminando todo aquello que no encaje en el Modelo, para que, de una forma abierta y colaborativa, contribuyan a satisfacer, por este orden y con la misma importancia, a los cinco componentes de

Mercadona: “El Jefe”, como internamente denomina a sus clientes, El Trabajador, El Proveedor, La Sociedad y El Capital.

Para ello, desde 1993, Mercadona cuenta con un modelo de gestión específico en el que basa todas sus decisiones, el Modelo de Calidad Total, que evoluciona para facilitar la toma de decisiones teniendo siempre como faro la satisfacción de “El Jefe”. Por medio de él, desarrolla objetivos y estrategias específicas con una perspectiva empresarial que se apoya en una cultura de participación para generar un crecimiento innovador, sostenido y compartido, cuyo objetivo es tener un modelo de empresa diferencial que la sociedad quiera que exista.



Nueva aplicación Activo2.

Activo2:

Una APP propia para mejorar la aplicación diaria del Modelo

En 2018 Mercadona ha desarrollado una nueva aplicación informática denominada Activo2, que contiene las principales herramientas formativas del Modelo y de la cultura de la compañía. Su nombre surge de las ideas de dos trabajadores que Juan Roig, presidente de la compañía, fusionó con el objetivo de dejar constancia de que el mayor activo de la empresa es el Trabajador, segundo componente del Modelo de Mercadona.

La nueva plataforma permite a las trabajadoras y trabajadores interactuar y compartir ejemplos y experiencias de forma activa y bidireccional, hecho que contribuye a mejorar la aplicación del Modelo en el día a día. Esta mejora se engloba dentro del proyecto de innovación tecnológica de Mercadona orientado a simplificar los procesos para agilizar al máximo la toma de decisiones.

DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS 5 COMPONENTES

COMPONENTES	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS	DESEMPEÑO 2018
1. “EL JEFE” Nuestro objetivo principal es satisfacer totalmente a los clientes	• Modelo de Seguridad Alimentaria • Surtido Eficaz: máxima calidad, mínimo precio • Estrategia Frescos Global • Nuevo Modelo de Tienda Eficiente • “Listo para Comer” • Servicio de Atención al Cliente • Protección de datos de los consumidores • Innovación transversal • Mercadona Online	✓ ∞ ∞ ∞ ∞ ✓ ✓ ✓ ∞
2. EL TRABAJADOR Quien satisface a “El Jefe” tiene que estar satisfecho al 100%	• Puestos de trabajo fijos y con sueldos por encima de la media del sector • Principio de equidad: misma responsabilidad, mismo sueldo • Prima por objetivos • Formación y promoción interna • Prevención de riesgos laborales • Conciliación de la vida personal y laboral • Plan de Igualdad • Clima social • Protección de datos de los trabajadores • Servicio médico a disposición del trabajador	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ∞ ✓ ✓ ✓
3. EL PROVEEDOR Los Proveedores Totaler vertebran la Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona	• Código de Buenas Prácticas Comerciales • Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona • Generación de tejido industrial • Políticas de Pesca Sostenible • Política de Bienestar Animal • Protección de datos de los proveedores	✓ ∞ ∞ ∞ ∞ ✓
4. LA SOCIEDAD Contribuir al desarrollo económico sostenible y al progreso social del país es una obligación para la compañía	• Modelo de relación con las comunidades locales • Diálogo y transparencia • Impulsar el emprendimiento • Políticas de prevención de delitos y anticorrupción • Programa de lucha contra la exclusión: donación de alimentos • Modelo de Logística Sostenible • Sistema de gestión medioambiental • Protección de datos de los vecinos • Gestión proactiva para detectar y eliminar posibles focos de riesgo de molestias a la vecindad • Gestión para solucionar sugerencias de la vecindad	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ∞ ∞ ✓ ✓ ✓
5. EL CAPITAL El objetivo es obtener beneficio como consecuencia de hacer bien las cosas	• Crecimiento y rentabilidad • Políticas de gestión de riesgo financiero • Reinversión y visión a largo plazo • Generación de riqueza y valor compartido	✓ ✓ ✓ ✓

✓ Estrategia consolidada ∞ Estrategia en desarrollo

MERCADONA TRABAJA EN LA GESTIÓN, CONTROL Y PREVENCIÓN DE LOS **POSIBLES RIESGOS** INHERENTES A SU ACTIVIDAD



“EL JEFE”

- Seguridad Alimentaria
- Cambios de hábitos de consumo
- Protección de datos
- Transformación digital



EL TRABAJADOR

- Políticas de igualdad y diversidad
- Prevención de riesgos laborales
- Conciliación
- Protección de datos



EL PROVEEDOR

- Buenas prácticas comerciales
- Protección de datos



LA SOCIEDAD

- Ciudades y transporte sostenibles
- Uso responsable de los recursos
- Relación con comunidades locales
- Medio ambiente y cambio climático
- Protección de datos
- Prevención de delitos y anticorrupción



EL CAPITAL

- Incremento precio materias primas
- Liquidez

Mercadona Sostenible

Mercadona siempre ha asumido el compromiso de impulsar las mejores prácticas en materia de sostenibilidad y desarrolla su actividad de manera responsable. Lo hace por medio de un comportamiento ético que fomenta el diálogo con la sociedad y que promueve los distintos Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por la Organización de Naciones Unidas, organización que desarrolla el Pacto Mundial, iniciativa de la que, además, Mercadona es socia desde 2015.

Con este propósito, el Comité de Dirección de la compañía es el encargado de determinar las políticas para identificar, prevenir y gestionar los riesgos inherentes a la actividad de Mercadona. Promueve y apoya un firme compromiso con la prevención y gestión de los riesgos que pueden afectar a la compañía, lo que se traduce en las numerosas estrategias implementadas para garantizar la satisfacción de los cinco componentes.

Además de ello, uno de los valores clave para Mercadona es el de la transparencia, que aplica de manera constante con todos los componentes de la compañía. De esta manera, comparte objetiva y periódicamente su evolución y resultados con sus proveedores, la plantilla y la sociedad a través de canales muy diversos como la memoria anual y la memoria de medio ambiente, el portal de transparencia, la participación en numerosos foros y los diferentes informes e iniciativas de sostenibilidad en que colabora con las asociaciones de las que es miembro.

Estas acciones se describen con detalle en los correspondientes apartados de esta Memoria. A continuación, se destacan algunas de las más significativas.



Modelo de Innovación Transversal

Mercadona siempre ha considerado la innovación como un factor clave para el desarrollo presente y futuro de la compañía. Por tal motivo, dispone de un Modelo de Innovación propio que es transversal, lo que constituye una de sus principales palancas de crecimiento y diferenciación. El Modelo de Innovación de Mercadona es, además, un modelo abierto en el que participan cuantos forman parte de la plantilla, los

proveedores y, muy especialmente, “El Jefe”. Gracias a este intercambio de ideas, experiencias y conocimiento, la compañía aborda sus procesos creativos desde una perspectiva conjunta y diferencial que permite no solo desarrollar nuevos productos y servicios con agilidad y sencillez, sino adelantarse a las necesidades de “El Jefe” con soluciones que le ofrecen una experiencia de compra total.

4 EJES DE LA INNOVACIÓN

INNOVACIÓN DE CONCEPTO



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

- Todas las innovaciones se impulsan exclusivamente si añaden valor a “El Jefe” y al resto de Componentes.
- El Nuevo Modelo de Tienda Eficiente optimiza el acto de compra de los clientes y genera ahorros energéticos de hasta el 40% respecto a una tienda convencional. El Observatorio de Innovación en Gran Consumo 2018, impulsado por el Instituto Cerdà, lo califica como una de las prácticas innovadoras destacadas en la cadena de Gran Consumo en España.



INNOVACIÓN DE PRODUCTO



Paco y Ángel, trabajador y “Jefe” en el Centro de Coinnovación de Platos Preparados en Bétera, València.

- 300 nuevos productos con un ratio de éxito del 82%.
- 2 productos definidos por el Observatorio de Innovación en Gran Consumo 2018 del Instituto Cerdà como prácticas innovadoras reseñables en la cadena de Gran Consumo en España.
- 19 centros de coinnovación en España y Portugal en los que se han realizado 9.000 sesiones con los “Jefes” para innovar conjuntamente.
- 2 naves de surtido: una en España y otra en Portugal.
- 1 tienda piloto en el Centro de Coinnovación del Jarro, “Jarrods”, ubicado en Paterna (València).



De hecho, Mercadona, desde su fundación, apuesta por la innovación como motor de cambio. Una innovación basada en el conocimiento y en la experiencia, que únicamente se impulsa si aporta valor a “El Jefe”. Una innovación que es, en definitiva, uno de los principales resortes que tiene la compañía para, como es su objetivo, reinventarse constantemente, transformarse y seguir construyendo el Mercadona del futuro.

**Fomentar la innovación
para crecer y
diferenciarnos.
Si no hay fracaso
es porque no se
innova lo suficiente**

INNOVACIÓN DE PROCESOS



Sistema de Picking Puente Grúa (PPG) en el bloque logístico de Guadix, Granada.

- Mejoras en procesos de fabricación y en sistemas logísticos para evitar sobreesfuerzos, costes innecesarios y reforzar la productividad.
- Nueva herramienta, denominada Pedido R, para gestionar del stock de manera más eficiente e incrementar la eficiencia y productividad de la cadena logística.
- Desarrollo de la teoría de la contrastación, definiendo de forma científica el rol de cada persona en los procesos y métodos de la compañía, midiendo muy bien el esfuerzo y el resultado.



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



Nueva aplicación informática para la compra online.

- Agilizar al máximo la toma de decisiones y simplificar los procesos.
- Continuar avanzando en la automatización de los bloques logísticos para eliminar los sobreesfuerzos.
- Nuevo departamento Mercadona Online, que ha permitido impulsar el crecimiento a través de este canal.
- Acuerdo con la compañía tecnológica SAP para implantar la tecnología S4 HANA y disponer de un dato veraz, único y en tiempo real que permita incrementar la eficiencia y agilidad de los procesos y mejorar la gestión.





IRMÃDONA: MERCADONA EN PORTUGAL

HEMOS SEGUIDO TRABAJANDO
EN EL **DESARROLLO DE NUESTRA
INTERNACIONALIZACIÓN**, QUE
DECIDIMOS PONER EN MARCHA EN
JUNIO DE 2016 CON LA **CREACIÓN
DEL PROYECTO EN PORTUGAL**

Con este objetivo se creó la sociedad Irmãdona Supermercados S.A., que significa “hermana de Mercadona” y que tiene su sede en Porto

PRINCIPALES DATOS IRMÃDONA

Plantilla de
300
PERSONAS
en 2018

60
MILLONES DE EUROS
de inversión en 2018

88
MILLONES DE EUROS
de compras a Proveedores
portugueses en 2018

**CENTRO DE COINNOVACIÓN
EN MATOSINHOS**
para el desarrollo del surtido
adaptado a los “Jefes”
portugueses

**BLOQUE LOGÍSTICO
EN PÓVOA DE VARZIM**
Parcela de
50.000 m²

10
APERTURAS
previstas en 2019



Sónia, trabajadora en formación del supermercado de Gondomar, Porto.

Irmãdona

10 supermercados en 2019 como punto de partida para seguir creciendo

A lo largo de estos doce meses, la compañía ha destinado importantes recursos para avanzar en su objetivo de ser una empresa portuguesa de origen español y valenciano. Y esto solo será posible a través del esfuerzo previo de conocer en profundidad el mercado portugués, las costumbres, gustos y necesidades de la sociedad portuguesa, para integrarse mejor en ella y poder aportar valor.

Gracias a este trabajo de conocimiento, Mercadona ha confirmado *in situ* que Portugal es un mercado muy competitivo que representa una clara oportunidad de crecimiento y mejora para la compañía. Este hecho ha propiciado la decisión de la compañía de reforzar su expansión en Portugal, donde abrirá 10 tiendas en el segundo semestre de 2019, en lugar de las 4 inicialmente previstas.

Aprender e innovar con “El Jefe” portugués

Precisamente para poder adaptarse a la sociedad lusa y aprender con los consumidores portugueses, la compa-

ña inauguró en junio de 2017 el Centro de Coinnovación de Matosinhos (Porto). Con 1.000 m² distribuidos en dos plantas, en este centro trabajan 50 Especialistas de Soluciones Locales, que estudian las necesidades y preferencias de los clientes con el fin de adaptar el surtido a los hábitos y gustos del consumidor portugués.

El Centro de Coinnovación de Matosinhos es el primero de Portugal de los 19 de estas características que la compañía tiene. Cuenta con una sala de degustación de productos y cocinas para las sesiones participativas con los “Jefes”. En las instalaciones de este macro laboratorio de ideas se han realizado un total de 2.000 sesiones a lo largo de 2018, como, por ejemplo, las pruebas de vino verde, en las que, con la colaboración de los “Jefes” portugueses, hemos desarrollado la marca propia para Mercadona “Castelo de Moinhos”. Está disponible desde octubre 2018 en 24 tiendas limítrofes a la frontera portuguesa ubicadas en las provincias de Pontevedra, Ourense, Zamora, Salamanca, Badajoz y Huelva.



Definiendo el surtido de vinos para Portugal en el Centro de Coinnovación de Matosinhos, Porto.



Línea de producción del vino verde Alvarinho del Proveedor Totaler portugués Adega de Monção en Monção, Viana do Castelo.



Etiqueta del vino verde Alvarinho de la marca propia de Mercadona, “Castelo de Moinhos”, de origen portugués.

Formación de plantilla

Las trabajadoras y trabajadores de Mercadona son uno de los pilares de la empresa, que desde su fundación apuesta por el talento de cuantos forman parte de su plantilla. En el caso de Portugal, la compañía cuenta ya con un equipo humano de 300 profesionales, tras contratar a 180 personas a lo largo de 2018, y tiene previsto seguir realizando nuevas incorporaciones, hasta alcanzar una plantilla de 1.000 personas, en 2019, para poder garantizar su desarrollo y expansión en el mercado luso a corto plazo.

Mercadona apuesta por la formación y el desarrollo del talento y de las habilidades de las personas que conforman su plantilla. Por ello, todas las trabajadoras y trabajadores que la compañía ha contratado en Portugal han recibido formación. Con una duración de 18 meses y una inversión media de 50.000 euros por persona, reciben información detallada sobre el Modelo de Calidad Total de Mercadona y su aplicación, al tiempo que refuerzan sus habilidades y liderazgo, así como las competencias específicas en la gestión de los distintos puestos de trabajo.

En este sentido, los primeros 180 trabajadores de tienda se trasladaron a España en 2018 para realizar su formación específica, lo que les ha permitido mejorar sus habilidades en cada puesto concreto y conocer Mercadona, su Modelo de Gestión y su historia, con mayor exactitud y profundidad.

300
TRABAJADORAS Y
TRABAJADORES

50.000 euros
de inversión
por persona en
formación

Compras a proveedores portugueses

Mercadona colabora con proveedores portugueses desde hace años, a quienes en 2018 ha realizado compras por valor de 88 millones de euros, completando un total de 203 millones de euros desde que anunció su proyecto de internacionalización en Portugal, en 2016.

Prueba de ello son, por ejemplo, el Proveedor Totaler Pastelaria e Confeitaria Rolo, el de pescado de lonja Foz da Nazaré o el de queso Lacto Serra, empresas portuguesas que contribuyen a que la compañía pueda ofrecer un Surtido Eficaz, y especializado, con totales garantías en materia de Seguridad Alimentaria, con la máxima calidad y al mínimo precio posible.

Foz da Nazaré es un proveedor de pescado de lonja que colabora con Mercadona desde 2016, llevando pescado fresco de la lonja a las tiendas de España, lo que ha representado, en 2018, 289 toneladas de pescado como boquerón, sardina, jurel, faneca, pulpo y congrio





Pastelaria e Confeitaria Rolo, empresa portuguesa que colabora con Mercadona desde 2017 y, desde entonces, se ha introducido en 660 supermercados de la cadena el típico pastel portugués “pão de Deus”, conocido en España por bizcocho de coco. En 2018, Mercadona compró 1.130.000 unidades de este producto



Lacto Serra
O QUEIJO A SEU GOSTO.

Lacto Serra colabora con Mercadona en el desarrollo de su marca propia para ofrecer el queso mantecoso portugués, lo que permite que Mercadona tenga en su surtido un queso diferencial adaptado a los gustos de los “Jefes” portugueses

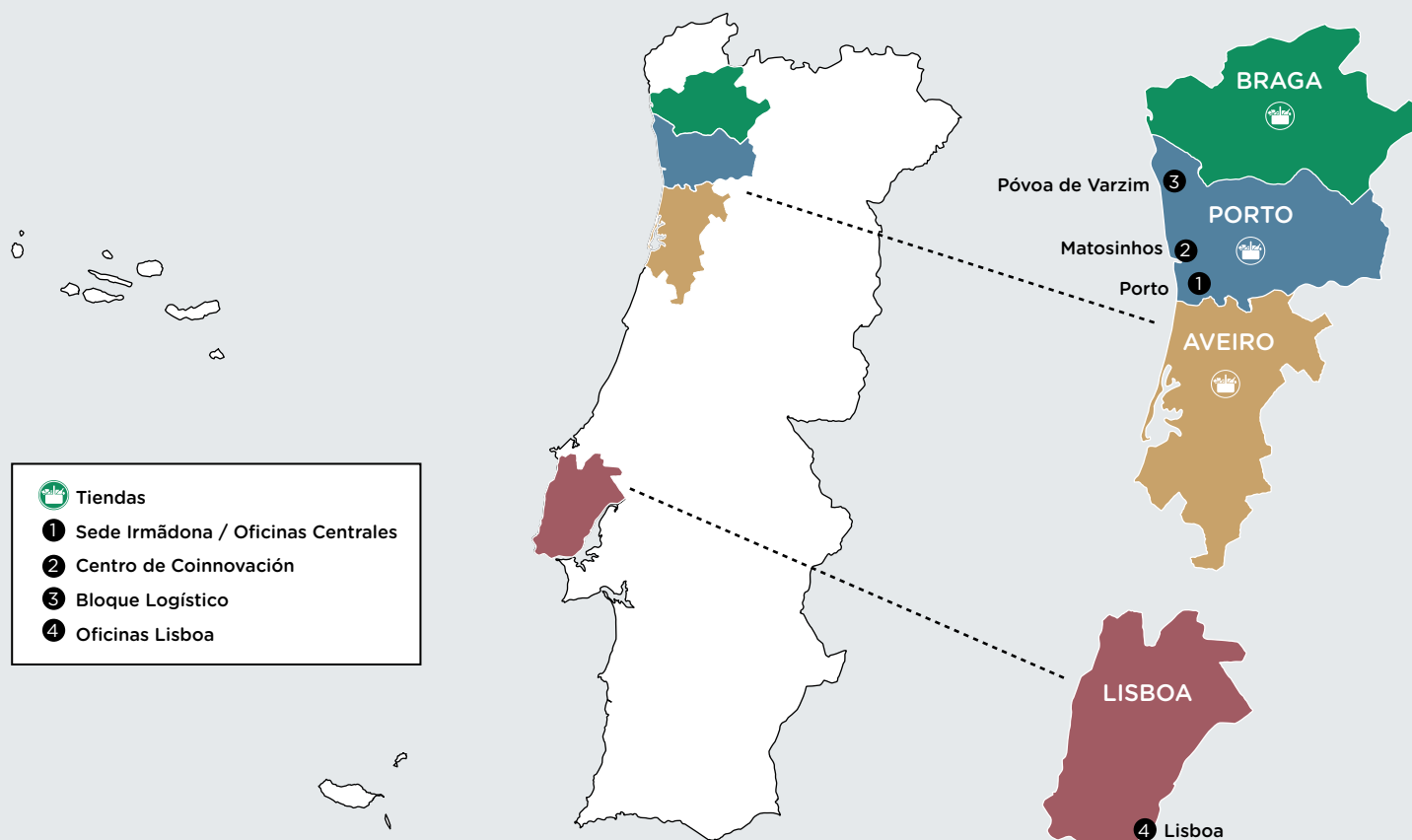
Inversión de Mercadona en Portugal

Para abordar el inicio del proyecto en Portugal, Mercadona ha realizado una inversión de 160 millones de euros. Gran parte de ellos se están destinando a la construcción de los supermercados que la compañía tiene previsto abrir en 2019.

La compañía ha anunciado también la construcción de un bloque logístico ubicado en Póvoa de Varzim, en una parcela de 50.000 m². Su localización estratégica permitirá abastecer a los supermercados de

la cadena en la zona norte de Portugal y comunicar fácilmente con el bloque logístico ya existente en el norte de España, en Villadangos del Páramo, provincia de León.

Además, la compañía cuenta, desde junio de 2017, con el Centro de Coinnovación de Matosinhos, Porto, para el desarrollo y adaptación del surtido a “El Jefe” portugués, en el que se ha invertido más de un millón de euros.



Futuras tiendas en Portugal / Responsabilidad Social Empresarial

En febrero de 2018, Mercadona entregó el Campo de Fútbol Manoel Marques Gomes, en Vila Nova de Gaia (Porto), en cuyas antiguas instalaciones se ubicará una de las primeras tiendas de la compañía en Portugal.

El acuerdo de colaboración alcanzado entre Mercadona, el Ayuntamiento de Gaia, la Junta de Freguesía de Canidelo y el Sport Clube de Canidelo ha dado lugar a unas instalaciones totalmente nuevas, proporcionando mejores medios para el desarrollo de la educación deportiva de niños y jóvenes de dicha freguesía.

Matosinhos contará también con un supermercado Mercadona, que se ubicará en la antigua Fábrica de Conservas Vasco da Gama con el compromiso de que el edificio histórico mantenga su aspecto original, preservando así la historia centenaria del inmueble y su marco arquitectónico inigualable. Se ha recuperado la fachada original de la entrada principal y la chimenea del interior. De esta manera, este edificio abandonado renace de la mano de Mercadona y revitaliza una de las zonas industriales de Matosinhos.



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



Antes y después de la fachada de la antigua conservera, que se ha mantenido en el supermercado de Matosinhos, Porto.

ALGUNAS ENTIDADES PORTUGUESAS CON LAS QUE MERCADONA COLABORA



APED

Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución (APED), patronal que promueve y estudia los intereses del sector de la distribución.



CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA LUSO ESPAÑOLA

Institución que fomenta las relaciones comerciales entre empresas portuguesas y españolas. Desde marzo de 2017, Mercadona es miembro del Consejo Consultivo de la Cámara de Comercio e Industria Luso Española (CCILE).



GS1 Portugal

Organización multisectorial que fomenta el desarrollo de estándares y buenas prácticas operativas y facilitadora de las cadenas de valor.



El pasado 9 de noviembre de 2018, el Presidente de la República Portuguesa, Marcelo Rebelo de Sousa, recibió en el Palacio Nacional de Belém, en Lisboa, a Juan Roig, presidente de Mercadona. El encuentro sirvió para poder explicar de primera mano los objetivos que la compañía ha diseñado para su proyecto en Portugal, un país estratégico para Mercadona y que va a contribuir a impulsar su crecimiento y consolidación; y para detallar en profundidad el plan de inversión, creación de empleo y generación de valor que representa Irmadona en Portugal.



CIP

Confederação Empresarial de Portugal (CIP), patronal de empresas para la promoción de la competitividad y el crecimiento económico, cuyo objetivo es reforzar el papel y la influencia del asociacionismo empresarial.



AEP

Associação Empresarial de Portugal (AEP) apoya la defensa de la actividad empresarial y tiene como misión “defender los intereses de las empresas y ofrecer servicios que potencien su competitividad”.

Canales de comunicación con “El Jefe” portugués

En 2018, la compañía puso en marcha canales en distintas redes sociales en Portugal para dar a conocer el Modelo de Mercadona, la evolución y desarrollo que tiene previsto en el país luso y, en especial, para mantener el diálogo con sus “Jefes”. En febrero se creó el canal de YouTube Mercadona Portugal, donde se comparten vídeos sobre Mercadona y su Modelo, y, a finales de junio, se lanzó la página de Facebook Mercadona Portugal, que la compañía utiliza para informar a sus futuros “Jefes” portugueses de sus novedades.

Para ello, Mercadona dispone de un Servicio de Atención al Cliente, en el que trabajan 8 personas, las cuales canalizan todas las consultas de los “Jefes” e informan a todos los departamentos implicados. Además de contestar a los “Jefes” por redes sociales, el Servicio de Atención al Cliente dispone de una línea de teléfono gratuita y de una dirección de correo electrónico.



30.000
SEGUIDORES EN FACEBOOK



750
SEGUIDORES EN YOUTUBE

Canales de Atención al Cliente en Portugal:

www.mercadona.pt
www.facebook.com/mercadonaportugal
www.youtube.com/mercadonaportugal

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



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



1. “EL JEFE”

EN **MERCADONA**,
CONTINUAMOS INNOVANDO
Y TRANSFORMANDO LA
COMPAÑÍA CON **EL OBJETIVO DE**
SATISFACER A “EL JEFE”

Para ello, a lo largo del año hemos puesto en marcha nuevas iniciativas, como el lanzamiento de Mercadona Online y de la sección “Listo para Comer”, y hemos seguido impulsando otras, como el Nuevo Modelo de Tienda Eficiente, Frescos Global, Surtido Eficaz y la Coinnovación conjunta que, en su conjunto, ofrecen a nuestros clientes una experiencia de compra total

PRINCIPALES DATOS “EL JEFE”

RED DE SUPERMERCADOS

1.636 SUPERMERCADOS

Inversión de

607

MILLONES DE EUROS

en aperturas y reformas

125

MILLONES DE EUROS

en equipamiento de
tiendas, terrenos y locales

TIENDA 8 Y FRESCOS GLOBAL

400

SUPERMERCADOS

adaptados al Nuevo Modelo de
Tienda Eficiente (Tienda 8)

660

SUPERMERCADOS

adaptados a Frescos Global

MERCADONA ONLINE

Plantilla de

220

TRABAJADORES

Inversión de

12

MILLONES DE EUROS

en la construcción de su
primera “Colmena”, nueva
web y aplicaciones móviles

134

CÓDIGOS POSTALES
de la provincia de València

LISTO PARA COMER

11

SUPERMERCADOS
con la nueva sección

5

MILLONES DE EUROS
de inversión en 2018



Jaques, “Jefe” del supermercado del Parque Comercial Avenida Reina Sofía en Mérida.

1.1 Tiendas y Mercadona Online

En 2018 la compañía ha continuado transformando sus canales de venta para reforzar la calidad de su servicio y ofrecer a sus “Jefes” una mejor experiencia de compra.

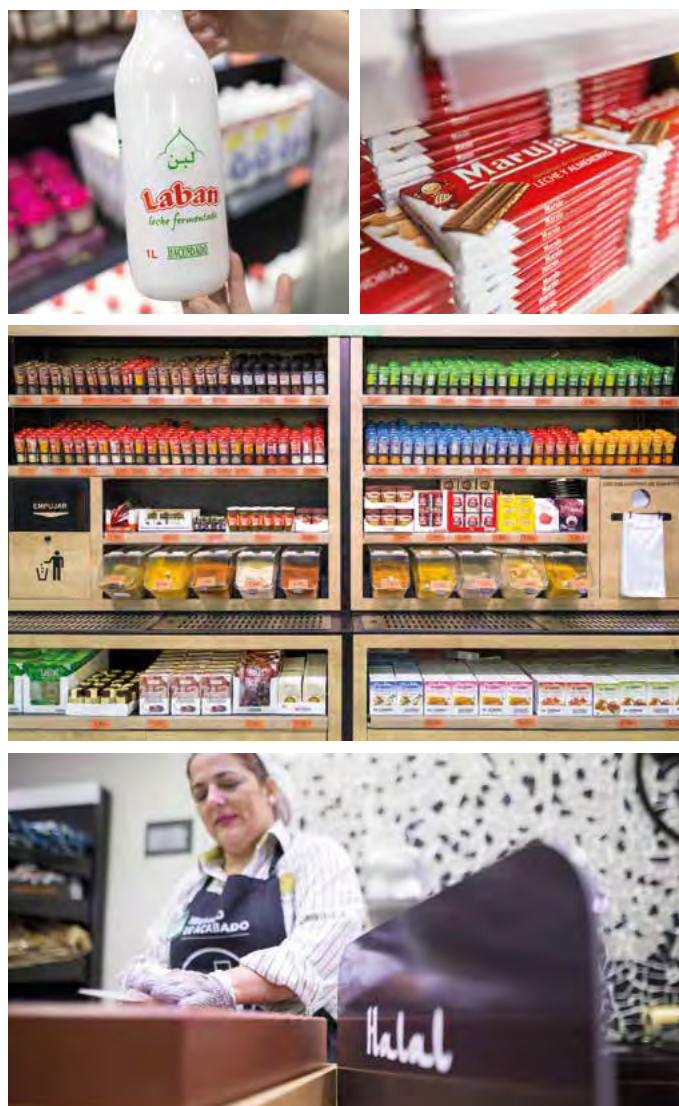
Tras realizar 29 aperturas y haber cerrado 20 que no se adaptaban a los estándares actuales de la compañía, ha terminado el año con un total de 1.636 tiendas. En este sentido, la inversión realizada en aperturas y reformas asciende a 607 millones de euros, a los que se añaden los 125 millones de euros en equipamiento de tiendas, terrenos y locales. Dentro de este proceso natural de expansión destacan las aperturas realizadas en la Ciudad Autónoma de Ceuta, la isla de La Palma y la Ciudad Autónoma de Melilla, lugares en los que la compañía no tenía presencia hasta la fecha y que ya contribuyen a consolidar el Proyecto Mercadona.

En el caso de Ceuta, Mercadona abrió dos nuevas tiendas a finales de 2018. El primer supermercado, ubicado en La Almadraba, se inauguró el pasado mes de septiembre, mientras que en diciembre de 2018 abrió la tienda situada en la avenida de España de dicha Ciudad Autónoma. Ambas aperturas han permitido ampliar la plantilla de la compañía, al incorporar 177 trabajadoras y trabajadores con empleo estable y de calidad. Asimismo, la inversión total realizada en estos dos nuevos supermercados ha sido de 17,9 millones de euros.

En La Palma, Mercadona ha invertido un total de 7,8 millones de euros para abrir su primer supermercado en esta isla el pasado noviembre, concretamente en el municipio de Breña Alta. Este esfuerzo ha supuesto la inclusión de 64 personas más en la plantilla de la compañía.

Por su parte, la nueva tienda de Melilla se inauguró el pasado mes de diciembre tras destinar 11,7 millones de euros a su construcción, que ha contado con el reto adicional de rehabilitar el histórico edificio de la Casa Montes, edificado en 1926 bajo el diseño del arquitecto

Enrique Nieto y Nieto, y considerado Bien de Interés Cultural desde 1986. Ubicado en la calle Carlos V, este supermercado, el primero de los dos que Mercadona tiene previsto abrir en la Ciudad Autónoma de Melilla, ha supuesto la creación, igualmente, de 105 puestos de trabajo estables y de calidad.



Surtido adaptado a las necesidades de los “Jefes” de los supermercados de la Ciudad Autónoma de Ceuta y de la Ciudad Autónoma de Melilla.



Exterior del supermercado de la calle Veneçuela en Barcelona.

400 centros adaptados al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8)

En 2018 Mercadona ha seguido impulsando la adaptación de sus supermercados al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente que decidió poner en marcha en diciembre de 2016. A lo largo del año ha realizado una inversión de 460 millones de euros para reformar 215 supermercados, y finalizar el año con un total de 400 centros adaptados a este nuevo modelo, que se enmarca en la apuesta que la compañía hace por la innovación de concepto. Gracias a este proceso de transformación de sus tiendas, se proporciona mejor servicio a los “Jefes” con nuevas secciones y un diseño más espacioso y cálido; una mayor conectividad por medio de dispositivos de última generación que agilizan los procesos; más ergonomía en los puestos de trabajo; y un incremento del ahorro energético, con la incorporación de medidas que reducen el consumo hasta un 40%.



El Observatorio de Innovación de Gran Consumo en España 2018, elaborado por el Instituto Cerdà, ha reconocido como una de las principales innovaciones en el sector de gran consumo al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente de Mercadona por constituir “una apuesta por ofrecer una mejor experiencia de cliente, mejorar la calidad del puesto de trabajo de personal de la tienda y lograr una mayor ecoeficiencia en las tiendas, contribuyendo a la evolución del formato supermercado en España”.

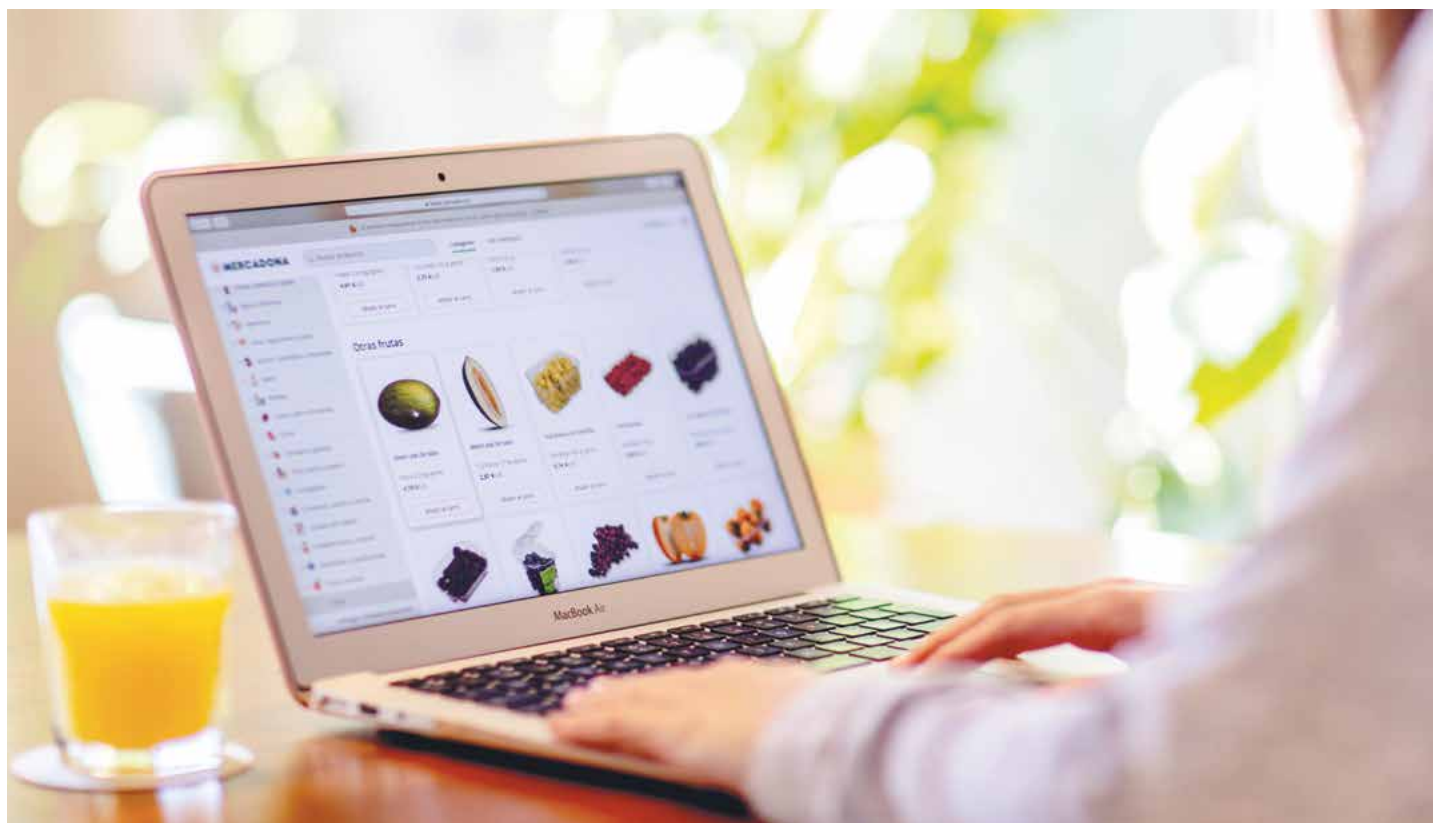
Mercadona Online

Tras invertir 12 millones de euros en la construcción de su primer almacén exclusivamente para la venta online en el polígono de Vara de Quart de València, el pasado mes de mayo Mercadona inició su prueba piloto desde este centro logístico denominado “Colmena”. El servicio se prestó inicialmente en la ciudad de València y se ha incorporado paulatinamente a otros barrios de la ciudad, varios municipios y localidades, hasta contar con un total de 62.000 nuevos usuarios dados de alta desde su lanzamiento.

Esta primera versión de Mercadona Online, más intuitiva y fácil de navegar, presenta una funcionalidad y diseño que son el resultado de la coinnovación de Mercadona con sus clientes. Para este nuevo modelo, que convive con el servicio clásico en el resto de zonas y

que mantiene la misma tarifa (7,21 euros por pedido), la compañía ha desarrollado una nueva web de compra y dos aplicaciones móviles (iOS y Android).

El objetivo de la compañía es servir la compra completa de sus clientes y, por tanto, cuenta con un pedido mínimo de 50 euros. El proyecto dispone actualmente de una plantilla de más de 220 trabajadores formada por ingenieros informáticos, product managers, diseñadores, personal de almacén, especialistas de las secciones de frescos igual que hay en las tiendas físicas, repartidores y personal de atención al cliente. Además, y dada la favorable evolución de la “Colmena” de Vara de Quart, Mercadona tiene previsto incorporar dos nuevas colmenas en 2019 en el polígono industrial de la Zona Franca (Barcelona) y en Getafe (Madrid).



Nuevo servicio de compra Mercadona Online.

Frescos Global

En 2018, Mercadona ha seguido reforzando su estrategia de Frescos Global que está permitiendo, a través de la especialización, ofrecer nuevas alternativas a las necesidades de los "Jefes" e incrementar la calidad y calidez del surtido de frescos.

Durante estos doce meses, la compañía ha invertido 230 millones de euros para incorporar en sus supermercados Frescos Global, contando al cierre del año con un total de 660 tiendas adaptadas a este concepto. A ello ha de sumarse el esfuerzo realizado en formación, lo que permite a la compañía disponer, dentro de su plantilla de 47.000 especialistas en frescos, tanto charcuteros como pescaderos, fruteros, carniceros o personal de horno, cada vez más cualificados. Gracias a ello, ha logrado, un año más, impulsar su competitividad, como demuestra el incremento de ventas en volumen de productos frescos logrado en las tiendas adaptadas a Frescos Global, que en 2018 ha sido de 6 puntos respecto al resto de la cadena.

Para lograr este crecimiento, la compañía ha aprovechado los resultados obtenidos mediante sus laboratorios de investigación, con los que mejora el servicio que ofrece a sus clientes en sus distintas secciones. En 2018, y gracias a este trabajo previo, la compañía ha lanzado numerosas novedades, como por ejemplo las focaccias de zanahoria, kale, remolacha o calabaza; los elaborados de pollo para preparar fajitas; o la ensalada Poke.

Igualmente importante ha sido la labor realizada en 2018 por la compañía para dar respuesta a los gustos y costumbres locales. Ejemplo de ello son las porciones de fogonero en Canarias, o las diferentes variedades de quesos frescos, que se han adaptado específicamente a cada gusto local.



Javier, carnicero del supermercado de Jaca, Huesca.

47.000
ESPECIALISTAS
en frescos



Sergio, Ángel y Lorena pescaderos del supermercado de la Carretera de Riaza, en Segovia.



Sección de fruta y verdura del supermercado en el Parque Comercial Montevida, en Murcia.

660
SUPERMERCADOS
con Frescos Global



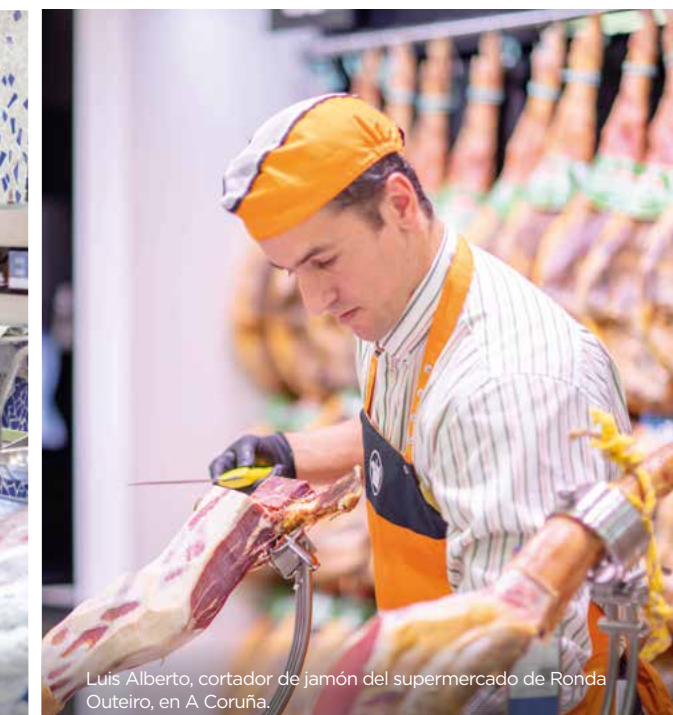
Viera, "Jefa" del supermercado Marina d'Or, en Oropesa del Mar, Castellón, en el mural de sushi.



230
MILLONES DE EUROS
de inversión en 2018



Marta, hornera del supermercado de Cellophan en Burgos.



Luis Alberto, cortador de jamón del supermercado de Ronda Outeiro, en A Coruña.



6 PUNTOS
DE INCREMENTO
DE VENTA EN FRESCOS
en los supermercados
con Frescos Global
respecto al resto de la
cadena

1. "El Jefe"



José y Noelia, "Jefe" y trabajadora en la nueva sección "Listo para Comer" del supermercado de la calle Artes Gráficas en València.

1.2 Listo para Comer

En agosto de 2018, Mercadona incluyó dentro de sus servicios la venta de comida recién hecha con el nombre de “Listo para Comer”. Esta nueva sección arrancó en el supermercado de la localidad de Burjassot (València) con el objetivo de funcionar como laboratorio para probar y aprender, y al cierre del año se había incorporado a un total de 11 supermercados de la cadena, todos ellos en la provincia de València.

El surtido de “Listo para Comer” se compone de 35 platos que han sido definidos con las sesiones de trabajo que ha mantenido la compañía con 800 clientes. En algunos casos, como el de las ensaladas, las pastas y las pizzas, los “Jefes” pueden personalizarlos y agregar los ingredientes que deseen.

El equipo inicial se compuso por 16 personas que promocionaron internamente dentro de la compañía. Tras la incorporación de la sección a 11 tiendas, la plantilla total de trabajadoras y trabajadores de “Listo para Comer” asciende a 152 personas, todas ellas formadas específicamente en esta nueva sección.

Para la puesta en marcha de este proyecto, en el que han colaborado un total de 80 Proveedores Especialistas, la inversión ha ascendido a 5 millones de euros durante este ejercicio, cifra que se elevará hasta los 120 millones de euros a lo largo de 2019, año en que la compañía pretende incorporar “Listo para Comer” en otros 250 supermercados.



José Jordá, Director General de Tiendas y Prescripción Perecederos, Miembro del Comité de Dirección de la compañía desde hace 20 años.



11

**SUPERMERCADOS CON
“LISTO PARA COMER”**

**En 2019 la
nueva sección
se incorporará
en 250
supermercados**



Detalle de varios platos preparados de la nueva sección “Listo para Comer”.

1.3 Surtido Eficaz

Para abordar con éxito el reto de la prescripción y poder ofrecer a sus “Jefes” la mejor solución, Mercadona trabaja constantemente en el desarrollo de su surtido, una oferta que cubre todas sus necesidades y que garantiza en cada producto la Seguridad Alimentaria y el servicio con una gran calidad al precio más bajo posible. Lo hace por medio de su Surtido Eficaz, un surtido “vivo” compuesto por 8.000 referencias que la compañía define y que evoluciona por medio de la innovación y en colaboración con sus clientes y proveedores.

Precisamente para mejorar su Surtido Eficaz, en 2018 la compañía ha tomado la decisión de reforzar su apuesta por la especialización, lo que ha supuesto asumir el esfuerzo de gestionar su surtido producto a producto en lugar de por categorías. Ello ha implicado una evolución en su relación con Interproveedores y Proveedores Especialistas, que desde este año asumen el papel de Proveedor Totaler: Proveedor

Especialista que fabrica el mejor producto, fruto de la colaboración conjunta desde “El Jefe” hacia atrás, garantizando calidad y precio en cada producto.

1.400
PROVEEDORES
TOTALER

especialistas capaces de fabricar las necesidades de “El Jefe” y desarrollar conjuntamente, y producto a producto, un Surtido Eficaz con las mejores soluciones y al menor precio

8.000
PRODUCTOS

para que “El Jefe” componga su Carro Menú: la Compra Total al mínimo coste mensual

DESARROLLAR UN SURTIDO EFICAZ CON “EL JEFE” Y PARA “EL JEFE”

CAPTAR

Qué necesita
“El Jefe”

1.000

PERSONAS

como equipo de
Prescripción/Compras

DEFINIR

Desarrollar
el producto
con los inputs
captados

19

CENTROS
COINNOVACIÓN

9.000

SESIONES
CON “JEFES”

TRANSMITIR

Dar a conocer
el producto
a “El Jefe”

300

NUEVOS
PRODUCTOS
DESARROLLADOS

Datos a 31/12/2018



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

Innovación conjunta para descubrir y dar solución a nuevas necesidades

En su apuesta por la especialización, y por medio del nuevo marco de trabajo y colaboración establecido con los Proveedores Totaler, la compañía ha seguido innovando su Surtido Eficaz, que en 2018 se ha adaptado con agilidad a los gustos de sus clientes, con la introducción de nuevos productos “locales” más pegados a sus costumbres y de soluciones pensadas específicamente para dar respuesta a sus necesidades.

Para ello, cuenta con su Modelo de Coinnovación, un proyecto pionero que puso en marcha en 2011 mediante la Estrategia Delantal, basada en compartir con los clientes experiencias y costumbres de consumo, limpieza del hogar, aseo personal y cuidado de mascotas

que les permite captar las necesidades para ofrecer soluciones acertadas.

En la actualidad, la compañía dispone de 19 centros de coinnovación que, en su conjunto, han supuesto una inversión de 2,5 millones de euros. En ellos trabajan más de 100 especialistas, que diariamente se encargan de captar y observar, a pie de tienda, las preferencias y necesidades de los “Jefes” para que la compañía pueda ofrecerles soluciones acertadas. En 2018, la compañía ha seguido aprovechando estos centros para colaborar directamente con sus clientes y poder introducir mejoras y nuevas soluciones en todas y cada una de sus secciones. En este ámbito, ha mantenido un total de 9.000 sesiones con “Jefes”.

1.4 Innovación

COINNOVACIÓN PARA SATISFACER A “EL JEFE”

El Modelo de Coinnovación de Mercadona, que desarrolla a través de la Estrategia Delantal, está basado en compartir con los clientes experiencias de consumo para conocer de primera mano sus necesidades reales y poder satisfacerlas. Este modelo ha vuelto a dar resultados en 2018. Ejemplo de ello son la leche alta en proteínas Hacendado, que es la primera de estas características en el mercado; o las galletas para bebé, también Hacendado, aptas desde los cuatro meses de edad y libres de lactosa, gluten, aceite de palma y huevo.

De hecho, para la compañía, la innovación es un factor claro de diferenciación, como pone de manifiesto el estudio “El valor de la innovación conjunta” del Instituto Cerdà, que certifica que el ratio de éxito de los nuevos productos impulsados por Mercadona en colaboración con sus Proveedores Totaler es del 82%, frente al 24% del sector. A ello se suman, entre otros galardones, el reconocimiento por parte del Observatorio de Innovación de Gran Consumo de España 2018 a 2 productos distribuidos por Mercadona dentro de las innovaciones de consumo alimentario más destacadas del año. Uno de ellos, es la Gelatina de yogur Hacendado 0% Grasa y 0% azúcares añadidos. Elaborado por Schreiber, combina gelatina, leche y fruta, y contribuye al fomento del consumo de productos lácteos y de fruta. Del mismo modo, se destaca las Pastillas multiusos Orache, desinfectantes y compactas, sustitutivas de la lejía tradicional y con un formato que facilita tanto el uso del producto, como su transporte y almacenaje.



Algunas de las 300 novedades surgidas de la coinnovación con los “Jefes” y desarrolladas con los Proveedores Totaler durante 2018.



MARCAS PROPIAS

Hacendado, Bosque Verde, Deliplus y Compy son, entre otras, marcas que Mercadona desarrolla desde 1996, cuyos fabricantes están claramente identificados en el etiquetado

deliplus **Compy**

HACENDADO

BOSQUE VERDE



Tasa de éxito en su lanzamiento

4 VECES SUPERIOR

a la media del sector

1.5 Seguridad Alimentaria y Calidad

La principal prioridad para Mercadona es garantizar la Seguridad Alimentaria de su surtido, exigencia que comparte y en la que se implican igualmente, producto a producto, todos los Proveedores Totaler. Para ofrecer a sus “Jefes” las máximas garantías, la compañía dispone de un Sistema de Gestión de Calidad y de Seguridad Alimentaria propio. Por medio de él, controla exhaustivamente todos y cada uno de los procesos de la cadena de suministro, desde su origen hasta el consumidor final. Para ello, cuenta con sistemas de vigilancia innovadores y específicos, como por ejemplo la herramienta REMER, que detecta posibles riesgos emergentes y alerta de ellos, lo que permite afrontar nuevas situaciones e introducir constantemente mejoras en el Plan de Control.

Además, la compañía desarrolla una importante labor de docencia en materia de Seguridad Alimentaria, consciente de que la formación es un factor clave. En 2018, concretamente, ha formado a más de 150 trabajadoras y trabajadores en aspectos específicos como la gestión de la nueva sección de “Listo para Comer” de las 11 tiendas de la provincia de València que han incorporado este servicio, al tiempo que todas las nuevas incorporaciones han sido formadas en Seguridad Alimentaria.

Simulacros y colaboración con las Autoridades Sanitarias

Para incrementar sus niveles de Seguridad Alimentaria, Mercadona tiene un Método de Simulacros propio, que la compañía aplica con la puesta en marcha de diferentes escenarios simulados. Estas prácticas se abordan con la colaboración de los Proveedores Totaler, lo que permite detectar puntos de mejora y reforzar las habilidades de cuantos participan de cara a futuras posibles contingencias. De entre todos los gestionados en 2018, cabe destacar el realizado con la colaboración de las Autoridades Sanitarias de La Rioja, Castilla-La Mancha y la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN),

que permitió poner a prueba los sistemas internos, localizar y reformar los puntos de mejora y, en otros casos, demostrar su correcto funcionamiento.

En 2018 Mercadona ha seguido colaborando estrecha y activamente con la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC), a la que pertenece desde 2015 y de cuya Junta Directiva forma parte desde 2017. Además, un año más ha reforzado su colaboración con las Autoridades Sanitarias de las distintas comunidades autónomas y ciudades autónomas. Asimismo, ha participado activamente en foros de referencia en materia de Seguridad Alimentaria, como los organizados por la Asociación para la Investigación de Industrias Agroalimentarias (AINIA), la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), o la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), entre otros.

Seguridad y calidad de los productos de la pesca

El Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y Mercadona han iniciado una colaboración para mejorar la seguridad y calidad de los productos de la pesca por medio de la investigación de sus parásitos. Para ello, el Instituto de Investigaciones Marinas en Vigo (IIM), a través del grupo de investigación ECO-BIOMAR y de su Unidad Técnica de Biobanco, se encargará de analizar en profundidad el comportamiento de los parásitos, especialmente del Anisakis. Este innovador estudio permitirá a Mercadona trasladar las conclusiones obtenidas a la gestión de sus productos de pesca con el objetivo de consolidar una cadena confiable y mejorar la calidad y servicio que ofrece a sus clientes.

El proyecto se centrará en el análisis de las especies que proceden de sistemas productivos de pesca FAO 27, es decir, del Atlántico Noreste, y contará con la implicación de 6 Proveedores Totaler de pescado de Mercadona. En concreto, colaborarán Riveira Peixe Fresco, POSA, Mascato, Mastter, Abroma Fishing y Castletownbere Fishermen's Co-Op.



Algas con arroz y con sésamo del Proveedor Totaler Samhae.

Regla de Oro

Cualquier producto del surtido de Mercadona tiene que garantizar la Seguridad Alimentaria; después, la calidad; luego, la calidez; también, ser parte de un Surtido Eficaz; y, por último, con el mínimo precio.

DECÁLOGO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN PROVEEDORES TOTALER

El objetivo es valorar y verificar los niveles de Seguridad Alimentaria de forma ágil y continuada

1

Identificación y control de sus proveedores de materias primas

2

Control de producción

3

Control de incorporación de cambios

4

Análisis y Control de Puntos Críticos

5

Control de limpieza y manipulación

6

Control de instalaciones

7

Verificación de detectores

8

Verificación de mejoras de calidad

9

Método de Gestión de Alertas

10

Certificaciones

PLAN CONTROL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD

Control de los productos frescos y de alérgenos:

1.800
CONTROLES

Otros controles de proceso (superficies y ambientes):

1.200
CONTROLES

Control de procesos logísticos:

+350
CONTROLES

Evaluación de las instalaciones y procesos de proveedores:

2.000
INSTALACIONES EVALUADAS

Certificaciones de Seguridad Alimentaria:
IFS y BRC, entre otras

99% DE LOS PROVEEDORES TOTALER



Almudena, “Jefa” del supermercado de la calle Ayala en Madrid, en la sección de horno.

Transparencia en el etiquetado

Mercadona identifica siempre con claridad y transparencia a los Proveedores Totaler fabricantes de sus marcas propias, exigencia que facilita a los consumidores que, libremente y con información veraz, actúen y compren en consecuencia. De hecho, cuenta con un procedimiento propio que apuesta por los principios de identificación e información y año tras año introduce mejoras en los etiquetados para que “El Jefe” reconozca con sencillez la información relevante, desde la compra hasta el consumo, así como atributos clave, como por ejemplo la presencia de algunos alérgenos o las condiciones de uso.

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



1.6 Servicio de Atención al Cliente

Mercadona dispone de un Servicio de Atención al Cliente gratuito, tanto en España como en Portugal, en el que trabajan 76 personas. Su esfuerzo diario permite canalizar todas las dudas y cuestiones que plantean los “Jefes” a través de los diferentes canales que mantiene abiertos, cuestiones e inquietudes que desde el SAC se tramitan inmediatamente por medio de los mecanismos establecidos para su posterior resolución por los departamentos implicados.

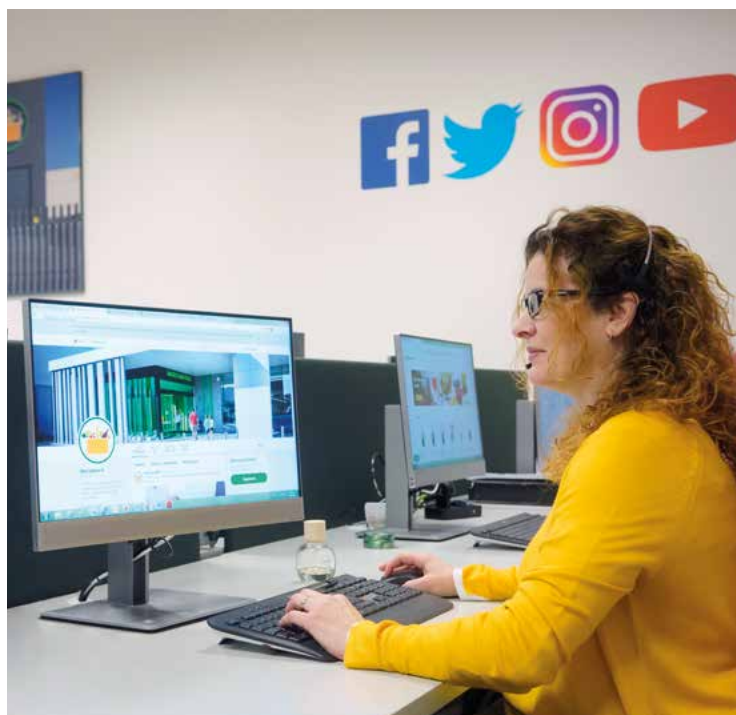
Canales de Atención al Cliente en España:

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

Mercadona considera su Servicio de Atención al Cliente como una herramienta fundamental de mejora. De hecho, buena parte de las 275.000 consultas recibidas en 2018 fueron sugerencias que han permitido, tras ser analizadas por el departamento concreto, detectar puntos de mejora para, como es el objetivo de Mercadona, satisfacer plenamente a “El Jefe”.

Canales de comunicación con “El Jefe”

Mercadona apuesta por la transparencia, motivo por el que la comunicación con sus “Jefes” es fundamental. Por ello, mantiene una actitud de escucha constante y fomenta el diálogo, al tiempo que aprovecha diferentes canales para difundir información sobre la compañía que considera de interés para sus clientes. En esta labor, en la que se implican diariamente cuantos forman parte del Proyecto Mercadona, los canales abiertos por la compañía en las distintas redes sociales en las que participa han seguido cobrando importancia en 2018, como pone de manifiesto el hecho de que a finales de dicho ejercicio contase con más de 980.000 seguidores en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube, con una media de 120.000 menciones al mes.



Mónica, trabajadora del Servicio de Atención al Cliente.



600.000
SEGUIDORES EN FACEBOOK



112.000
SEGUIDORES EN INSTAGRAM



160.000
SEGUIDORES EN TWITTER



940.000
REPRODUCCIONES EN YOUTUBE



100.000
SEGUIDORES EN LINKEDIN



+281.000
SEGUIDORES en 2018



200.000
CONSULTAS
en redes sociales



120.000
MENCIONES/MES de media



1.7 Alimentación Saludable

En su compromiso con la alimentación saludable y accesible, con productos sostenibles y de calidad, Mercadona ha seguido adaptándose a las nuevas necesidades y adelantándose a las tendencias. Como consecuencia de este esfuerzo, ha potenciado su surtido de alimentación saludable con la introducción de mejoras relevantes en materia nutricional, lo que se ha traducido en importantes avances en muy diversos productos.

Nutrición y Salud

Mercadona comparte con la sociedad el interés por la nutrición y por la importancia de llevar una vida sana apoyada en una alimentación saludable, equilibrada y con productos de calidad y sostenibles.



Por ello, trabaja estrechamente con los Proveedores Totaler para, siempre que sea viable, introducir mejoras relevantes en materia nutricional y ofrecérselas a sus clientes al precio más competitivo. Ello se ha traducido en 2018 en la adhesión al Plan de colaboración para la mejora de los alimentos y bebidas elaborado por la Agencia Española de Seguridad Ali-

mentaria y Nutrición (AESAN), con el que la compañía y sus Proveedores Totaler tienen por objetivo reducir el contenido en grasas saturadas, sal y azúcar de más de 300 productos de sus marcas propias.

Además, mantiene un compromiso firme con el Ministerio de Sanidad, Igualdad y Política Social colaborando con la Estrategia Nacional sobre Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS). A través de acciones con los Proveedores Totaler, fomenta diferentes iniciativas como la reducción de sal y azúcares y, desde hace años, está adherida al Código de Autorregulación de la Publicidad (código PAOS) de dicho ministerio.



1.250
PRODUCTOS
SIN GLUTEN



Para favorecer una Alimentación Saludable, el Surtido Eficaz de Mercadona incorpora alimentos accesibles que aportan todos los nutrientes necesarios para la vida de las personas. Además, recomienda a sus “Jefes” que los combine de forma variada, equilibrada y adaptada a las necesidades específicas de cada persona, trabajo para el que cuenta con paneles de expertos de reconocido prestigio en materia de nutrición que asesoran y orientan con el objetivo de ofrecer a los “Jefes” mejoras de producto con rigor y base científica.



Adhesión al plan de la

AESAN

para reducir el contenido
en **grasas saturadas,**
sal y azúcar

Amplio surtido para satisfacer a los “Jefes” con intolerancias o alergias

Mercadona mantiene igualmente un compromiso responsable con aquellos “Jefes” que sufren intolerancias o alergias alimenticias, para quienes trabaja con el objetivo de facilitar la incorporación en su surtido, y con todas las garantías, de productos aptos para sus dietas.

De hecho, la compañía ha seguido incrementando su surtido de productos sin gluten y, al cierre de 2018, cuenta con un total de 1.250 productos libres de esta proteína, lo que refuerza el compromiso que desde hace más de una década mantiene con el colectivo celíaco. Paralelamente, la compañía continúa trabajando en la mejora del surtido e identificación de productos sin alérgenos, con el objetivo de que los “Jefes” con intolerancias o alergias puedan comprar en todas las categorías de productos.

En este sentido, la compañía ha mantenido en 2018 una relación muy estrecha con la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE), Celíacs de Catalunya (SMAP), la Asociación de Intolerantes a la Lactosa de España (ADILAC), la Asociación de Celíacos y Sensibles al Gluten (ACSG) y la Asociación Española de Personas con Alergia a Alimentos y Látex (AEPNAA), con el objetivo de seguir colaborando en la mejora de la información y formación de los consumidores sobre alérgenos, analizar los diferentes problemas existentes y buscar soluciones que satisfagan sus necesidades.





Ángel y Mª Carmen, "Jefes" del supermercado de Merkatondoa en Estella, Navarra.



Mercadona colabora estrechamente con los Proveedores Totaler para ofrecer la máxima Seguridad Alimentaria siempre. Dispone de equipos transversales para estudiar y adelantarse a la legislación en materia alimentaria y poder ofrecer, además, un surtido eficiente apto también para personas con diversas intolerancias y alergias. Asimismo, fomenta el consumo de productos frescos de alta calidad a través de la estrategia de Frescos Global.



Mercadona innova constantemente en la adaptación de sus infraestructuras a las nuevas necesidades de sus clientes. Ha seguido impulsando la adaptación de sus supermercados al Nuevo Modelo de Tienda Eficiente, para finalizar el año con un total de 400 centros adaptados a este nuevo modelo, que no solo proporciona mejor servicio a los “Jefes” con nuevas secciones y un diseño más espacioso y cálido, sino que reduce hasta en un 40% el consumo energético.



Mercadona fue pionera en el desarrollo de una producción y consumo responsables. En 1993 puso en marcha su política comercial SPB, Siempre Precios Bajos, que elimina las ofertas e incentiva el consumo responsable. Además, aplica en todos sus procesos medidas de prevención y reducción de su impacto ambiental.



Mercadona apuesta por la seguridad y la calidad de los productos de la pesca y colabora junto al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en la investigación de los parásitos que se podrían encontrar en estos seres vivos y frenar su evolución. Los resultados de este estudio permitirán consolidar una cadena confiable y mejorarán la calidad y servicio que ofrece a sus clientes.



2. EL TRABAJADOR

LA **EVOLUCIÓN** Y LA
TRANSFORMACIÓN CONSTANTE
EN LA QUE SE ENCUENTRA
INMERSA MERCADONA NO SERÍA
POSIBLE SIN LA **PASIÓN** Y EL
ALTO NIVEL DE **COMPROMISO** DE
TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE
CONFORMAN LA COMPAÑÍA

En 2018 la determinación de toda la plantilla de la empresa por formar parte del cambio ha sido especialmente relevante, pues gracias a ella, y al esfuerzo individual y colectivo, la compañía ha podido abordar con garantías su actual proceso de transformación, porque los resultados llegan si cuidas a las personas

PRINCIPALES DATOS EL TRABAJADOR

PLANTILLA DE ALTO RENDIMIENTO

85.800

PERSONAS COMPROMETIDAS

Creación de

1.800

PUESTOS DE TRABAJO fijos,
estables y de calidad en 2018

NUEVO CONVENIO COLECTIVO DE EMPRESA

Más igualitario y social

Mejora el poder adquisitivo
de la plantilla **con un**
suelo mínimo de

1.328 €

AL MES/BRUTOS

CRECIMIENTO COMPARTIDO

325

MILLONES DE EUROS

repartidos en concepto
de prima entre el **98%**
de las trabajadoras y los
trabajadores

FORMACIÓN

70

MILLONES DE EUROS

invertidos en formación



Paula, trabajadora de la sección de horno del supermercado de La Corredoria en Oviedo, Asturias.

2.1 Indicadores Plantilla

Para construir el Mercadona del futuro, la compañía aprovecha el talento de sus recursos humanos. En total, 85.800 personas con contrato fijo al cierre de 2018. Todas ellas han realizado importantes esfuerzos para alcanzar la excelencia en el trabajo que desempeñan. Y como contrapartida, han comprobado que la confianza que la compañía ha depositado en ellos se traduce en hechos concretos: en un empleo de calidad y estable, con salarios muy por encima de la media del sector, con planes de formación específicos que permiten mejorar sus conocimientos y habilidades, y con planes de carrera profesional que, igualmente, les dan la oportunidad de seguir creciendo personal y laboralmente al ritmo de la propia compañía.

Gracias a todo ello, Mercadona cuenta con los mejores recursos humanos del sector: una plantilla de alto rendimiento, cohesionada y obsesionada con alcanzar la excelencia en su trabajo rutinario; una plantilla cuya implicación y productividad son las garantías del crecimiento futuro de la compañía.

Modelo de Recursos Humanos reconocido internacionalmente

La política de Recursos Humanos de la compañía, que ya en años anteriores Harvard Business Review ha destacado internacionalmente por sacar “el máximo rendimiento” de su plantilla al aprovechar “las aptitudes creativas y de resolución de problemas de los trabajadores para que sugieran mejoras”, ha vuelto en 2018 a ser reconocida. Concretamente, Mercadona ha sido destacada en 2018 como la primera empresa en Talento en el sector de la distribución y la sexta a nivel general en el ranking Merco Talento del Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco).

Estos reconocimientos reflejan que Mercadona apuesta de manera sostenida por la captación y retención del talento, así como por la calidad laboral, a la que seguirá destinando muchos esfuerzos, consciente de lo mucho que aún puede mejorar en este ámbito.



Distribución de plantilla

85.800 trabajadoras y trabajadores fijos



POR EDADES

- 14% HASTA 29 AÑOS
- 39% ENTRE 30 Y 39 AÑOS
- 39% ENTRE 40 Y 49 AÑOS
- 8% MÁS DE 50 AÑOS



POR SEXO

- 64% MUJERES
- 36% HOMBRES



POR ÁREA DE ACTIVIDAD

- 85% TIENDAS
- 9% LOGÍSTICA
- 6% OFICINAS

1.800 nuevos
puestos de trabajo



POR EDADES

- 56% HASTA 29 AÑOS
- 36% ENTRE 30 Y 39 AÑOS
- 8% MÁS DE 40 AÑOS

2.2 Nuevo Convenio Colectivo de Empresa más igualitario y social

En 2018 Mercadona ha firmado con los representantes de la Unión General de Trabajadores (U.G.T.) y Comisiones Obreras (CC.OO.) el nuevo Convenio Colectivo de Empresa y el Plan de Igualdad. Ambos entraron en vigor el 1 de enero de 2019 y tendrán una duración de 5 años.

El nuevo marco laboral, más igualitario y social, refuerza el compromiso de Mercadona con el empleo estable y de calidad, avanza en sus condiciones laborales, al tiempo que consolida su apuesta por mejorar el poder adquisitivo de la plantilla con un sueldo mínimo de 1.328 euros al mes/brutos, a los que se suman los complementos propios de la Política Retributiva de la compañía, que suponen incrementos de un 11% anual hasta el tramo 5, y un incremento progresivo del salario base vinculado al IPC; además de introducir mejoras en los pluses de nocturnidad y frío.

El actual Convenio Colectivo de Empresa incorpora, igualmente, importantes medidas de carácter social y refuerza los compromisos de Mercadona en materia de concilia-

ción de la vida familiar y laboral. Entre ellas, por ejemplo, la ampliación del permiso de paternidad hasta las 7 semanas.



Miguel Ángel Cilleros, Secretario General de la Federación de Servicios, Movilidad y Consumo de UGT; José María Martínez, Secretario General de la Federación de Servicios CC.OO.; Daniel Blasco, Director General de Recursos Humanos, y Héctor Hernández, Director General Jurídico, Organización y Marina de Empresas de Mercadona; y resto de representantes de sindicatos y empresa en el Centro de Coinnovación del Jarro en Paterna, Valencia.

CONVENIO COLECTIVO Y PLAN DE IGUALDAD 2019-2023

Un Convenio más igualitario y social

Sueldo mínimo de entrada: 1.328 euros brutos/mensuales



Garantiza el poder adquisitivo: Incremento salarial en base al IPC

7 semanas de permiso de paternidad



Mejora pluses nocturnidad y frío

No partir en jornadas inferiores de 5 horas en tiempos totales y 3 horas en tiempos parciales



Excedencias por cuidado de hijos hasta los 12 años

Equidad retributiva: "A igual responsabilidad, mismo sueldo"

Por fallecimiento de cónyuge o hijo, 30 días de permiso, de los cuales los 5 primeros son retribuidos

Creación de un Observatorio paritario (empresa + sindicatos)



En Logística, 7 fines de semana libres al año

Observatorio paritario para dotar de mayor flexibilidad y eficiencia

En 2018 las organizaciones sindicales y Mercadona también han acordado la creación de un Observatorio de carácter paritario con integrantes de todas las partes firmantes para dotar de mayor flexibilidad y eficiencia a la compañía a la hora de introducir mejoras relacionadas con las jornadas laborales y su distribución. Para ello, estará puntualmente informado de los nuevos proyectos que Mercadona tenga previsto implementar, lo que permitirá al Observatorio trasladar previamente a la compañía recomendaciones relacionadas con la jornada o su distribución.

2.3 Compromiso con la igualdad y la diversidad

Para Mercadona, la igualdad y la diversidad son valores fundamentales que defiende y fomenta. Lo hace por medio de un compromiso profundo, que se traduce en una política de tolerancia cero frente a cualquier tipo de discriminación.

Por ello, defiende en su organización el principio de igualdad de trato y de oportunidades en todos los ámbitos y a todos los efectos, no admitiendo discriminaciones por razón de sexo, orientación sexual, estado civil, discapacidad, edad, raza, convicciones políticas y religiosas, afiliación sindical o de cualquier tipo.

De hecho, en Mercadona la equidad es un valor irrenunciable que forma parte de su Modelo, aplica de manera transversal y se concreta en el principio “a igual responsabilidad, mismo sueldo”. Igualmente, impulsa la diversidad, valor integrador que refuerza su desarrollo, con el que incrementa la obtención de resultados y que mejora su competitividad. Para ello, promueve unas condiciones de trabajo respetuosas con la diversidad en todos sus ámbitos por medio de una política de neutralidad corporativa que los datos avalan por

sí solos, como pone de manifiesto el hecho de que el 64% de la plantilla sean mujeres; que de las 860 personas que han sido promocionadas en 2018, el 41%, un total de 355, hayan sido trabajadoras; o que la compañía cuente ya con 1.750 mujeres en puestos directivos, el 47% del total.

En este contexto, cabe destacar la firma con los representantes sindicales del nuevo Plan de Igualdad, con el que consolida su línea de actuación a favor de la igualdad de oportunidades. De hecho, no solo ha reforzado derechos conseguidos con el anterior Plan, sino que con esta nueva firma contribuye a defender y fomentar valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional de cuantos forman parte de su plantilla.

66.500

PERSONAS

han participado en planes de formación específicos

70 millones de euros
invertidos

860

PERSONAS

PROMOCIONADAS



Beatriz y David, trabajadores del supermercado de Ronda Outeiro en A Coruña.

2.4 Apuesta por la creación de empleo estable y de calidad

El Modelo de Mercadona impulsa una cultura de mejora continua que fomenta el liderazgo. Apuesta, además, por el esfuerzo, el compromiso y la responsabilidad como valores fundamentales para crecer personal y profesionalmente, y potencia el trabajo en equipo como factor clave para diferenciarse del sector y poder conformar una plantilla de alto rendimiento y competitiva.

En 2018 Mercadona, un año más, ha fortalecido su plantilla tanto por medio de la inversión en formación, más de 70 millones de euros, como con la creación de 1.800 empleos estables y de calidad. Ello le ha per-

mitido cerrar el año con un total de 85.800 personas, incluidas las 300 que al cierre del año formaban parte de la plantilla de Portugal, responsables de alcanzar los objetivos y metas que la compañía ha marcado a corto plazo para el país luso.

Todos ellos conforman un equipo profesional que apuesta por su talento como valor diferencial: un equipo que aprende de sus errores y que aprovecha al máximo sus recursos, habilidades y conocimientos para, como es el objetivo de la empresa, satisfacer totalmente a “El Jefe” e impulsar el Proyecto Mercadona.

En **junio de 2018** se produjo un **incendio en Forvasa**,
fábrica de panes y tartas ubicada en Puçol, València.
Mercadona se comprometió a **garantizar a las 540 personas** que
trabajaban en las instalaciones **sus puestos de trabajo** y centró sus
esfuerzos en **reubicarlas** en otras áreas de la empresa



540

PUESTOS DE TRABAJO
garantizados tras el incendio

TOTAL
DE SUMINISTRO
GARANTIZADO

Alicia, trabajadora de Forvasa reubicada en el Centro de Coinnovación del Jarro en Paterna, València.



Instalaciones de la fábrica de panes y tartas Forvasa en Puçol, València, afectadas por el incendio.

Compartir beneficios con los trabajadores

El Proyecto Mercadona es un proyecto de crecimiento compartido que aplica la verdad universal de la reciprocidad, por la que para poder recibir, primero tenemos que dar. Por ello, ofrece a sus trabajadoras y trabajadores unas condiciones laborales altamente competitivas, lo que le permite retener el talento, contar con una plantilla cohesionada y motivada y disponer de los mejores profesionales.

En el ámbito retributivo, en 2018 ha vuelto a recompensar el esfuerzo de cuantos componen su plantilla con un salario que está por encima de la media de su sector. Como contrapartida, también el retorno en productividad ha continuado incrementándose, lo que ha reforzado, un año más, la eficiencia de la compañía.

Además de ello, para incentivar el compromiso y el liderazgo, Mercadona cuenta con una política de retribución variable con la que reconoce a sus trabajadoras y trabajadores la consecución de los objetivos marcados.

Como en años anteriores, y en el marco de esta política de retribución variable implantada hace 18 años, la compañía ha compartido con sus recursos humanos los beneficios obtenidos a lo largo del año, al primar a todos los miembros de su plantilla con más de un año de antigüe-

dad y cuya implicación durante los doce meses ha permitido cumplir los objetivos personales específicamente pactados para su puesto de trabajo. Concretamente, en 2018 ha repartido en concepto de prima un total de 325 millones de euros entre el 98% de las trabajadoras y los trabajadores, esfuerzo que cabe destacar en un año en el que la compañía ha realizado una inversión récord, de 1.504 millones de euros, con la incidencia que ello ha tenido en su cuenta de resultados.

INDICADORES DE DESEMPEÑO

Prima por objetivos

325

MILLONES DE EUROS

repartidos entre la plantilla

98%

TRABAJADORES

cobra la prima

3,7%

DE ROTACIÓN

TABLA DE SALARIOS PERSONAL BASE EN ESPAÑA				
Tabla de salarios del personal base de Mercadona en 12 mensualidades*				
ANTIGÜEDAD	- DE 1 AÑO	2 AÑOS	3 AÑOS	+ DE 4 AÑOS
Bruto/mes	1.328 €	1.458 €	1.618 €	1.797 €
Neto/mes	1.193 €	1.259 €	1.350 €	1.477 €
En vigor 01/01/2019. Incremento de la Política Retributiva en un 1,2% en 2019.				79% del personal base
* A este salario mensual hay que añadir la prima por objetivos, que desde el primer año de antigüedad y hasta el cuarto es de una mensualidad, y cuando se lleva más de 4 años en la empresa consta de dos mensualidades.				

2.5 Conciliación y compromiso con el bienestar de la plantilla

Desde 1993, año en el que Mercadona inició la implantación de su Modelo de Calidad Total, la compañía mantiene su compromiso con la conciliación de la vida familiar y laboral. Para ello, impulsa iniciativas pioneras que contribuyen a dar respuesta a las necesidades de las personas en ambos ámbitos, a través de una política de Recursos Humanos en la que apuesta por la mejora continua.

Aunque en 2018 han sido muchas las medidas que se han potenciado y reforzado, las cifras de algunas de ellas hablan por sí solas del compromiso que mantiene Mercadona con la conciliación. Así, por ejemplo, destaca el hecho de que 2.360 madres trabajadoras, el 5% del total de la plantilla, decidiera alargar 30 días los cuatro meses de baja maternal establecidos legalmente. Igualmente, 16.062 trabajadoras y trabajadores han optado por disfrutar de jornadas reducidas, al tiempo que algunos de ellos, además, han llevado a sus hijos a alguno de los 4 centros educativos infantiles gratuitos que la compañía tiene desde 2001 en algunos de sus bloques logísticos.



Isabel, trabajadora del supermercado de A Sionlla en Santiago de Compostela, A Coruña.

La conciliación es, por tanto, un valor por el que se apuesta y que crece al mismo ritmo que lo hace la compañía. Así lo demuestran las medidas incorporadas en el nuevo convenio, que contemplan, por ejemplo, la ampliación del permiso de paternidad hasta las 7 semanas; el aumento de la excedencia por cuidado de hijos hasta que el menor cumpla los 12 años; o el hecho de que quienes tengan a su cuidado directo un menor de 12 años que estén disfrutando de una reducción de jornada, cuando se agote la edad máxima legal puedan solicitar un cambio de contrato a tiempo parcial hasta los 15 años del menor, y luego volver a tiempo total, si así lo desean.

16.062

TRABAJADORAS Y TRABAJADORES
han disfrutado de jornadas reducidas

2.360

TRABAJADORAS
optaron por ser madres y alargar
30 días su baja maternal

129

TRABAJADORAS Y TRABAJADORES
han ampliado la excedencia
por cuidado de hijos

1.436

TRABAJADORES
han disfrutado de permiso
de paternidad

2.6 Formación para el crecimiento profesional

Mercadona potencia las habilidades y conocimientos de sus trabajadoras y trabajadores constantemente y apuesta por la formación continua para consolidar no solo el desarrollo presente y futuro de la plantilla, sino el crecimiento sostenido de la compañía.

Para desarrollar y reforzar el talento de su plantilla, en 2018 la compañía invirtió en formación un total de 70 millones de euros, 5 millones más que el año anterior y una media de 815 euros por persona, hasta completar más de 2,5 millones de horas de formación, tanto general como específica.

Gracias a ello, dispone de una plantilla de alto rendimiento, motivada, cohesionada y con unas habilidades y un nivel de desempeño que convierten a los recursos humanos de Mercadona en los mejores de su sector.

2.7 Salud y seguridad en el trabajo

La salud y seguridad laboral de las trabajadoras y trabajadores es un compromiso constante que Mercadona asume e implementa de manera transversal. Desarrolla una profunda labor de concienciación continua, y analiza cada proceso interno y cada desempeño con el objetivo de dotar de la mayor seguridad y ergonomía a cualquiera de los diferentes puestos de trabajo.

Todas las actividades que impulsa en materia de salud y seguridad en el trabajo son estratégicas y su objetivo es incrementar la cultura de la empresa en materia preventiva, lo que ha supuesto una inversión en formación y evaluación de 9,9 millones de euros en 2018.

Destacan la evaluación de los posibles riesgos psicosociales y la actualización de los módulos de formación de riesgos laborales de las tiendas y almacenes, así como los estudios específicos de seguridad (adecuación de los equipos de trabajo al RD 1215/1997), Ergonomía (diseño



Trabajadoras y trabajadores de Mercadona de promoción interna durante el curso de directivos.



Formación de personal de mantenimiento.



Celia, directora del proceso de ejecución de obras, impartiendo una formación.

de nuevos puestos de trabajo) e Higiene Industrial (mediciones de polvo de harina, ruido, ozono...).

Asimismo se ha realizado la correspondiente vigilancia de la salud contando para ello con la colaboración de Quirón Prevención, Previs y Cualtis. La compañía además, para llevar a cabo esta extensa actividad preventiva, cuenta con la colaboración de Mazel Asistencia Industrial, Legalplanning, Instituto de Biomecánica de Valencia, SaludOnNet, Canalsalud24 y Psicopreven.

Colaboración con mutuas y proveedores

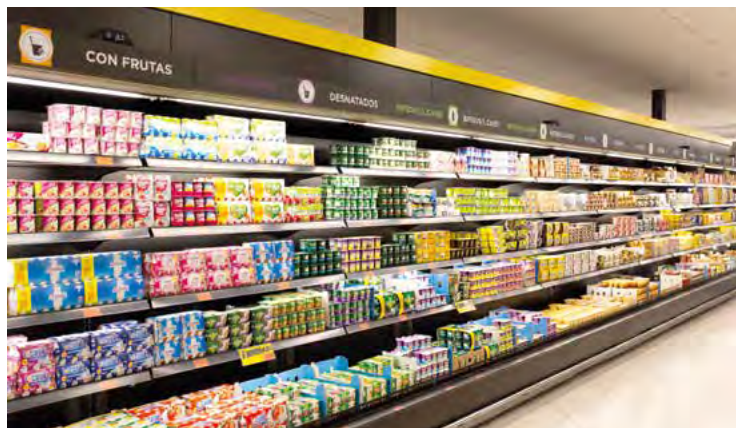
Junto al trabajo desarrollado con las 9 mutuas colaboradoras con la Seguridad Social (Umivale, Fremap, Asepeyo, MAZ, Ibermutuamur, Montañesa, Mutua Balear, MAC y Mutua Navarra), y como es tradicional desde hace años, Mercadona ha colaborado en el intercambio de conocimientos con los Servicios de Prevención de los principales proveedores, lo que sin duda es un punto importante de mejora continua para la compañía en esta materia.

PEDIDO R: UNA GESTIÓN DE STOCK MÁS EFICIENTE

Para incrementar la eficiencia y la productividad en su cadena logística, la compañía, en colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia, ha iniciado las pruebas del Pedido R, una herramienta cuyo objetivo principal es reducir el stock en tienda, garantizando el servicio a los “Jefes”, mejorar la comodidad durante el proceso de compra y facilitar el trabajo al personal de las tiendas a la hora de reponer los pedidos.

Este proyecto introduce importantes cambios en la gestión del stock de los supermercados, al pasar del actual modelo de pedido automático en tiendas por previsión a un modelo de pedido por reposición ajustado a las necesidades de cada tienda, eliminando el impacto que el exceso de stock tiene sobre la organización y la actividad diaria de la tienda.

Iniciado en el mes de enero de 2018, el Pedido R se ha implantado en el bloque logístico de Riba-roja de Túria (Valencia) y se irá ampliando al resto de bloques a lo largo de 2019. Esta iniciativa, operativa en 18 supermercados al cierre del ejercicio, optimiza la distribución del espacio con la actualización de los criterios de reposición, lo que repercute tanto en el orden e imagen de la sala de venta y de los almacenes de la tienda como en el aprovechamiento del espacio. Y, además, garantiza un abastecimiento eficiente de cada supermercado con unos menores costes logísticos.



Lineal de yogures del supermercado de Marina d'Or en Oropesa del Mar, Castellón.



Jesús y Fernando, responsables de la implantación del nuevo proyecto de Pedido por Reposición (Pedido R).

FORMACIÓN INTERNA EN MERCADONA EN 2018		
PLAN	DESCRIPCIÓN	DATOS
ACOGIDA	Explicación a la nueva incorporación de forma personal del puesto de trabajo que va a desarrollar y la posterior transmisión del Modelo de Calidad Total, lo que consolida y mejora sus habilidades y fortalece la cohesión de la compañía en su toma de decisiones	5.978 personas 3 millones de euros de inversión 155.000 horas
FRESCOS GLOBAL	Mejora de las habilidades para adaptarse a la especialización que requiere la estrategia Frescos Global, por medio de la participación en los cursos de Nuevo Modelo de Carne, Nuevo Modelo de Horno, Jamón al Corte o Venta de Sushi	9.800 personas 3,5 millones de euros de inversión 148.500 horas
LISTO PARA COMER	Formación específica de 110 personas para especializarse en la nueva sección que la compañía ha puesto en marcha	110 personas 69.000 euros de inversión 3.000 horas
DIRECTIVAS Y DIRECTIVOS LÍDERES	Formación en liderazgo empresarial y mejora de habilidades de gestión, comunicación y toma de decisiones, dándoles una visión global de la empresa	667 directivas y directivos (50 de otros países) 27.000 euros de inversión media 82.000 horas
AYUDANTES	Formación específica para especializar a un colectivo clave en la organización. Gestionar el día a día del coordinador, sacando la máxima productividad y efectividad a su jornada laboral	39 personas 887.000 euros de inversión 36.000 horas
70 M€ 5 M€ MÁS QUE EN 2017 2,5 MILLONES HORAS de formación 66.500 PERSONAS FORMADAS en planes específicos 92 MÓDULOS O ACCIONES FORMATIVAS 815 € POR TRABAJADOR		

PLAN DE PREVENCIÓN Y PROGRAMA DE SALUD

Supermercados

Evaluación de riesgos de los nuevos centros y las reformas realizadas

249

EVALUACIONES REALIZADAS

Formación inicial y periódica

100%

NUEVOS INGRESOS Y FORMACIÓN PERIÓDICA ANUAL PLANIFICADA

100%

CARNICEROS NUEVO MODELO DE VENTA

100%

CHARCUTEROS JAMÓN AL CORTE

Formación en emergencias

141

ACCIONES REALIZADAS

Bloques Logísticos

Riesgos generales y específicos (seguridad instalaciones)

37

CURSOS PROGRAMADOS POR CADA BLOQUE LOGÍSTICO

Seguridad y Salud Laboral

Incidencia de accidentes de trabajo

19,20‰*

Duración media de la baja

37

DÍAS

Cobertura campaña vacunación gripe estacional

59%

Cobertura de exámenes colectiva periódica

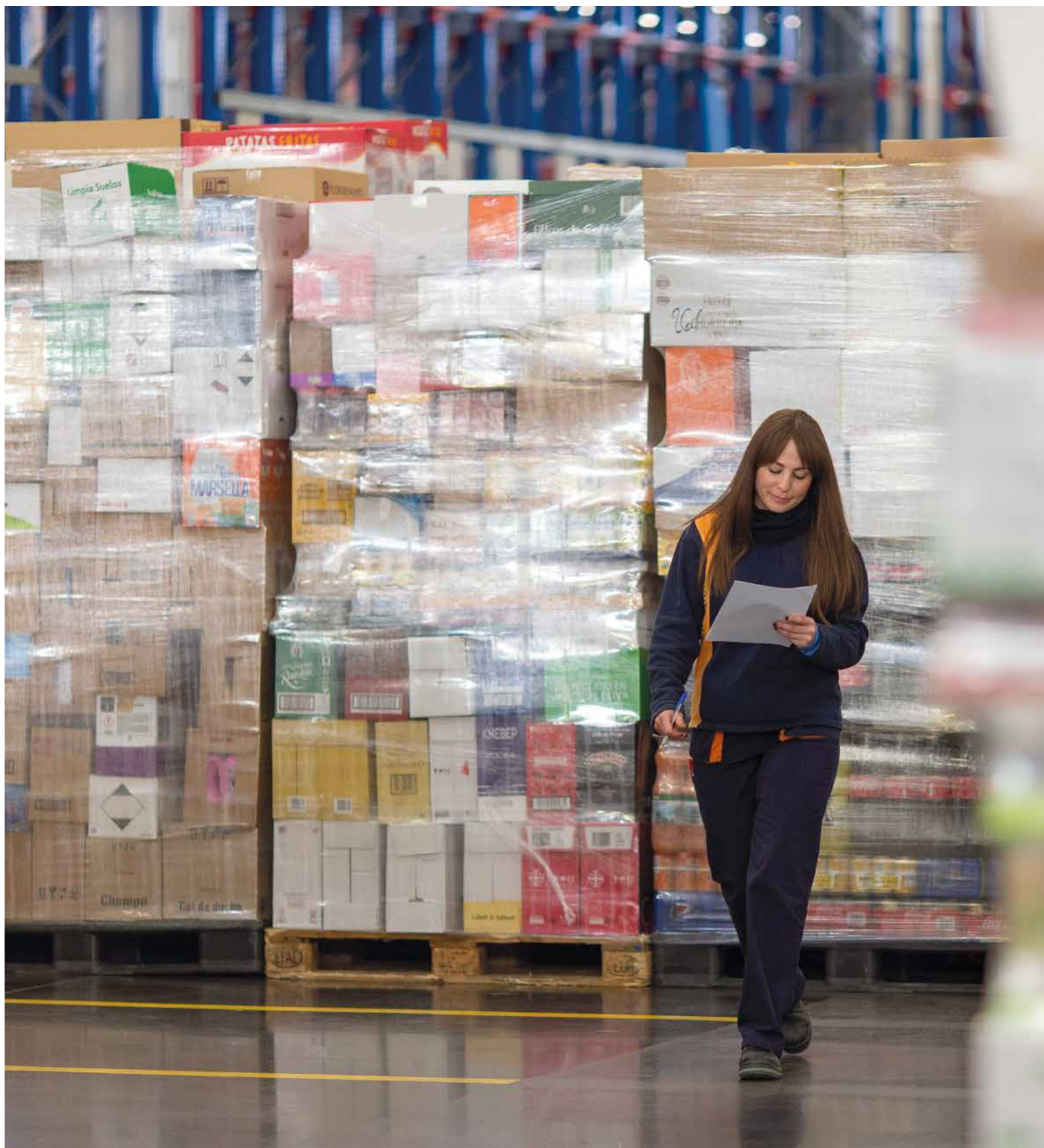
81%

Inversión en prevención de riesgos laborales

9,9

MILLONES DE EUROS

*Índice de incidencia = N° de accidentes con baja / por cada 1.000 trabajadores.



Antonia, trabajadora del bloque logístico de Guadix, Granada.



Mercadona potencia las habilidades y conocimientos de sus trabajadoras y trabajadores constantemente y apuesta por la formación continua, lo cual contribuye a mejorar la capacitación y empleabilidad de la plantilla. En 2018, la compañía invirtió en formación un total de 70 millones de euros, hasta completar 2,5 millones de horas de formación.



Mercadona es una empresa comprometida con la igualdad de género y se rige por el Principio de Equidad “misma responsabilidad, mismo sueldo”. Asimismo, cuenta con un modelo empresarial en el que la promoción interna es una de sus señas de identidad, basada exclusivamente en la cualificación y valía de las personas.



Mercadona cuenta con una plantilla de 85.800 personas, 85.500 en España y 300 en Portugal, todas ellas con contrato fijo y con salarios por encima de la media del sector. En 2018, la compañía creó 1.800 puestos de trabajo estables y de calidad, y continuó avanzando en la automatización de sus almacenes para reducir sobreesfuerzos.



3. EL PROVEEDOR

EN MERCADONA, LA **EVOLUCIÓN**
ES UN **PROCESO CONSTANTE**
DENTRO DE NUESTRO
MODELO DE EMPRESA

Un proyecto abierto y socialmente responsable que, con la satisfacción de “El Jefe” como faro, ha ido creciendo año tras año hasta conformar un clúster industrial de 1.400 Proveedores Totaler. Todos ellos contribuyen con su esfuerzo y determinación al desarrollo de productos innovadores o de proximidad, en el caso de los frescos, que aportan la diferenciación y especialización, y son, por tanto, corresponsables del éxito y liderazgo de Mercadona

PRINCIPALES DATOS EL PROVEEDOR

PROVEEDOR TOTALER

1.400

PROVEEDORES TOTALER

CADENA AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE

Persigue crear sinergias,
compartir el conocimiento de
cada eslabón que la conforma
y construir una Cadena
Agroalimentaria eficiente,
moderna y diferencial

Colaboración con

9.000

AGRICULTORES

5.500

GANADEROS

12.000

PESCADORES

BLOQUES LOGÍSTICOS

Red logística de más de

1.000.000m²

DE SUPERFICIE

16

BLOQUES LOGÍSTICOS

2 almacenes satélites

2 almacenes reguladores



Gallina ponedora criada en libertad del Proveedor Totaler Huevos Guillén.

3.1 Proveedor Totaler

La evolución del Modelo de Proveedor

La evolución del Inteproveedor y del Proveedor Especialista hacia el Proveedor Totaler es el camino natural que desde hace años Mercadona está recorriendo. Lo hace a través de la colaboración conjunta y con un objetivo común: cumplir siempre el Modelo Totaler y desarrollar e innovar productos que sean la mejor opción en calidad y precio para “El Jefe”.

Dentro de este compromiso, Mercadona, junto a los 1.400 Proveedores Totaler con los que colabora, persigue el crecimiento a través de la excelencia en la construcción de un Surtido Eficaz que aporte diferenciación, y trabaja diariamente para ser Totaler y prescribir a “El Jefe” productos con la máxima calidad que le permitan fabricarse su Carro Menú* al mínimo coste.

Para lograr este objetivo, Mercadona ha ido evolucionando paulatinamente su modelo. De hecho, su apuesta por la especialización en frescos, con la estrategia de compras de productos locales y de cercanía iniciada en 2012, con lo que se garantice una mayor frescura, ha provocado que la compañía cuente, al cierre de 2018, con un total de 350 Proveedores Totaler en frescos, frente a los 40 de 2012. Y este esfuerzo, paralelamente, se ha traducido

en un relevante incremento de ventas, como demuestra el crecimiento del 30% alcanzado en los últimos 4 años.

En el nuevo Modelo Totaler, la relación de Mercadona y sus proveedores se rige por una serie de principios basados en:

- Relación a largo plazo.
- Desarrollo del producto con “El Jefe” y para “El Jefe” con iniciativas de coinnovación.
- Productos que aporten diferenciación “Hacendado” y cumplan siempre: Seguridad Alimentaria, calidad definida, servicio y precio de compra competitivo.
- Contrato indefinido para los productos siempre que se cumplan las condiciones pactadas.
- Procesos de elaboración sostenibles y socialmente responsables.

* Carro Menú: la Compra Total de “El Jefe” con la mayor calidad al mínimo coste mensual.

TOTALER:

Prescribirle a “El Jefe” las soluciones necesarias para cada necesidad y ser la mejor opción

PROVEEDOR TOTALER:

Proveedor que, junto con Mercadona, desarrolla el mejor producto, fruto de la coinnovación desde “El Jefe” hacia atrás, garantizando siempre la Seguridad Alimentaria, la calidad, el servicio y un precio competitivo en cada producto, y con los que mantenemos una relación comercial de estabilidad bajo las marcas Hacendado, Deliplus, Bosque Verde y Compy, entre otras

Un nuevo marco de relación a largo plazo

De esta manera, y tras 20 años de un Modelo de relación exitoso que ha servido para consolidar el crecimiento tanto de la compañía como de los Interproveedores, 120 a finales de 2017, Mercadona decide tomar todos sus puntos fuertes de cuanto ha aprendido en colaboración con los Interproveedores para evolucionar esta figura y el marco de relación establecido. Y lo hace, nuevamente, poniendo en el centro de esta decisión a “El Jefe”, tras constatar después de su experiencia en Frescos que la agilidad para adaptarse al mercado, la apuesta por lo “local” y la especialización son claves para seguir contando con la confianza de sus clientes y para poder ofrecerles ese surtido “vivo” y de calidad que reclaman.

Es en este contexto en el que se inicia el desarrollo del Proveedor Totaler, una figura que aúna todas las potencialidades tanto de Interproveedores como de Proveedores Especialistas y que, centrado en desarrollar producto a producto, representa la mejor opción para dar respuesta a la Misión de Mercadona.

Para reforzar esta especialización, la compañía, a lo largo de estos años, ha ido fortaleciendo sus departamentos de Compras y de Prescripción. Así lo demuestra el hecho de que de 2008 a 2018, en tan solo una década, haya pasado de contar con 50 gerentes a disponer de 1.000, repartidos en 5 departamentos de Compras y 2 de Prescripción, lo que pone de manifiesto, igualmente, el esfuerzo destinado a conseguir esa especialización en secos y en frescos que permite disponer de proveedores no solo con un know-how específico para la elaboración de productos concretos de muy alta calidad, sino con los medios necesarios para poder introducir en el lineal productos innovadores con la inmediatez que demandan los “Jefes”.

El desarrollo del Modelo Totaler es un proyecto abierto en el que no importa el tamaño del fabricante y sí su especialización y agilidad para satisfacer a “El Jefe” con productos diferenciales y con una excelente calidad bajo las marcas propias de Mercadona, lo que genera una responsabilidad compartida. Un proyecto que establece un nuevo marco de relación a largo plazo, que es igual para



Recogida de manzanas de la variedad Fuji del Proveedor Totaler Girona Fruits SCCL en Bordils, Girona.

todas las partes implicadas, pero en el que se persigue la especialización por producto y no por categoría, así como el desarrollo de soluciones con y para “El Jefe” por medio de la coinnovación, con una calidad y un servicio claramente definidos y un precio competitivo. Un proyecto socialmente responsable en el que todas sus partes salen ganando: “El Jefe”, más satisfecho con un Surtido Eficaz especializado; el Proveedor Totaler, con la garantía de compra indefinida del producto mientras se cumplan las condiciones pactadas; y Mercadona, con productos diferenciales y la agilidad requerida para adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes.

En mayo de 2018 tuvo lugar la vigésima **Reunión de Interproveedores de Mercadona**, en la que se explicó en profundidad la importancia de cumplir siempre el **Modelo Totaler**, inspirador de la nueva figura del Proveedor Totaler. En ella, la compañía abordó la necesidad de seguir adaptándose a sus “Jefes” por medio de la especialización, lo que implica **desarrollar el surtido producto a producto** y no por categorías como mejor opción para dar respuesta a la Misión de Mercadona.



3.2 Industria Mercadona

Al cierre de 2018, la compañía trabaja con 2.387 proveedores comerciales y 13.358 no comerciales, además de 198 transportistas. Junto con los 1.400 Proveedores Totales, asumen un papel relevante en la cadena de montaje de Mercadona, pues su implicación conjunta ha permitido seguir promoviendo y consolidando un proyecto de crecimiento compartido que, año tras año, genera valor.

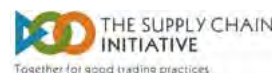
Este esfuerzo, además del impacto directo positivo que supone, genera un impulso que indirectamente repercute en la actividad de las zonas en las que se encuentra presente y que se traduce en la creación de industria, servicios y empleo; en la generación de riqueza y en la consolidación de las economías locales. Así, el volumen de compras realizadas en España en 2018 es de 18.640 millones de euros, cifra que supone el 85% del total de compras.

Con el objetivo de disponer siempre de la mejor opción para “El Jefe”, Mercadona tiene presencia en más de 10 países, en los que trabaja con los mejores proveedores también para reforzar su surtido y servicio. En varios de esos países cuenta, además, con oficinas de representación, filiales y sucursales, con las que da cobertura legal

a los 36 trabajadores que en origen pueden operar en representación de la compañía.

Código de Buenas Prácticas Mercantiles

Mercadona está adherida al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, acuerdo voluntario que se enmarca en la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria. Este proyecto, impulsado por el entonces Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPA-MA) en colaboración con distintas asociaciones de toda la cadena agroalimentaria nacional, supone un nuevo paso en la promoción de prácticas comerciales justas. Asimismo, desde 2014 la empresa es miembro de The Supply Chain Initiative, acuerdo voluntario europeo de buenas prácticas mercantiles en la cadena agroalimentaria, impulsado por siete asociaciones sectoriales y que cuenta con el apoyo de la Comisión Europea.



2.387
PROVEEDORES
COMERCIALES

1.400
PROVEEDORES
TOTALER

+20.000
PYMES Y PRODUCTORES
de materias primas



Piñones del Proveedor Totaler Jesús Navarro, en sus instalaciones de Novelda, Alacant.



18.640

MILLONES DE EUROS

volumen de compras en España

+1.107 M€

que en 2017

85%

DEL VOLUMEN TOTAL

de compras

Sardinillas al limón en aceite de girasol elaboradas por el Proveedor Totaler Francisco Gil Comes en Vinaròs, Castellón.

ALGUNOS EJEMPLOS DE INVERSIONES DE PROVEEDORES TOTALER EN 2018

ACEITES DEL SUR - COOSUR

Vilches (Jaén)

Ampliación de bodega y refino

4,2 M€

23 NUEVOS EMPLEOS

CALADERO

Zaragoza (Zaragoza)

Ampliación de producción de bandejas de pescado fresco

8,3 M€

66 NUEVOS EMPLEOS

ELABORADOS CÁRNICOS MEDINA

Buñol (València)

Mejoras y ampliación de producción de vacuno para la nueva sección de carne

2 M€

117 NUEVOS EMPLEOS

GRUPO PROFAND

Villagarcía de Arousa (Pontevedra)

Automatización de procesos y mejoras de calidad en la línea de pota

1,9 M€

30 NUEVOS EMPLEOS

JESÚS NAVARRO

Novelda (Alacant)

Construcción de una nueva planta de edulcorantes y especias

1,5 M€

11 NUEVOS EMPLEOS



HIJOS DE JUAN PUJANTE

Beniel (Murcia)

Ampliación de producción de pollo de campo

1,6 M€

89 NUEVOS EMPLEOS

SCHREIBER FOODS

Talavera de la Reina (Toledo)

Nuevas líneas de yogures griegos, líquidos y batidos

15,3 M€

40 NUEVOS EMPLEOS



QUESERÍAS ENTREPINARES

Las Arenas (Valladolid)

Nuevas cámaras de maduración de queso y líneas de envasado en cuña

15 M€

40 NUEVOS EMPLEOS

INQUIBA

Guareña (Badajoz)
Ampliaciones, mejoras y
nueva línea de suavizante

7,5 M€
72 NUEVOS EMPLEOS



EUROPASTRY

Vallmoll y Sarrall (Tarragona)
Ampliación de producción
y nueva línea de croissant
de mantequilla

40 M€
50 NUEVOS EMPLEOS

DELIBREADS

Llíria (València)
Ampliación de la fábrica y nueva
línea de tortillas de trigo

8,3 M€
10 NUEVOS EMPLEOS

CHAMPINTER

Fuentealbilla y Villamalea (Albacete)
Varias mejoras y producción
de setas shitake

3,5 M€
26 NUEVOS EMPLEOS

PLATOS TRADICIONALES

Buñol (València)
Incremento de capacidad y línea
para nuevos platos preparados

8,74 M€
233 NUEVOS EMPLEOS

GRUPO EGATESA

La Esperanza
(Santa Cruz de Tenerife)
Lanzamiento de productos
locales para la nueva sección
de carne en Canarias

1,5 M€
30 NUEVOS EMPLEOS

EMBUTIDOS MONTER

Sant Jaume, Serinyà y
Les Planes (Girona)
Ampliación de la producción y
lanzamiento de nuevos sticks

8 M€
79 NUEVOS EMPLEOS

Colaboración con el sector primario

Desde hace años Mercadona defiende la necesidad de modernizar la cadena agroalimentaria, al considerarla una palanca de crecimiento no solo para la compañía sino para el país. Por ello, en 2018 ha seguido impulsando la Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona, que persigue aunar esfuerzos y compartir el conocimiento de cada eslabón que la conforma para, entre todos, generar sinergias y construir una Cadena Agroalimentaria eficiente, moderna, y diferencial.

En este contexto, durante estos doce meses la compañía ha continuado estrechando vínculos con los sectores estratégicos de la industria agroalimentaria española, como son el agrícola, pesquero y ganadero, reforzando con todos ellos su apuesta por la estabilidad, la planificación, la proyección de futuro, la seguridad en la compra y la especialización.

Gracias a ello, la Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona ha seguido creciendo y consolidándose como un proyecto de conocimiento compartido en el que todos los que la forman, un año más, han salido ganando. El sector primario, con un mayor know-how y eficiencia; y Mercadona, con unos Proveedores Totaler cada vez más locales y especialistas que, además de productos de máxima calidad y fresca, contribuyen a seguir avanzando en el compromiso de, siempre que sea viable, utilizar materia prima de origen nacional.

COLABORACIÓN CON

9.000
AGRICULTORES

5.500
GANADEROS

12.000
PESCADORES



AVANCES EN LA CADENA AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE: Construir juntos para crecer juntos



GRANJA VENCOPA

Tras invertir 3,5 millones de euros en sus modernas instalaciones en Castilla y León, propiedad del joven ganadero Ventura Barreales, disponen actualmente de sala de ordeño rotatoria con 40 puntos, separación automática de animales, robot-empujador automático de alimentos, etc. Todos estos avances en la automatización de procesos le han permitido gestionar la granja, que tiene 600 vacas, sin sobreesfuerzos y convertirse en uno de los ejemplos destacables del Proyecto EFIBER de eficiencia productiva de Lactiber, tras haber pasado de los 10.000 litros al día a los 12.000, crecimiento con el que, paralelamente, ha reforzado su sostenibilidad.



VERDURAS CURRO

Tomates Pradeño, variedad autóctona de Madrid recuperada por el Proveedor Totaler Verduras Curro para su venta en las tiendas de Madrid. Esta empresa familiar de tercera generación con tradición agrícola, además de gestionar su propia producción, trabaja con 28 agricultores con pequeñas explotaciones de la zona y de otras provincias como Toledo, Segovia y Murcia. Mantiene con ellos una relación a largo plazo, lo que les permite planificar sus cultivos, contribuyendo a garantizar la economía social de la zona y el mantenimiento de los puestos de trabajo durante todo el año.

NARANJAS

En la campaña 2018-2019, Mercadona ha comprado 200.000 toneladas de naranjas a más de 2.500 proveedores locales de la Comunidad Valenciana, Andalucía, Región de Murcia, Catalunya e Islas Canarias.



FRUSANA

Cooperativa gaditana de primer grado de frutas y verduras. Con una trayectoria de más de 50 años de historia, cuenta con más de 270 socios y dedican 400 ha. al cultivo del boniato.



3.3 Bloques logísticos

Mercadona cuenta con una red logística eficiente y sostenible en la que trabajan 8.000 personas. Gracias a ello, garantiza a diario el suministro de todos sus supermercados, 1.636 al cierre de 2018. Dispone de 1 millón de metros cuadrados de superficie y está compuesta por 16 bloques logísticos, 2 almacenes satélites y 2 almacenes reguladores.

Consciente de la relevancia que la logística y la definición y gestión de stocks tienen en su actividad, Mercadona destina año tras año importantes recursos para consolidar su red, por medio de la introducción de mejoras que contribuyen a optimizar todo su potencial. En 2018, en concreto, la compañía ha invertido un total de 257 millones de euros que han permitido, además de avanzar en la construcción de los nuevos bloques, incorporar mejoras en los ya existentes, como las nuevas cámaras de maduración en el bloque de Villadangos del Páramo (León) o iniciar la construcción de un nuevo almacén de Perecederos en el bloque de Zaragoza.

Bloques logísticos inteligentes para eliminar sobre esfuerzos

Mercadona ha seguido consolidando su apuesta por el trabajo de calidad en los almacenes, con el impulso y desarrollo de bloques logísticos totalmente automatizados, pioneros en el sector, que además de eliminar sobre esfuerzos son motor de competitividad y productividad. Gracias a esta iniciativa, que puso en marcha en diciembre de 2007 con la inauguración de su bloque logístico de Ciempozuelos (Madrid), ha eliminado completamente cualquier manipulación y sobre esfuerzo de los trabajadores de su división logística, lo que contribuye a prevenir y reducir el riesgo de accidentes laborales y, paralelamente, a reforzar la eficiencia de su red de distribución.

La compañía dispone de varios bloques de este tipo, que denomina Almacén Siglo XXI, ubicados en Ciempozuelos (Madrid), Villadangos del Páramo (León), Abrera (Barcelona), Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava) y gradualmente se adaptarán el resto de bloques a esta nueva tecnología. Además, en los próximos años, inaugurará dos nuevos bloques logísticos de estas características, uno ubicado en Parc Sagunt (València) y otro en la Plataforma Logística de Plaza en Zaragoza.



Estela, directora del bloque logístico de Ciempozuelos, Madrid, y los trabajadores de dicho bloque, José y Joaquín.

BLOQUES LOGÍSTICOS

BLOQUE LOGÍSTICO EN FUNCIONAMIENTO

BLOQUE LOGÍSTICO EN PROYECTO/CONSTRUCCIÓN

A

ALMACÉN SATELITE

R

ALMACÉN REGULADOR

RADIO ACCIÓN

COLMENAS

(Almacén Online)

@

EN FUNCIONAMIENTO

@

EN CONSTRUCCIÓN

The map displays the geographical distribution of logistics blocks and satellite warehouses across Spain and its surrounding regions. The logistics blocks are numbered 1 through 16, and the satellite warehouses are labeled A1, A2, R1, and R2. The map includes a legend for 'BLOQUES LOGÍSTICOS' and 'COLMENAS (Almacén Online)'. The logistics blocks are numbered 1 through 16, and the satellite warehouses are labeled A1, A2, R1, and R2. The map shows the distribution of these facilities across the Iberian Peninsula and the Balearic Islands.

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

83

Bloque logístico Parc Sagunt

Tras invertir en 2017 un total de 41 millones de euros en la adquisición de 550.000 metros cuadrados de parcela en el parque empresarial Parc Sagunt (València), durante estos doce meses la compañía ha seguido impulsando este proyecto que, una vez terminado, supondrá una inversión total de 400 millones de euros. De hecho, a lo largo del año se han realizado importantes avances en los hormigonados de las diferentes dependencias, al tiempo que se han ejecutado ya las infraestructuras enterradas de varias zonas distintas.

Gracias a su ubicación estratégica, Parc Sagunt incrementará la eficiencia logística de la compañía y abastecerá a un total de 255 tiendas. Asimismo, permitirá reestructurar el bloque logístico que la compañía tiene en Riba-roja de Túria (València), que al no poder automatizarse en su totalidad adaptará su actividad para convertirse en almacén regulador.



Lorena, directora de las obras de los almacenes de Mercadona, en la construcción del bloque logístico de Parc Sagunt en Sagunt, València.



Fotografía aérea de la construcción del bloque logístico de Parc Sagunt, en Sagunt, València.

Bloque logístico de Zaragoza

Para seguir impulsando su red logística, en 2018 Mercadona decidió construir un nuevo bloque logístico inteligente en la Plataforma Logística de Plaza en Zaragoza, con una inversión inicial prevista de más de 40 millones de euros. Dicho bloque logístico contará con 65.000 metros cuadrados, de los que 30.000 metros se destinarán a superficie edificada.

Con su puesta en funcionamiento, se trasladará la actividad logística que viene realizándose en las actuales instalaciones también ubicadas en Plaza, donde se mantendrá los servicios de apoyo y almacén de envases. La plantilla, formada por 100 personas, también será trasladada a este nuevo bloque logístico automatizado que eliminará sobreesfuerzos de los trabajadores.

Bloques logísticos de Vitoria-Gasteiz, Abrera y Huévar del Aljarafe

Mercadona ha seguido avanzando en el desarrollo de las obras del bloque logístico de Vitoria-Gasteiz (Araba/Álava), tras destinar este año 56 millones de euros a la puesta en marcha del área de congelados y en el proyecto de automatizar secos y de maquinaria de fabricación de pan. Este proyecto se inició en 2015 para abastecer los supermercados que tiene en Euskadi, Navarra, La Rioja, Cantabria y Burgos.

Del mismo modo, la construcción del quinto bloque logístico inteligente de Mercadona en Abrera (Barcelona) continúa su curso. Cabe destacar que, a lo largo de estos meses, se ha trabajado en la plataforma de productos frescos, integrada dentro del almacén de frío, para abastecer de fruta y verdura, carne y pescado a los supermercados Mercadona en Catalunya. A ello hay que sumar la actividad del almacén de secos, la fábrica de pan y el área de gestión de envases, en funcionamiento actualmente.



Sistema "kanguro" en el bloque logístico en Abrera, Barcelona, que permite componer los palés de frescos evitando sobreesfuerzos y de una forma más rápida.

Paralelamente, en agosto de 2018 ha iniciado las obras para la ampliación de su bloque logístico en el municipio sevillano de Huévar del Aljarafe, donde proyecta la construcción de una nueva nave de 36.700 metros cuadrados. Las nuevas instalaciones, que se destinarán al almacenamiento, preparación y expedición de productos frescos, estarán operativas en el año 2021 y contarán con el denominado PPG (Picking Ponte Grúa), un sistema innovador de almacenamiento y preparación automática de palés de carne, fruta y verdura.

Bloque logístico de Póvoa de Varzim

Durante estos doce meses, además, Mercadona ha iniciado las obras de su primer bloque logístico en Portugal. Localizado en la ciudad de Póvoa de Varzim, cuenta con dos naves de 12.000 metros cuadrados cada una, en las que se ubicarán, respectivamente, los almacenes de secos, perecederos, refrigerados y congelados.

El primer bloque portugués de la compañía supondrá una inversión total de 28 millones de euros y se prevé esté totalmente operativo en el primer semestre de 2019. Para ello, ya se han finalizado las canalizaciones eléctricas y se ha ejecutado la estructura metálica de varios de sus almacenes, al tiempo que se han abordado importantes avances en relación con el nuevo vial de acceso.



Fotografía aérea de la construcción del bloque logístico en Póvoa de Varzim, Porto.

EN 2018:

1.000.000 m²

CONSTRUIDOS

destinados a garantizar la cadena de suministro de la compañía



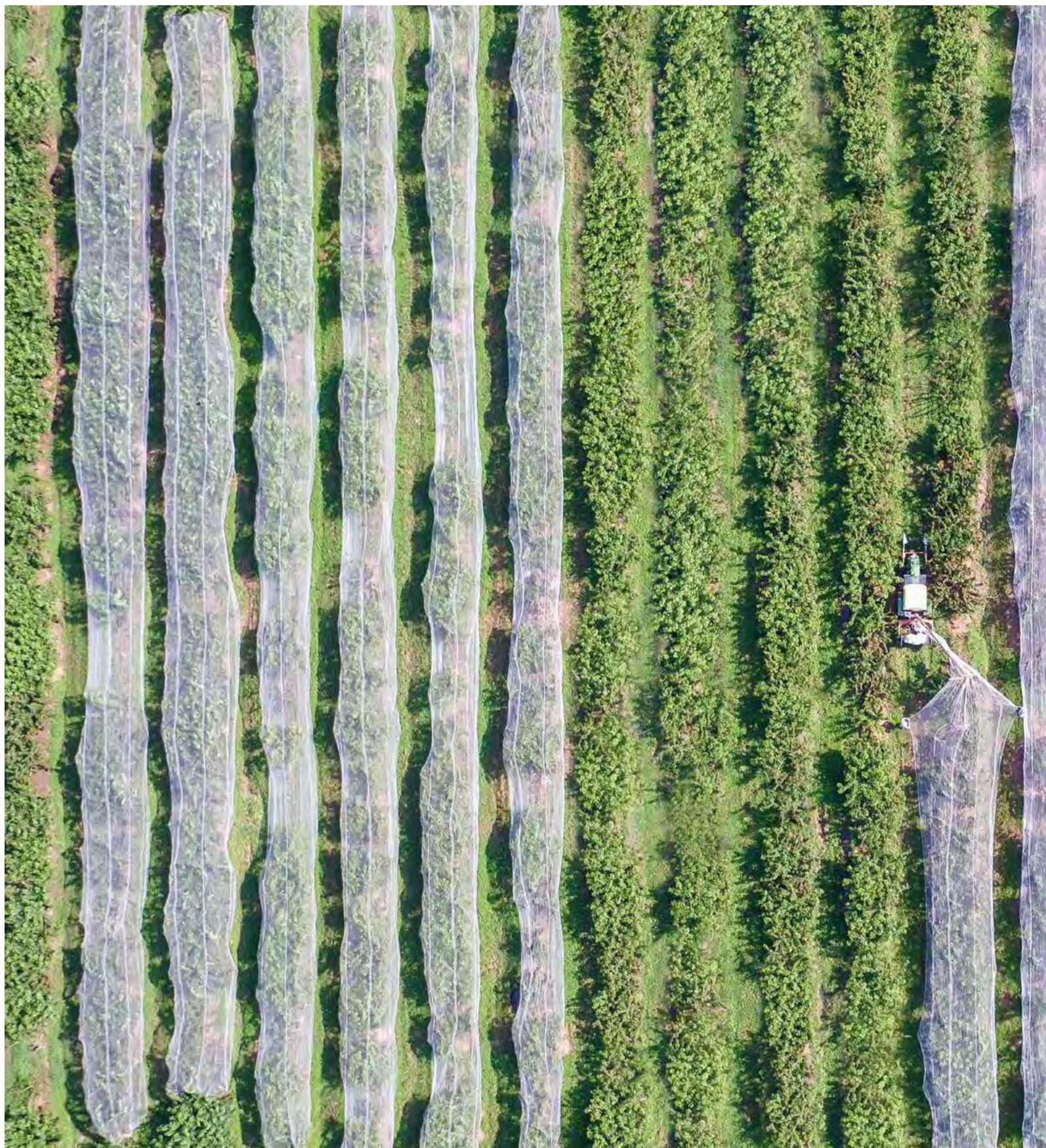
16
BLOQUES
LOGÍSTICOS

8.000
EMPLEADOS

257
MILLONES DE EUROS



Sistema de Picking Puente Grúa (PPG) en el bloque logístico de Vitoria-Gasteiz, Araba/Álava.



Campos de cerezas del Proveedor Totaler Campo y Tierra en Coria, Cáceres.



Mercadona colabora con los Proveedores Totaler para fomentar el crecimiento compartido y sostenible y generar valor en los entornos en los que tiene presencia. Además, apuesta desde hace años por la creación y consolidación de una industria productiva y eficiente en el país. Colabora con un total de 1.400 Proveedores Totaler, lo que ha permitido impulsar durante los últimos años un importante clúster industrial en el país.



Los Proveedores Totaler aplican en sus procesos buenas prácticas de protección ambiental y apuestan por la producción responsable, para lo que desarrollan iniciativas conjuntas que, a través de proyectos basados en la economía circular y el uso eficiente de recursos, permiten ajustar al máximo el consumo de materias primas. Además, el 100% de los productos de origen animal de Mercadona procede de proveedores homologados que se han comprometido a tener implantados antes de 2021 los estándares certificables en materia de Bienestar Animal tanto en la fase de granja, como durante el transporte y durante el sacrificio.



El 100% de los proveedores comparten la Política de Compra de Productos de la Pesca de Mercadona.





MERCADON



4. LA SOCIEDAD

EL **MODELO DE CALIDAD TOTAL** CONTEMPLA TRASVERSALMENTE LAS ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS PARA **SATISFACER Y CREAR VALOR COMPARTIDO** PARA LOS **CINCO COMPONENTES** DE LA COMPAÑÍA, CUMPLIENDO EL **PROPÓSITO** COMO EMPRESA DE **GENERAR EMPLEO, PROSPERIDAD Y RIQUEZA**

Y al mismo tiempo, se contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas y a innovar para transformar la sociedad, a través de una visión conjunta compartida por todos los que forman el proyecto Mercadona: “Ser una empresa que la gente quiera que exista y sienta orgullo de ella”

PRINCIPALES DATOS LA SOCIEDAD

CRECIMIENTO COMPARTIDO Y SOSTENIBLE

Inversión de

1.504

MILLONES DE EUROS

y generación de

1.800

NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO

fijos, estables y de calidad

Aportación directa de

4.800

MILLONES DE EUROS

al PIB nacional

en 2018

MERCADONA SOCIAL

Colaboración con
más de

170

COMEDORES SOCIALES

60

BANCOS DE ALIMENTOS
a los que ha donado

8.300

TONELADAS DE ALIMENTOS

33

FUNDACIONES Y

CENTROS

OCUPACIONALES

que trabajan en la creación
de los murales de trencadís

MEDIO AMBIENTE

Inversión de

40

MILLONES DE EUROS
en protección del
medio ambiente



Nueva bolsa de papel, reutilizable.

4.1 Crecimiento sostenible y compartido

En Mercadona, el comportamiento socialmente responsable está arraigado orgánicamente en su Modelo de Gestión, un Modelo que apuesta por la verdad universal de que “para recibir, primero hay que dar” y que aborda su actividad de manera responsable, convencida de que cuando se actúa correctamente, se obtienen, a medio y largo plazo, reacciones y resultados positivos por medio de la apuesta por el crecimiento y la prosperidad compartidos.

Para ello, fomenta un comportamiento responsable y cuantos forman parte de la compañía no solo se esfuerzan diariamente, sino que mantienen, además, una actitud de transparencia y diálogo en la que la empatía es clave. Una actitud solidaria que permite a la compañía impulsar medidas que contribuyen a mejorar los entornos en los que desarrolla su actividad. Y también, a involucrarse en el desarrollo de las zonas donde tiene presencia a través de iniciativas de muy diversa índole, como el apoyo al emprendimiento, la apuesta por la convivencia con formatos tradicionales de comercio, el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales, la colaboración con organismos y entidades que ayudan a las personas con menos recursos, etc.

En 2018 Mercadona ha seguido impulsando su proceso de transformación, que solo en términos de inversión ha sido de 1.504 millones de euros. Además, a lo largo del año el crecimiento sostenible de la compañía ha generado 1.800 nuevos puestos de trabajo estables y de calidad, prácticamente 5 al día, con unas condiciones que, año tras año, se mantienen por encima de la media del sector, como demuestra el hecho de que el sueldo inicial mínimo sea de 1.328 euros brutos al mes.

De acuerdo con los cálculos realizados por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie), la compañía ha aportado en 2018 un total de 630.000 puestos

de trabajo, fruto tanto de su actividad directa como de la generada indirectamente y de la inducida.

Todos estos hechos reflejan el compromiso vertebrador que Mercadona mantiene con la Sociedad. Un compromiso que nuevamente se traduce en una aportación en 2018 que las cifras avalan por sí solas: 1.575 millones de euros abonados a las Administraciones Públicas en concepto de tributos soportados y recaudados, de los que 790 millones de euros corresponden a los pagos realizados a la Seguridad Social, 175 al Impuesto de Sociedades, 492 a la recaudación del IVA y del IRPF, y 118 a otros impuestos y tasas, así como una aportación directa de 4.800 millones de euros al PIB nacional. De igual forma, fruto de la actividad directa de Mercadona como de la generada indirectamente y de la inducida, se ha generado un impacto fiscal en España de 8.852 millones de euros y un impacto en el PIB de 22.900 millones de euros.

Respecto al proyecto de internacionalización, la compañía mantiene su compromiso con la Sociedad pagando los impuestos que le corresponden en Portugal, hecho que se traduce en la aportación a lo largo de 2018 de tributos soportados y recaudados por 4,3 millones de euros: 1,3 millones de euros a la Seguridad Social, 2,4 millones de euros en concepto de pagos de Impuestos sobre Inmuebles, y 1 millón de euros de IRS. Asimismo, por las inversiones en el país el valor de IVA a devolver es de 0,4 millones de euros.

Cuando se actúa correctamente, se obtienen, a medio y largo plazo, reacciones y resultados positivos por medio de la apuesta por el crecimiento y la prosperidad compartidos

IMPACTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE MERCADONA

Aportación Total de Renta, Empleo y Recaudación Fiscal

22.900*

millones de euros
APORTACIÓN
CONJUNTA AL PIB
1,9% del PIB

630.000*

PUESTOS DE TRABAJO
EN ESPAÑA
3,4% del empleo total
en España

8.852*

millones de euros
DE RECAUDACIÓN FISCAL
2,1% de la recaudación total
estimada de las Administraciones
Públicas españolas (incluyendo
cotizaciones a la Seguridad Social)

Contribución Tributaria Mercadona (España)

Tributos soportados y recaudados 1.575 millones de euros

Contribución Tributaria Soportada Mercadona

Seguridad Social

660

MILLONES DE EUROS

Impuesto de Sociedades

175

MILLONES DE EUROS

Otros impuestos y tasas

118

MILLONES DE EUROS

Contribución Tributaria Recaudada Mercadona

Seguridad Social

130

MILLONES DE EUROS

IRPF

328

MILLONES DE EUROS

IVA

164

MILLONES DE EUROS

Contribución Tributaria Irmãdona (Portugal)

Tributos soportados y recaudados 4,3 millones de euros

Contribución Tributaria Soportada Irmãdona

Seguridad Social

0,9

MILLONES DE EUROS

Impuestos sobre Inmuebles

2,4

MILLONES DE EUROS

Contribución Tributaria Recaudada Irmãdona

Seguridad Social

0,4

MILLONES DE EUROS

IRS

1

MILLÓN DE EUROS

IVA (a devolver)

0,4

MILLONES DE EUROS

*Datos actualizados según la metodología empleada por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) en 2018.

4.2 Diálogo y transparencia

Mercadona mantiene una relación de cercanía y proximidad con la Sociedad con el objetivo de detectar la contribución que, dentro de su actividad, puede aportar a los entornos en los que tiene presencia. Por ello, y desde la máxima de que “para poder recibir, primero tenemos que dar”, mantiene lazos de colaboración firmes y estables, y apuesta por la escucha y la transparencia como bases sobre las que construye la convivencia.

Para fortalecer sus vínculos con la Sociedad, Mercadona favorece el diálogo con la misma. Gracias a ello, detecta y satisface las necesidades de su entorno, al conocer de primera mano las inquietudes de cuantos forman parte de él: de sus vecinos, de los consumidores, de asociaciones e instituciones. Por este motivo, año tras año participa en numerosos foros y reuniones con distintos organismos e instituciones, oportunidades que aprovecha no solo para explicar en mayor detalle su Modelo de Empresa, sino para escuchar qué espera la Sociedad del Proyecto Mercadona.

Para Mercadona, además, la transparencia es un valor irrenunciable y uno de los ejes de su compromiso social. Rige sus relaciones con todos los componentes, tal y como puede constatarse en su página web. En ella, se publica de forma periódica y actualizada información institucional y económica relevante para garantizar la transparencia de su actividad relacionada con el funcionamiento y control de la actuación pública.



Relación con consumidores

Mercadona lleva años fomentando la participación y colaboración, a través de la promoción de acciones individuales o conjuntas, con las Asociaciones de Consumidores más representativas tanto del ámbito nacional, como del autonómico y provincial.

Gracias a ello, se acerca a los consumidores y puede conocer su opinión, además de colaborar y participar en actos formativos e informativos. En este sentido, cabe destacar la participación de Mercadona en la Convención Nacional de Cooperativas Agroalimentarias de España que tuvo lugar en abril de 2018 en Murcia, en la que el director de Relaciones Externas Cadena Agroalimentaria, Ricard Cabedo, impartió la ponencia “Hábitos de Consumo en España”.

Mercadona mantiene esta misma política en Portugal, donde la compañía tiene previsto inaugurar sus primeros supermercados en 2019. Por tal motivo, ya ha mantenido contactos con Deco Proteste, asociación de referencia en materia de defensa de los consumidores de Portugal, acercamiento que le ha permitido explicar personalmente su Proyecto empresarial y profundizar su conocimiento del mercado luso.

Proyecto “Mesa de Participación”

A lo largo de 2018, la compañía ha seguido colaborando en el proyecto “Mesa de Participación”, foro de debate y grupo de trabajo formado por las Confederaciones y Federaciones de asociaciones de consumidores y usuarios CECU, FUCI, UNAE y CAUCE junto con Mercadona. Fundada en 2014, la MPAC se reúne periódicamente con el fin de debatir sobre temas de actualidad, nuevas tendencias y hábitos de consumo y con el objetivo de proponer soluciones conjuntas en el ámbito del consumo y de establecer lazos de unión entre la administración, los consumidores y el ámbito empresarial.

Durante estos doce meses, además, y a través de “Mesa de Participación”, la compañía ha trabajado en la elaboración de la encuesta “Hábitos de Consumo 2018”, realizada a 3.100 familias, cuyas conclusiones han permitido analizar en profundidad los hábitos de compra de los consumidores españoles, la información y formación general que tienen en materia de nutrición o etiquetado, así como su predisposición a colaborar en asuntos de relevancia como, por ejemplo, la Responsabilidad Social y el Desperdicio de Alimentos.



Visita de la Mesa de Participación de Asociaciones de Consumidores (MPAC) al Centro de Coinnovación del Jarro en Paterna, València.



Visita de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, al Centro de Coinnovación del Jarro en Paterna, València.

Acercamiento a

62

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES,
nacionales, autonómicas y
1 asociación portuguesa

Colaboración con

18

ASOCIACIONES
de celíacos, de intolerancias y otras
alergias, 1 de ellas de Portugal

Colaboración en

3

CUENTOS sobre celiaquía y
1 vídeo sobre estilos de vida saludable



Marta y Julia, trabajadora y “Jefa” del supermercado de la calle Veneçuela en Barcelona.



Virginia y Víctor, trabajadora y “Jefe” del supermercado de Cuarte de Huerva, Zaragoza.

Apoyo a

34

ACTOS Y ACCIONES
promovidas por las asociaciones

Participación en

35

**CONGRESOS, JORNADAS
Y PONENCIAS**
sobre el sector

34

VISITAS
a instalaciones de la compañía
y Proveedores Totaler

23

CONVENIOS
de colaboración

90

ENCUENTROS
informativos

Gestión Proactiva con la vecindad

Mercadona mantiene con sus vecinos una relación constructiva cuya base principal es el respeto mutuo. Por ello, sostiene un diálogo constante que le permite detectar las necesidades que le plantean y armonizar su actividad comercial con el objetivo de que no interfiera ni genere ningún impacto molesto en aquellos entornos y barrios en los que tiene presencia.

En este proceso de adaptación constante y de búsqueda de soluciones, siendo consciente de lo mucho que le queda por mejorar, la compañía puso en marcha en 2014 el proyecto “Gestión Proactiva con los Vecinos”. Esta herramienta preventiva le ha permitido evitar que se produzcan posibles molestias, al realizar 5.190 chequeos en los procesos de carga y descarga, así como 3.080 en los procesos internos de las instalaciones y supermercados.

Además, y dentro de su proceso de identificación de posibles necesidades que contribuyan a fortalecer la convivencia con los barrios en los que tiene presencia, en 2018 la compañía ha gestionado un total de 418 sugerencias, quejas y mejoras procedentes de vecinos, de las cuales un 70% fueron resueltas satisfactoriamente en menos de 30 días.

Contribuir a consolidar ciudades más sostenibles

La compañía ha incrementado en 2018 el uso de camiones propulsados a gas para el transporte de sus almacenes hasta sus tiendas, especialmente en aquellas ciudades en las

que los índices de contaminación son más elevados. Estos motores emiten hasta un 40% menos de CO₂ por litro de combustible, un 80% menos de óxidos de nitrógeno comparados con el estándar Euro V, y reducen 10 veces la emisión de partículas. Además, y con el mismo objetivo de reducir el impacto medioambiental, está testando el reparto a domicilio con furgonetas eléctricas e híbridas, al tiempo que ha seguido consolidando su apuesta por la descarga urbana silenciosa, iniciativa que igualmente contribuye a reducir la contaminación, tanto acústica como atmosférica.

Socio activo del Pacto Mundial

A lo largo de los últimos doce meses Mercadona ha seguido trabajando para impulsar las diferentes iniciativas existentes al amparo del Pacto Mundial por la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción, al que se adhirió en 2011.

Paralelamente, con su implicación activa, la compañía refuerza su respaldo a los diez principios y valores de dicho pacto, todo lo cual queda reflejado en el informe de progreso que valida el cumplimiento de dichos principios, que se ha remitido a la Red Española del Pacto Mundial.



Más información en la
Memoria de Medio Ambiente:
www.info.mercadona.es



Fachada del supermercado de la calle Estocolmo en Madrid, integrada con el estilo de los chalés próximos.

Algunos reconocimientos sociales 2018

En 2018 Mercadona ha recibido numerosos premios y reconocimientos a su compromiso social por parte de distintas instituciones y entidades. Todos ellos reflejan la relación de colaboración y solidaridad que la compañía mantiene con la sociedad, un compromiso constante que Mercadona consolida año tras año, consciente de lo mucho que puede y debe aportar para “devolver a la sociedad parte de cuanto de ella recibe”.

Informe Merco Empresas

Mercadona se ha consolidado como la primera empresa del sector de la Distribución Generalista en España y la segunda empresa con mejor reputación en España en el “Ranking General de Empresas 2018” del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO). Asimismo, Juan Roig ha sido considerado en 2018 el segundo líder empresarial de mayor reputación según el “Ranking General de Líderes 2018” del mismo monitor.

Mejor Empresa de Distribución

El pasado mes de diciembre, Mercadona recibió, en la sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y de manos del Secretario General de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda, el premio a la “Mejor Empresa de Distribución Comercial 2017” otorgado por el medio de comunicación agroalimentario QCOM.es.

Empresa Solidaria

En 2018, la Fundación Europea para la Cooperación Norte-Sur (FECONS) ha distinguido a Mercadona con el premio Empresa Solidaria.

Hermana Bienhechora

Mercadona ha recibido de la Hermandad del Santo Refugio de Zaragoza la distinción Hermana Bienhechora, que acredita la labor solidaria realizada por la compañía en colaboración con esta institución.

Empresa Solidaria

En 2018, el Ayuntamiento de Alcorcón (Madrid) ha entregado a Mercadona el Galardón Empresa Solidaria, en el acto de celebración de la I Gala de Solidaridad y Voluntariado, por la colaboración que la compañía mantiene con el comedor social “Casa de María y José”.

Premios Caridad

Mercadona ha recibido el Premio Empresa Solidaria 2018, concedido por Cáritas Diocesana de Guadalajara en los VIII Premios de la Caridad, por su colaboración con el comedor social Casa Nazaret.

Premio Accesibilidad

Con motivo del Día Internacional y Europeo de las Personas con Discapacidad, que se celebra cada 3 de diciembre, el CERMI de Ceuta ha entregado su Premio Accesibilidad 2018 a Mercadona como reconocimiento a los esfuerzos que realiza en materia de accesibilidad.

Málaga de Consumo

UCA-UCE Málaga ha otorgado a Mercadona el Premio Málaga de Consumo a la mejor empresa en la categoría de Valor a la Institución Privada.

Premio Espiga de Oro

En 2018, Mercadona recibió de manos de la Federación Española de Bancos de Alimentos el premio “Espiga de Oro”, el máximo reconocimiento que otorga la asociación, por su programa de colaboración y donaciones de alimentos a nivel nacional.

Integración en mercados municipales

Mercadona apuesta por la convivencia y un ejemplo de ello es el compromiso que desde hace casi dos décadas mantiene con el comercio tradicional. Desde 2001 impulsa la revitalización de los mercados tradicionales en las 37 tiendas que la compañía mantiene en sendos mercados municipales. De esta forma, Mercadona contribuye a impulsar el comercio de proximidad de las zonas y barrios en los que tiene presencia.



Supermercado en el Mercat de Mirasol de Sant Cugat del Vallés, Barcelona.



Los patrocinadores del Premio Rei Jaume I al Emprendedor, Mercadona, la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) y EDEM Escuela de Empresarios, junto al premiado Enrique Silla Vidal, fundador y CEO de Jeanologia, compañía valenciana dedicada desde 1994 al envejecimiento de los textiles y a la estampación por medio de procesos sostenibles.

Apoyo al emprendimiento

Para Mercadona, el talento de las personas es uno de los principales motores del desarrollo de la Sociedad. Por ello, promueve iniciativas tanto interna como externamente que contribuyen a fomentarlo, convencida de que saber detectar, retener e impulsar el talento, contribuir a gestionar el conocimiento y las nuevas ideas es fuente de eficiencia y productividad y, por tanto, una clara apuesta por el futuro de la Sociedad.

Junto a EDEM Escuela de Empresarios y la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), apoya año tras año el emprendimiento a través del patrocinio de la categoría "Premio al Emprendedor" de los Premios Rei Jaume I. En 2018, novena edición de esta categoría, dicho galardón ha recaído en Enrique Silla Vidal, fundador y CEO de Jeanologia, compañía valenciana dedicada desde 1994 al envejecimiento de los textiles y a la estampa-

ción por medio de procesos sostenibles. En poco más de dos décadas, su proyecto empresarial se ha convertido en el líder mundial de las tecnologías ecológicas y sostenibles para el sector textil, una visión pionera y disruptiva que transforma la industria textil creando productos costo-eficientes, sostenibles, innovadores, fáciles de usar y seguros para los trabajadores, y que para el jurado de estos premios representa “de manera sólida e inconfundible” los valores vinculados al hecho de emprender.

En el ámbito de la formación y desarrollo del talento, Mercadona mantiene desde hace años una relación estrecha con EDEM, fundación presidida por Hortensia Roig de la cual la compañía es Patrono. A través de su participación e implicación en ella, Mercadona contribuye a la formación de empresarios, directivos y emprendedores irradiando los valores fundamentales del Modelo de Calidad Total.

Concretamente, en 2018 Juan Roig fue de nuevo profesor en la 13ª edición del curso de alta dirección “15x15: 15 días con 15 empresarios líderes” y distintos directivos de Mercadona impartieron clase tanto en los programas de gestión empresarial “ABC”, de formación senior, como en cinco títulos del Centro Universitario EDEM: el Grado en ADE para Emprendedores, el Grado en Ingeniería y Gestión Empresarial, el Máster en Marketing y Venta Digital, el MBA Junior y el Máster en Emprendimiento y Liderazgo. Asimismo, más de 100 estudiantes del Centro Universitario realizaron durante el año pasado sus prácticas en Mercadona.

EDEM forma parte, junto a la aceleradora Lanzadera y al vehículo de inversión Angels, de Marina de Empresas, una iniciativa de Juan Roig que tiene la misión de formar, asesorar y financiar a los emprendedores de hoy y del futuro y que constituye una apuesta por la creación de riqueza y empleo, así como por el fomento del emprendimiento.



Juan Roig, presidente de Mercadona, junto a la 4ª Promoción de alumnos del Grado en ADE para Emprendedores de EDEM Escuela de Empresarios.

4.3 Acción social: medidas, objetivos y resultados

Mercadona Social y Responsable

Uno de los compromisos que Mercadona mantiene con la Sociedad es devolverle parte de cuanto recibe de ella. En 2018, la compañía ha reforzado este compromiso por medio de su Plan de Acción Social, con el apoyo a diversas instituciones y entidades sociales de todas las comunidades autónomas.

Gracias a esta implicación, Mercadona ha continuado en 2018 con el programa de colaboración con comedores sociales donando diariamente productos que no son aptos para la venta pero que sí están en perfectas condiciones para su consumo a 170 comedores sociales de proximidad de diferentes localidades de España.

Operaciones Kilo y Gran Recogida

En el marco de su compromiso con la sociedad, y tanto a través de su red de supermercados como con la ayuda de los trabajadores y el apoyo de su división logística, Mercadona ha colaborado en diferentes “Operaciones Kilo” y en la “Gran Recogida” organizada por los Bancos de Alimentos. En 2018, nuevamente los “Jefes” han demostrado su solidaridad, que se ha traducido en un total de 5.700 toneladas donadas.

Estrategias contra Desperdicio Alimentario

El desperdicio es un problema transversal responsabilidad de todos los que formamos la cadena alimentaria. Está relacionado directamente con los hábitos inadecuados de aprovisionamiento y de consumo, así como con una gestión y manipulación inadecuadas de los alimentos. Consciente de ello, Mercadona desarrolla diferentes estrategias que contribuyen a reducirlo.



Paula y Manolo, voluntaria y trabajador del supermercado de Campanar en Valencia durante la Gran Recogida de Alimentos 2018.

Colaboración con
170
COMEDORES
SOCIALES

Convenios con
60
BANCOS DE ALIMENTOS
y otras entidades

8.300
TONELADAS
de alimentos
donados

5.700
TONELADAS
donadas por los “Jefes”
en Operaciones Kilo

En este sentido, la compañía dispone de herramientas internas de gestión que permiten el máximo ajuste en los pedidos para adecuarlos a la demanda real de “El Jefe” y reducir los excedentes en tiendas. Estos excedentes, cada día más ajustados, son donados desde hace años a diferentes instituciones junto a los productos que no son aptos para la venta por pequeños desperfectos en el envase, pero que sí están en perfectas condiciones para ser consumidos con total seguridad.

Paralelamente, en 2018 la compañía ha continuado participando en la estrategia del MAPA “Más alimento, menos desperdicio”, cuyo objetivo es prevenir y reducir el desperdicio alimentario; y ha formado parte igualmente de la iniciativa de AECOC “La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala”. Asimismo, ha participado en diferentes iniciativas autonómicas contra el despilfarro, como por ejemplo la “Plataforma de Euskadi contra el despilfarro alimentario” impulsada por la viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria del Gobierno vasco.

Cubiertas ajardinadas

En su apuesta por la convivencia y por fomentar una relación de buenos vecinos, Mercadona impulsa iniciativas que contribuyen a mejorar los barrios en los que tiene presencia. Ejemplo de ello son los jardines urbanos que la compañía ha instalado en las cubiertas de las tiendas que tiene en patios de manzana, así como los jardines verticales integrados en algunos centros, medidas con la que contribuye a la recuperación de espacios singulares. Al cierre de 2018, la compañía contaba con un total de 5 jardines urbanos, en cuya construcción y diseño, se han utilizado especies autóctonas de bajas necesidades hídricas, que reducen tanto la contaminación como el denominado “efecto isla de calor” y que, además, contribuyen a alcanzar los objetivos definidos en el Libro Verde de Sostenibilidad Urbana y Local editado por el entonces Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.



Cubierta ajardinada del supermercado de la glorieta de Quevedo en Madrid.

Murales trencadís

Tras decidir, hace años, consolidar la innovación social de sus tiendas, en 2018 Mercadona ha seguido implantando en las pescaderías y los puntos de acabado de carne de sus tiendas murales de trencadís. En total, 573 nuevos murales, que han supuesto una inversión de 1,5 millones de euros y que han sido elaborados gracias al esfuerzo diario de más de 1.000 personas con discapacidad de un total de 33 fundaciones y centros ocupacionales.

Mercadona y Pamesa Cerámica decidieron poner en marcha en 2011 este proyecto social con el objetivo de ofrecer a estas personas formación y empleo. Siete años después, el proyecto no solo sigue vigente, sino que se consolida y crece, pues la compañía colabora con Fundación Roig Alfonso, Fundación Síndrome de Down, Fundaempleo Azahar y Fundación Espurna; los Centros Especiales de Empleo Purglass, Ivas, Tola, Di-Kapacitats y Monduber; la Granja Hogar el Rinco-

net; Asociación Afanías; los Centros Ocupacionales Torreblanca, Ivas el Maestrazgo, El Molí, Ivas Belcaire, Buris-Anna, La Salut, La Xara, El Castellet, Hort de Feliu, Mislata, Xirivella, El Prat, La Ribera, El Cau y Habilitare; la Cooperativa Social Socoltie, y Koynos; los Centros Ocupacionales Municipales de Sueca, Requena y María Rafols; Bona Gent y Atadis, instituciones a las que agradece su esfuerzo diario.

Este proyecto ha obtenido el reconocimiento de El Economista, que ha otorgado a Mercadona el Premio a la empresa que mejor ha desarrollado su Responsabilidad Social Corporativa en 2018 por su apoyo a la integración mediante la realización de murales decorativos de trencadís en sus tiendas. Este galardón, cuya entrega se realizó durante “La Noche de la Economía” que promueve el mencionado diario, contribuye a difundir la labor de innovación social que la compañía realiza en sus supermercados.



Miembros de la Fundación Roig Alfonso de la Comunidad Valenciana elaborando los murales de trencadís.

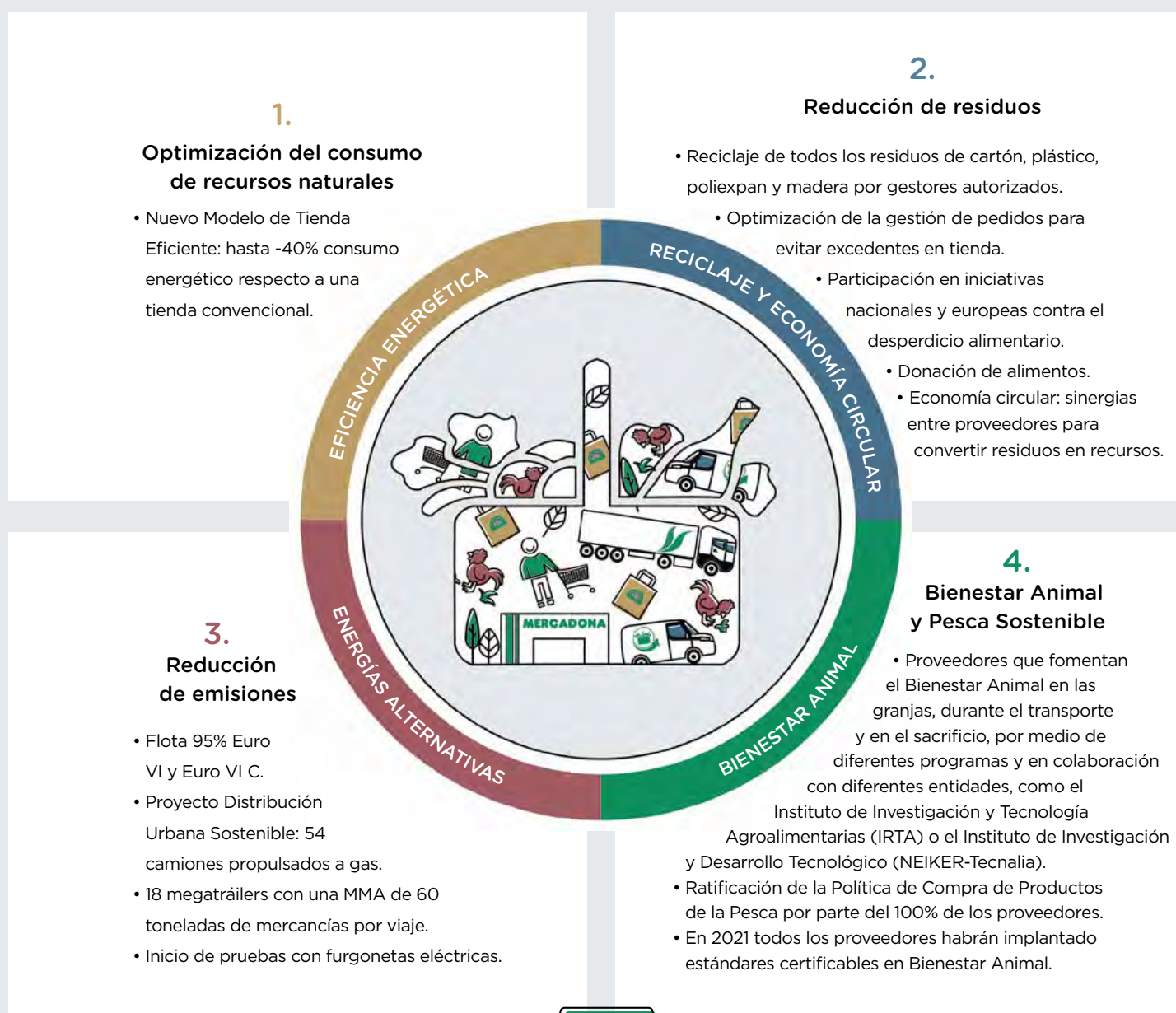


Gonzalo Gortázar, Consejero Delegado de CaixaBank, entrega a Arantxa Roig, directora de la Fundación Roig Alfonso, el Premio a la empresa que mejor ha desarrollado su Responsabilidad Social Corporativa en 2018 otorgado por El Economista.

[illegible]

4.4 Mercadona Sostenible

Mercadona contempla cualquier efecto que su actividad pueda tener en el entorno, motivo por el que mantiene un compromiso pleno con la protección y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales para “hacer más con menos”



Más información en la Memoria de Medio Ambiente:

www.info.mercadona.es

Sistema de Gestión Medioambiental Propio

En el marco de su sistema de gestión medioambiental propio, y por medio de una actitud responsable, Mercadona promueve numerosas iniciativas que canaliza, principalmente, a través de 4 áreas fundamentales.

Optimización consumo recursos naturales

Tras seguir adaptando centros a su Nuevo Modelo de Tienda Eficiente, que permiten una reducción del consumo energético de hasta el 40% respecto a una tienda convencional, la compañía ha cerrado 2018 con un total de 400 supermercados de estas características, al tiempo que ha continuado incorporando medidas de ahorro energético en sus bloques logísticos.

Además, en 2018 ha avanzado en la eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso, a través de la incorporación en 66 tiendas ubicadas en València, Bizkaia, Barcelona, Cantabria, Illes Balears, Ceuta y Melilla; de alternativas más sostenibles, como las bolsas de papel, de plástico reciclado procedente del plástico y embalaje de los supermercados, y las de rafia. Estas nuevas bolsas estarán disponibles en toda la cadena en abril de 2019.

Paralelamente, y en cumplimiento de la normativa europea de reducción de emisiones de dióxido de carbono, en 2018 ha implantado instalaciones frigoríficas más sostenibles. Para ello, ha utilizado tecnologías alternativas que reducen las emisiones de CO₂ y la cantidad de gases refrigerantes y, adicionalmente, está investigando nuevos sistemas experimentales con el mismo objetivo. En esta misma línea de optimización de recursos, la compañía ha seguido avanzando en la implantación de un sistema de gestión de alarmas que garantiza diariamente la temperatura óptima de cada producto, hasta cerrar 2018 con un total de 1.203 tiendas adaptadas a este sistema, que en 2019 se extenderá a todos los supermercados de la cadena.

Reducción de residuos y del desperdicio alimentario

A lo largo del año, la compañía ha mantenido su compromiso con el reciclaje mediante gestores autorizados de todos los residuos de cartón, plástico, poliexpan y madera. Además, y para potenciar una producción responsable que convierte residuos en recursos, ha seguido apostando por la economía circular e impulsando, por medio de ella, sinergias entre proveedores que generan sostenibilidad.

La compañía, que participa en la estrategia del MAPA: “Más alimento, menos desperdicio” y es impulsora de la iniciativa de AECOC “La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala”, también ha reforzado su política contra el desperdicio alimentario. A tal efecto, durante 2018 no solo ha optimizado la gestión de sus pedidos para paliar dicho desperdicio, sino que ha liquidado productos frescos en sus supermercados y ha donado alimentos que son aptos para el consumo pero no para la venta.



Cubo fabricado con plástico reciclado por el Proveedor Totaler SP Berner.

Reducción de emisiones y optimización logística

En 2018, Mercadona ha seguido trabajando para reducir las emisiones debidas al transporte y eleva su apuesta por vehículos sostenibles, como demuestra el hecho de que el 95% de la flota de camiones de su proveedor logístico sea Euro VI y Euro VI C, los más exigentes actualmente en materia de óxidos de nitrógeno y partículas. Además, y dentro de su proyecto de Distribución Urbana Sostenible, ha incorporado 54 camiones propulsados a gas y ha llevado a cabo pruebas con furgonetas eléctricas e híbridas para el reparto a domicilio.

Paralelamente, ha seguido apostando por la optimización logística para “hacer más con menos”, con diferentes medidas como las mejoras en los camiones para incrementar su carga útil de las 24 a las 26 toneladas en cada viaje, la incorporación a la flota de sus proveedores de transporte de 18 megatráilers o el inicio de las pruebas piloto, junto a Acotral y la DGT, de bitráilers que pueden transportar hasta 66 palés por viaje. Igual-

mente, ha maximizado su eficiencia en el transporte, como pone de manifiesto la tasa de llenado alcanzada, incluidos los viajes de retorno, que ha sido del 90%.



Camión propulsado a gas tras realizar una descarga en el supermercado de la plaza de la Mezquita en València.



Megatráiler a la entrada del bloque logístico en Riba-roja, València.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL, EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD

**EMISIONES CO₂ en kilos
por metro cúbico de mercancía***

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

Emisiones directas

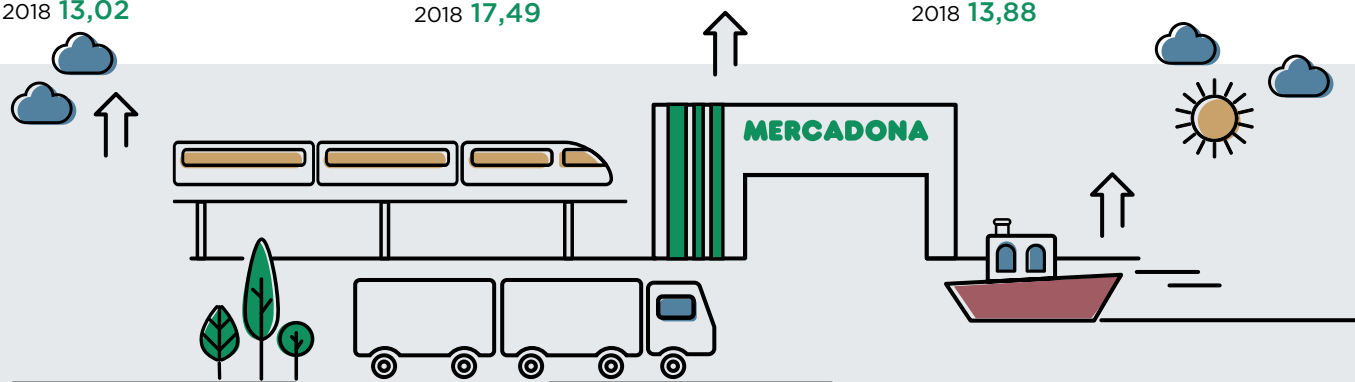
2017 **14,13**
2018 **13,02**

Emisiones debidas al consumo de energía

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

Emisiones debidas al transporte de mercancías

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



TRANSPORTE POR CARRETERA

Tiendas con descarga urbana silenciosa

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

Estándares de emisiones en la flota (camiones Euro V, Euro VI y Euro VI C)

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

OTROS DATOS

Consumo energético GJ

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

Emisiones totales de CO₂ (Miles de toneladas)

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

RECICLAJE

Toneladas papel y cartón

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

Toneladas poliexpan

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

Toneladas plástico

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

Toneladas de madera

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

Toneladas tonners reciclados

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

Toneladas pilas usadas recogidas en tiendas

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

**Tasa de
reciclado** 

Reciclado/valorización

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

Destrucción

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

*Todos los datos hacen referencia al proceso de Mercadona desde el transporte al bloque logístico hasta la tienda. Elaboración propia basada en el protocolo GHG.

Bienestar Animal y Pesca Sostenible

Mercadona mantiene una política de Bienestar Animal basada en los principios de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE), principio que traslada a sus proveedores. Consciente de que queda mucho por mejorar, la compañía ha ido implantando diversas medidas en este ámbito. Así, el 100% de los productos de origen animal de Mercadona procede de proveedores homologados y también la totalidad de sus proveedores de pescado ratifica la política de Compra de Productos de la Pesca.

Además, trabaja con proveedores que fomentan la protección de los animales en las granjas, transporte e incluso en el matadero, por medio de diferentes programas y en cooperación con distintas instituciones, como el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) o el Instituto de Investigación y Desarrollo

Tecnológico (NEIKER-Tecnalia). Y adicionalmente, todos sus proveedores han asumido el compromiso de, en 2021, haber implantado en sus procesos estándares certificables de Bienestar Animal.

Por otra parte, en 2018 la compañía ha colaborado con la ONG SEO Birdlife para la protección de las aves en las grandes ciudades, proporcionándoles lugares de alimentación y descanso en los jardines urbanos ubicados en la cubierta de algunas tiendas.



Más información en la
Memoria de Medio Ambiente:
www.info.mercadona.es



Ovejas pastando en Arcusa, en la zona del Sobrarbe aragonés, Huesca, origen de los corderos del Proveedor Totaler Profesionales de la Carne.

ALGUNAS ENTIDADES Y ORGANISMOS CON LOS QUE MERCADONA COLABORA

AECOC

Asociación Española de Codificación Comercial

AESAN

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición

AEP

Asociación Empresarial de Portugal

APED

Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución

ASEDAS

Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados

AINIA

Asociación para la Investigación de la Industria Agroalimentaria

AVE

Asociación Valenciana de Empresarios

Cámara de Comercio e Industria Luso Española

Cámara de Comercio de España

Cámara Oficial de Comercio de España en Bélgica y Luxemburgo

CEOE

Confederación Española de Organizaciones Empresariales y sus respectivas organizaciones territoriales y autonómicas

CIP

Confederación Empresarial de Portugal

Círculo de Empresarios

Consejo Asesor Agroalimentario de San Telmo Business School

MAPA

Direcciones Generales del Ministerio de Agricultura y Pesca y Alimentación

Ecoembalajes España

Ecodes

Fundación Ecología y Desarrollo

EDEM

Escuela de Empresarios

ENAC

Entidad Nacional de Acreditación

ESCODI

Escuela Superior de Comercio y Distribución de Terrassa

EuroCommerce

ERRT

European Retail Round Table

Forética

Foro Interalimentario

Fundación COTEC

Fundación ÉTNOR

Fundación Seres

Fundación Transforma España

GS1 Portugal

IEF

Instituto de la Empresa Familiar

Máster en Gestión de Empresas Agroalimentarias de la Fundación Lafer

Pacto Mundial

Retail Forum

Foro Europeo de la Distribución para la Sostenibilidad

Respon.cat

Responsabilidad Social en Cataluña

SESAL

Sociedad Española de Seguridad Alimentaria

Autoridades Sanitarias o de Seguridad Alimentaria en las distintas Comunidades Autónomas



Detalle de la entrada del supermercado de la calle Ayala en Madrid.



Uno de los compromisos de Mercadona es devolverle a la sociedad parte de cuanto recibe de ella. Dentro de su plan de acción social, y a través de las diferentes iniciativas en las que ha participado en todas las comunidades autónomas, ha seguido desarrollando una importante labor de ayuda con la donación y redistribución a 170 comedores sociales y 60 Bancos de Alimentos de más de 8.300 toneladas de alimentos.



Mercadona apuesta por el talento y por su desarrollo y fomento tanto dentro como fuera de la compañía. Por ello, impulsa iniciativas de apoyo al emprendimiento, como por ejemplo con su colaboración en EDEM Escuela de Empresarios, tanto por medio de la docencia como del patrocinio de los Premios Rei Jaume I.



Mercadona es un proyecto empresarial de crecimiento compartido. En 2018 ha realizado una inversión de 1.504 millones de euros y una aportación de 1.575 millones de euros abonados a las Administraciones Públicas en España. Paralelamente, ha contribuido en 4.800 millones de euros al PIB nacional y ha generado 1.800 nuevos puestos de trabajo.



Mantiene un compromiso pleno con la protección y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales. Dispone de un sistema de Gestión Medioambiental propio cuyo objetivo principal es aprovechar al máximo los recursos disponibles y minimizar la generación de residuos. Dicho sistema se centra en la optimización del consumo de recursos naturales, la reducción de residuos y del desperdicio alimentario, la reducción de emisiones y la optimización logística.



Trabaja junto a sus proveedores en el fomento del Bienestar Animal en las granjas, transporte y sacrificio, por medio de diferentes programas y en colaboración con distintas instituciones. El 100% de los productos de origen animal de Mercadona procede de proveedores homologados y en 2021 todos aplicarán, además, estándares certificables de Bienestar Animal durante toda la vida del mismo.



Además de su Política de Pesca Sostenible, ha iniciado una colaboración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en la investigación de posibles parásitos que se podrían encontrar en estos seres vivos y frenar su evolución. Los resultados de este estudio permitirán consolidar una cadena confiable y mejorarán la calidad y servicio que ofrece a sus clientes.



A través de las distintas instituciones de las que forma parte y de los foros en los que participa, Mercadona refuerza y da a conocer sus valores y su compromiso con la ética empresarial. La compañía, además, está adherida desde el año 2011 al Pacto Mundial por la defensa de los valores fundamentales en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción. Es socia de Forética, de la Fundación Seres y de la Comunidad #PorElClima, proyecto pionero para que personas, empresas, administraciones y organizaciones actúen contra el cambio climático.



5. EL CAPITAL

**MERCADONA ES UNA EMPRESA
FAMILIAR DE CAPITAL 100%
ESPAÑOL** CUYA RESPONSABILIDAD
ES SATISFACER, SIEMPRE Y CON
LA MISMA INTENSIDAD, A LOS
CINCO COMPONENTES QUE
CONFORMAN LA COMPAÑÍA

Para ello cuenta con un modelo de gestión propio, el Modelo de Calidad Total, y aplica un orden secuencial que sitúa en el centro de cualquier decisión que toma a “El Jefe”, porque si el cliente está satisfecho, las ventas llegan y, con ellas, el beneficio. Gracias al Modelo de Calidad Total, Mercadona ha consolidado año tras año su desarrollo y expansión. Y por medio del esfuerzo constante de cuantos forman parte de su proyecto, es motor de crecimiento compartido en aquellos lugares donde tiene presencia, a través de la generación de empleo, prosperidad y riqueza

Constituida en Tavernes Blanques (València) en 1977, el objeto social de Mercadona es “la compra-venta de todos los artículos que comprende el ramo de la alimentación, así como su comercio, pudiendo abrir establecimientos para la venta al detalle o al por mayor de los citados productos, la prestación de servicios de transporte de todo tipo de mercancías, y realizar estudios, programas, informes y cualquier otra actividad que directa o indirectamente se relacione con la informática y la gestión, contabilidad, administración y control de empresas”. Mercadona se dedica a la distribución de productos de alimentación, droguería y perfumería, a través de sus 1.636 supermercados, que se abastecen desde los diferentes bloques logísticos que la empresa tiene estratégicamente ubicados en el territorio nacional. Como ya se ha comentado en otros apartados de esta Memoria, en 2018 se han abierto las primeras tiendas en la Ciudad Autónoma de Ceuta, la isla de La Palma y la Ciudad Autónoma de Melilla, y para 2019 la materialización del proyecto de Portugal se traducirá en la apertura de las primeras tiendas en los distritos de Porto, Braga y Aveiro.

La satisfacción del quinto componente, “El Capital”, es uno de los objetivos del Modelo de Mercadona y no sería posible sin conseguir previamente la satisfacción del resto de componentes. La confianza que día a día depositan en la empresa los más de 5,3 millones de hogares, el esfuerzo diario en la realización del trabajo rutinario de los aproximadamente 85.800 trabajadores en España y Portugal, el compromiso de los proveedores y la buena acogida de la sociedad, han permitido a la compañía conseguir los objetivos de ventas definidos para el ejercicio 2018. Los cambios realizados por Mercadona respecto al Modelo de Tienda Eficiente, a los bloques logísticos y a los sistemas de información, se han llevado a cabo de forma coherente con el modelo de gestión basado en la Calidad Total y pensando en la generación de beneficios sostenibles en el largo plazo.

Como en ejercicios anteriores, las cuentas anuales han sido auditadas por Deloitte, S.L., que con fecha 31 de enero de 2019 emitió su informe sin salvedades, conforme viene siendo habitual. Dicho informe, junto con las cuentas anuales, se deposita en el Registro Mercantil de València.

PRINCIPALES CIFRAS			
(millones de euros y de <i>kilitros</i>)	2017	2018	%Variación
Unidades de venta kilos-litros	11.586	11.848	+2%
Facturación	22.915	24.305	+6%
Resultado de explotación	395	767	+94%
Resultado antes de impuestos	402	760	+89%
Resultado después de impuestos	322	593	+84%

Unidades de venta (*kilitros*)

Al cierre del ejercicio, la compañía alcanzó una cifra de 11.848 millones de kilitros vendidos, un 2% más que los 11.586 de 2017. La compañía está satisfecha con esta cifra, pues pone de manifiesto la confianza depositada por “El Jefe” a lo largo de estos doce meses.

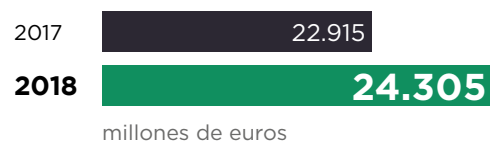
EVOLUCIÓN *KILITROS* VENDIDOS



Ventas

La confianza de los “Jefes” y la apuesta firme por prescribir el surtido con la mejor relación calidad-precio que satisfaga sus necesidades, han permitido a Mercadona alcanzar en 2018 un volumen de facturación de 24.305 millones de euros, un 6% más que en 2017.

EVOLUCIÓN VENTAS BRUTAS



Beneficio

El beneficio antes de impuestos se ha situado en 760 millones de euros en 2018, frente a los 402 millones de euros del ejercicio precedente. Por su parte, el beneficio después de impuestos en 2018 ha sido de 593 millones de euros, mientras que en 2017 Mercadona obtuvo un resultado neto de 322 millones de euros.

La evolución del resultado y de las ventas pone de manifiesto que las decisiones se han tomado cumpliendo el orden secuencial: 1º “El Jefe”, 2º Venta y 3º Beneficio.

EVOLUCIÓN DEL BENEFICIO NETO



EBITDA

El EBITDA de la compañía al cierre del ejercicio 2018 asciende a 1.195 millones de euros, frente a los 754 millones de euros del año 2017. El resultado operativo de Mercadona ha tenido una evolución acorde con el beneficio esperado, coherente con la estrategia del ejercicio y en línea con la apuesta de la compañía por los resultados a largo plazo.

EVOLUCIÓN DEL EBITDA





Fachada del supermercado de La Almadraba en la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Inversiones

Las inversiones realizadas durante el ejercicio 2018 ascienden aproximadamente a 1.504 millones de euros, frente a los 1.008 millones de euros del ejercicio 2017, y han sido financiadas en su totalidad por Mercadona, hecho que refleja la solidez de su tesorería, la implicación en sus proyectos y su capacidad de generar flujos de efectivo.

Al cierre del ejercicio Mercadona cuenta con 1.636 supermercados distribuidos en todas las provincias y comunidades autónomas que configuran el territorio nacional. Durante estos doce meses, la compañía ha puesto en marcha 29 nuevas tiendas, ha reformado 215 y ha continuado la implantación del nuevo Modelo de Tienda Eficiente, estrategia que persigue mejorar la experiencia de compra de “El Jefe” y que tiene previsto finalizar en los próximos años.

Asimismo ha iniciado la implantación de nuevos modelos de venta como “Listo para Comer”, que pretenden continuar incrementando la satisfacción de sus “Jefes”.

En el presente ejercicio, Mercadona ha seguido con las obras en bloques logísticos, entre ellas el futuro bloque

logístico de Parc Sagunt (València), la construcción de las “Colmenas” para atender al negocio online, el desarrollo del nuevo CPD en Villadangos, las nuevas oficinas de Albalat dels Sorells (València) y las obras de distintos almacenes reguladores.

El proyecto de Portugal se está materializando en la construcción del bloque logístico de Póvoa de Varzim para dar servicio a las futuras tiendas, cuya construcción también se ha iniciado a lo largo de este año 2018.

Además, la compañía ha seguido modernizando su logística, ha mejorado el trabajo en sus instalaciones y ha consolidado las inversiones dentro del proyecto informático de transformación digital.

EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES



Recursos propios

El beneficio obtenido en el ejercicio y la capitalización de la práctica totalidad de este ha supuesto que, al cierre del ejercicio 2018, la cifra de recursos propios ascienda a 5.583 millones de euros y que el valor de la compañía haya crecido respecto al año anterior.

Cabe señalar que el ratio de recursos propios respecto al activo total se ha mantenido en torno al 60% en los ejercicios 2017 y 2018.

EVOLUCIÓN DE LOS RECURSOS PROPIOS



Otros Indicadores

Proveedores

El plazo medio de pago a proveedores ha sido de 43 días y el plazo de rotación de existencias de 13 días.

Los datos del Fondo de Maniobra del presente ejercicio son los siguientes:

En millones de euros	2018
Activo corriente	3.641
Pasivo corriente	3.486
FONDO DE MANIOBRA	155

Ratio Liquidez

El ratio de Liquidez, definido como Activo Circulante/Pasivo Circulante, se ha situado en 1,04 en el ejercicio 2018.

El objetivo es ser motor de crecimiento compartido en aquellos lugares donde Mercadona está presente

Flujos de Efectivo

La generación de Flujos de Efectivo, teniendo en cuenta las inversiones realizadas en el proyecto Portugal, en el ejercicio 2018 ha sido la siguiente:

En millones de euros	2018
Flujos actividades de explotación	1.413
Flujos actividades de inversión	(1.341)
Flujos actividades de financiación (dividendos)	(122)
Variación Neta del Efectivo	(50)

La actividad inversora, descrita anteriormente, se ha realizado con fondos propios, lo que ha supuesto una disminución de la tesorería.

Productividad

Durante los ejercicios 2017 y 2018 Mercadona ha mantenido su productividad (ventas en euros/nº de trabajadores), reflejando la implicación de las personas que forman parte del Proyecto Mercadona en alcanzar los objetivos fijados por la compañía.

MERCADONA, S.A.

Balance de situación al 31 de diciembre de 2018
(en miles de euros)

ACTIVO NO CORRIENTE		5.495.351
Inmovilizado		5.434.402
Activos por impuesto diferido		60.949
ACTIVO CORRIENTE		3.641.224
Existencias		704.439
Deudores		126.957
Inversiones financieras		110.638
Efectivo y otros activos líquidos		2.699.190
TOTAL ACTIVO		9.136.575
PATRIMONIO NETO		5.583.359
Capital		15.921
Reservas		4.974.900
Resultado del ejercicio		592.538
PASIVO NO CORRIENTE		66.480
Provisiones y deudas a largo plazo		19.497
Pasivos por impuesto diferido		46.983
PASIVO CORRIENTE		3.486.736
Proveedores		2.421.574
Acreedores y deudas con Administraciones Públicas		796.136
Personal		269.026
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		9.136.575

MERCADONA, S.A.

Cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2018
(en miles de euros)

Importe cifra de negocios	22.234.936
Aprovisionamientos	(16.706.198)
Otros ingresos de explotación	67.399
Gastos de personal	(2.861.459)
Otros gastos de explotación	(1.540.902)
Amortización inmovilizado	(426.557)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	767.220
Ingresos financieros	14.640
Deterioros	(22.617)
RESULTADO FINANCIERO	(7.977)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	759.243
Impuesto sobre beneficios	(166.705)
RESULTADO DEL EJERCICIO	592.538

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

En cumplimiento de la ley 11/2018, de 28 de diciembre, la Sociedad ha presentado un Estado de Información No Financiera que forma parte del informe de gestión, que ha sido verificado por **Deloitte, S.L.**, como prestador independiente de servicios de verificación quien con fecha 31 de enero de 2019 emitió su informe de verificación sin salvedades, tal y como estaba previsto.

En este trabajo, Deloitte ha verificado una parte importante de los indicadores que se integran, entre muchos otros, en esta memoria corporativa. En la tabla adjunta referente a los indicadores, se listan aquellos que aparecen en la presente memoria y que, a su vez, han sido verificados por Deloitte (se identifican con ✓). En caso de discrepancia, la información incluida en el EINF prevalece frente a esta.



Para más información, dicho informe de verificación junto al estado de información no financiera, estará disponible en la siguiente dirección:
www.info.mercadona.es

Tal y como define el estándar GRI el objetivo de esta memoria es proporcionar información veraz, relevante y precisa.

TABLA DE INDICADORES

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
1	Nombre de la organización	MERCADONA, S.A.	✓
2	Actividades, marcas, productos y servicios	Págs. 15-21, 45	✓
3	Localización de la sede	Calle Valencia, 5 Tavernes Blanques, València, España	✓
4	Localización de las operaciones	España y Portugal Págs. 4-5, 23-31	✓
5	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Págs. 16, 115-116	✓
6	Mercados servidos	Págs. 12-13, 16	✓
7	Dimensión de la organización	Págs. 4-5	✓
8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Págs. 4, 26, 55-60 Mercadona cuenta con 85.800 empleados fijos (85.500 en España y 300 en Portugal) y no tiene subcontratistas en la actividad principal	✓
9	Cadena de suministro	Págs. 5, 71-74	
10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Págs. 12-13	
11	Información sobre cómo aborda la compañía el principio de precaución	Págs. 17-18	✓
12	Iniciativas externas	Págs. 46-47, 76, 95-98, 100-101, 111	
13	Relación con asociaciones de las que la organización es miembro	Pág. 111	
14	Declaración del presidente	Págs. 6-7	

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Págs. 17-19	✓
16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	Págs. 15-16 Mercadona se rige por el Modelo de Calidad Total, que fundamenta los valores y paradigmas de la compañía. En él se define la conducta interna que compartimos todos los trabajadores. Además, disponemos de un Código de Conducta que tiene como misión asegurar el cumplimiento de nuestros valores y de la Ley	
17	Estructura de gobierno	Págs. 8-9	
18	Cargos ejecutivos o con responsabilidades en aspectos económicos, medioambientales y sociales	Las responsabilidades en aspectos económicos, sociales y medioambientales recaen sobre los miembros del Consejo de Administración, que toman sus decisiones de forma colegiada	
19	Consulta a los grupos de interés sobre aspectos económicos, medioambientales y sociales	Págs. 95-99	
20	Composición del órgano superior de gobierno y sus comités	Págs. 8-9	
21	Información sobre si la persona que preside el órgano superior ocupa también un puesto ejecutivo	El Presidente del Consejo de Administración preside a su vez el Comité de Dirección	
22	Conflictos de interés	No hay conflictos de interés Todos los Miembros del Comité de Dirección son trabajadores de Mercadona y no actúan como consejeros en otras empresas del mismo sector	
23	Funciones del órgano superior de gobierno	Págs. 8-9, 19	
24	Conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno	Págs. 8-9	
25	Evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno	Págs. 8-9	
26	Identificación y gestión de los impactos económicos, sociales y medioambientales	Cada departamento eleva al Comité de Dirección los aspectos económicos, sociales y medioambientales relevantes relacionados con su actividad, específicamente, durante reuniones de coordinación	✓
27	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Págs. 17-19	✓

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
28	Análisis de los aspectos económicos, medioambientales y sociales	Págs. 17-19 Los órganos de gobierno de la compañía supervisan y aprueban todo lo relativo a los aspectos económicos, medioambientales y sociales	✓
29	Función del órgano superior de gobierno en el reporte de sostenibilidad	Los órganos de gobierno de la compañía supervisan y aprueban toda la información que se reporta al exterior	
30	Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno	Cada departamento eleva al Comité de Dirección los aspectos relevantes relacionados con su actividad, específicamente, durante reuniones de coordinación	
31	Naturaleza y número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior	Se elevan todas las preocupaciones relacionados con su actividad y que están bajo su responsabilidad	
32	Políticas de remuneración	Págs. 58-59, 62 La compañía cuenta desde hace años con una Política Retributiva, basada en el principio de “a igual responsabilidad, mismo sueldo”	✓
33	Procesos mediante los cuales se determina la remuneración	Págs. 58, 62	✓
34	Involucración de los grupos de interés en la remuneración	La compañía dispone de un Convenio Colectivo vigente, firmado y acordado con los representantes sindicales de los trabajadores	
35	Lista de grupos de interés	Pág. 17	✓
36	Acuerdos de negociación colectiva	Pág. 58 Convenio laboral propio que cubre al 100% de los trabajadores	
37	Identificación y selección de grupos de interés	Págs. 15-19	
38	Enfoques para la participación de los grupos de interés	Diálogo constante con todos los grupos de interés con el objetivo de captar y satisfacer sus necesidades y expectativas	✓

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
39	Aspectos clave y preocupaciones surgidos	Págs. 17-19 La relación que se mantiene con los grupos de interés permite aplicar mejoras de producto realizadas con los Jefes, innovar con los proveedores o sumar conocimientos con el sector primario para mejorar el surtido de productos frescos	
40	Definición y contenido de la memoria	La estructura de la memoria corresponde al Modelo de Calidad Total e informa sobre los 5 componentes de la compañía (grupos de interés)	
41	Lista de asuntos materiales	Pág. 17 En cada capítulo se detallan las estrategias y acciones llevadas a cabo que son relevantes para cada componente (grupo de interés)	
42	Reformulación de la información	No ha habido cambios relevantes	
43	Período de reporte	1 de enero de 2018 a 31 de diciembre de 2018	
44	Fecha del reporte más reciente	2017	
45	Ciclo de reporte	Anual	
46	Punto de contacto para preguntas y dudas sobre el reporte	Datos de contacto en la contraportada	
47	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y salario mínimo en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	Págs. 58-59, 62 La política retributiva responde al principio de equidad: a misma responsabilidad mismo sueldo, sin hacer distinciones por sexo o cualquier otra diferenciación	
48	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	Págs. 5, 78-79, 94	
49	Número y porcentaje de Departamentos en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	Han sido evaluados el 100% de las actividades de los Departamentos de la compañía	

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
50	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	El rechazo a la corrupción es un principio fundamental en el modelo de Mercadona	
51	Casos confirmados de corrupción y medidas	No han sido detectados casos de corrupción durante el periodo analizado	
52	Número de sentencias por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas	No se ha registrado ninguna durante el periodo reportado	
53	Consumo energético interno	7.830.976 GJ	✓
54	Intensidad energética	0,22 GJ/m ³ de mercancía.	
55	Reducción del consumo energético	14,7 millones de kWh ahorrados	✓
56	Consumo de agua	Consumo total 4 hm ³ Consumo por tienda y mes: 100 m ³	✓
57	Captación de agua según la fuente	100% red de abastecimiento municipal Captación de agua de lluvia en 3 plataformas logísticas, que es utilizada para riego y baldeo	✓
58	Emisiones directas de gases efecto invernadero	13,02 kg CO ₂ /m ³ de mercancía	✓
59	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía	17,49 kg CO ₂ /m ³ de mercancía	✓
60	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero por transporte de mercancías y desplazamientos	13,88 kg CO ₂ /m ³ de mercancía	✓

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
61	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	44,39 kg CO ₂ /m ³ de mercancía	✓
62	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	37.000 toneladas de CO ₂	✓
63	Emisiones de sustancias que agotan el ozono	La compañía no utiliza sustancias que agotan el ozono	
64	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	346.520 toneladas, de las cuales el 76% va a reciclaje/valorización	
65	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	El 95% de las plantas de los Proveedores Totaler están certificadas en algún estándar tipo ISO 14001, EMAS o equivalente	
66	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y área de actividad	Págs. 57, 62	✓
67	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	No existe esta diferenciación	
68	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	Cualquier hecho relevante que pueda afectar a la plantilla se notifica a los trabajadores y a sus representantes con antelación suficiente y siempre dentro de los plazos establecidos por la legislación vigente	
69	Porcentaje de trabajadores que están representados en comités formales de seguridad y salud conjuntos para la dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud	Los comités existentes representan a todos los trabajadores al mismo nivel y todos los acuerdos son confirmados por la Dirección	✓
70	Tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y nº de víctimas mortales relacionadas con el trabajo	Accidentes de trabajo: 19,20%	✓

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
71	Trabajadores cuya profesión tiene una mayor incidencia o riesgo elevados de enfermedad	Con carácter general, no se identifican trabajadores implicados en actividades con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades específicas	✓
72	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	Existen acuerdos en vigor con los sindicatos en los que se recogen aspectos como mejoras en el diseño de los puestos de trabajo y de la elección de equipos y métodos de producción para garantizar la seguridad en el trabajo, así como fomentar la información y formación necesarias para minimizar riesgos en cada puesto	✓
73	Promedio de horas de formación anuales por empleado, desglosado por sexo y categoría profesional	Por empleado: 29 horas de formación y 815 euros invertidos de media por trabajador	
74	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	Págs. 59, 64, 66	✓
75	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones del desempeño de desarrollo profesional desglosado por sexo y categoría profesional	Pág. 62 Todos los trabajadores son evaluados anualmente en el desempeño de sus funciones, tanto en sentido descendente como ascendente	
76	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Págs. 8-9, 57, 59	✓
77	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada remuneración mujeres vs. hombres	Págs. 57-59, 63 Aplica el principio de equidad “a misma responsabilidad, mismo sueldo” sin diferencia ninguna en cuanto a sexo	
78	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	En 2018, Mercadona no ha registrado a través de los canales disponibles ningún caso de discriminación	
79	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	La compañía garantiza en todos sus centros de trabajo la libertad de asociación como se recoge en el convenio colectivo vigente	

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
80	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	La compañía garantiza que no existe ningún caso de explotación infantil en sus centros de trabajo. No se han identificado proveedores significativos en situación de riesgo	
81	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	La compañía garantiza que no existe ningún caso de trabajo forzoso en sus centros de trabajo No se han identificado proveedores significativos en situación de riesgo	
82	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	La compañía cumple los estándares exigidos en esta materia, de acuerdo con la legislación vigente	✓
83	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados	Toda la plantilla recibe formación en el Modelo de Mercadona, que conforma los valores y comportamientos dentro de la compañía	✓
84	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	La compañía no dispone de este indicador pero se especifican las diferentes acciones realizadas en el capítulo Sociedad (págs. 93-113)	
85	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	Págs. 18, 98, 100 No se han identificado centros con efectos negativos en las comunidades locales	
86	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron vs. criterios relativos a los derechos humano, prácticas laborales y repercusión social	Págs. 76-81 El 85% de las compras se efectúan en España a proveedores auditados según el Modelo de Mercadona, que contempla la satisfacción de las necesidades de los trabajadores	

Nº	INDICADOR	PÁGINA / COMENTARIO	
87	Contribuciones políticas por país y destinatario	No se han realizado durante el periodo de reporte	
88	Nº incidentes por incumplimiento de normativa o códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	Durante el período de reporte no se han identificado incidentes significativos por incumplimiento en este ámbito	✓
89	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	Págs. 48-51	✓
90	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado	Durante el período de reporte no se han identificado incidentes significativos por incumplimiento en este ámbito	
91	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado	Durante el período de reporte no se han identificado incidentes significativos por incumplimiento en este ámbito	
92	Número de reclamaciones fundamentales sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	La compañía no tiene constancia de ninguna en el período de reporte	✓
93	Importe de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios, valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	No existen incumplimientos significativos de la normativa*	✓

*La compañía considera significativa cualquier sanción económica por encima de los 50.000€



MERCADONA ES UN **PROYECTO EMPRESARIAL EN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN CONSTANTE** QUE BUSCA SOLUCIONES PARA ADELANTARSE A LAS NECESIDADES DE “EL JEFE”, SITUÁNDOLO EN EL CENTRO DE TODAS SUS DECISIONES

TRAYECTORIA

MERCADONA 1977-2018



1977

El matrimonio formado por D. Francisco Roig Ballester (1912-2003) y D^a Trinidad Alfonso Mocholí (1911-2006) inicia la actividad de Mercadona dentro del Grupo Cárnicas Roig. Las entonces carnicerías del negocio familiar se transforman en ultramarinos.

1981

Juan Roig y su esposa, junto a sus hermanos Fernando, Trinidad y Amparo, compran Mercadona a su padre. La empresa cuenta con 8 tiendas de aproximadamente 300 m² de sala de ventas. Juan Roig asume la dirección de la compañía, que inicia su actividad como empresa independiente.

1982

Primera empresa en España en utilizar el escáner para la lectura del código de barras en los puntos de venta.

1986

Implantación de la tarjeta de compra, de uso gratuito para "El Jefe".



1988

Inauguración del bloque logístico de Riba-roja de Túria (València), pionero en España por estar totalmente automatizado.

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

1990

Juan Roig y Hortensia M^a Herrero pasan a ostentar la mayoría del capital de la compañía.

1993

Tras alcanzar las cifras de 10.000 trabajadores y 150 tiendas, implantación de la estrategia comercial SPB (Siempre Precios Bajos), que más adelante derivará en el Modelo de Calidad Total.

1996

Nacimiento de las marcas Hacendado, Bosque Verde, Deliplus y Compy.

Apertura del supermercado número 200, en Segorbe (Castellón).

Se firma el primer convenio de empresa para todos los trabajadores.



1997

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

1999

Finaliza el proceso, iniciado en 1995, de convertir en fijos a todos los miembros de la plantilla, que en esos momentos era de 16.825 trabajadores.

Inauguración del bloque logístico de Antequera (Málaga).

Se inicia el proyecto de nuevo diseño y modelo de perfumerías.

2000

Construcción del bloque logístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona). Inauguración, en Massanassa (València), de la primera Tienda por Ambientes.

Celebración de la primera Reunión de Interproveedores.

Firma del Convenio Colectivo de Empresa (2001-2005).

2001

Inauguración del primer centro educativo infantil gratuito para los hijos de los trabajadores, en el bloque logístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona).

Mercadona alcanza las 500 tiendas con la apertura de su primer supermercado en Linares (Jaén).



2003

Primera empresa en realizar una Auditoría Ética.

Inauguración del bloque logístico de San Isidro (Alacant) y del segundo centro educativo infantil de la empresa.

Lanzamiento de la nueva línea de perfume Hortensia H.

Inauguración de un supermercado en las instalaciones del Mercat de l'Olivar, en Palma de Mallorca.

2004

Inauguración del bloque logístico de Huévar (Sevilla) y del tercer centro educativo infantil de la empresa.

El Comité de Dirección decide como norma general no abrir los supermercados los domingos.

2005

Implantación del nuevo uniforme Mercadona.

Inauguración del bloque logístico de Granadilla de Abona (Tenerife).

Firma del nuevo Convenio Colectivo de Empresa para los próximos cuatro años (2006-2009).

2006

Vigésimo quinto aniversario de la compañía.

Inauguración de la tienda número 1.000 de la compañía, en Calp (Alacant).

Relanzamiento de la nueva imagen de la Tarjeta Mercadona.



2007

Puesta en marcha de la primera fase del bloque logístico Almacén Siglo XXI de Ciempozuelos (Madrid).

Cuarta empresa del mundo mejor valorada en reputación corporativa, de acuerdo con el estudio del Reputation Institute de Nueva York.

2008

Realineación de Mercadona con el Modelo de Calidad Total, quince años después de su implantación.

Carro Menú para ofrecer a “El Jefe” el carro de la Compra Total de mayor calidad y más barato del mercado.

Inauguración del bloque logístico de Ingenio (Gran Canaria).

2013

Firma del Convenio Colectivo y Plan de Igualdad 2014-2018.

Reinventarnos para ser más tenderos. Implantación nuevas secciones de frescos.

Inicio del desarrollo de la Cadena Agroalimentaria Sostenible de Mercadona.

Inauguración del bloque logístico de Guadix (Granada).

2014

Apertura del supermercado 1.500, ubicado en la ciudad de Santander, en el barrio de Cazoña.

Puesta en marcha del nuevo Centro de Proceso de Datos situado en Albalat dels Sorells (València).



2015

Nuevo Centro de Formación y Servicios en Albalat dels Sorells (València).

El modelo de innovación radical de Mercadona es reconocido internacionalmente.

2016

Aprueba iniciar su proyecto de internacionalización con la entrada en Portugal.

Inaugura los dos primeros supermercados con el Nuevo Modelo de Tienda Eficiente, ubicados en el Puerto de Sagunto (València) y en la localidad de Peligros (Granada).

2017

Desarrollo de la estrategia Frescos Global para impulsar y modernizar las nuevas secciones de frescos.

Adquisición de parcelas para el nuevo bloque logístico de Parc Sagunt, en Sagunt (València).

Inicio del proyecto de transformación digital de la mano de la compañía tecnológica SAP.

2018

Lanzamiento en València del nuevo servicio de venta online, para probar y aprender, y apertura del primer almacén online, “Colmena”, en Vara de Quart (València).

Implantación de la nueva sección de “Listo para Comer”.

Evolución del Modelo Proveedor hacia el Proveedor Totaler con el objetivo de continuar siendo la mejor opción para “El Jefe”.

Firma del Convenio Colectivo de Empresa y Plan de Igualdad 2019-2023.

El Proyecto Mercadona sigue avanzando...





MERCADONA

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

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



www.mercadona.com

☎ 900 500 103
☎ 800 500 100

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

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