



Mais de
100.000
pessoas a
partilhar
um projeto
comum

Memória Anual 2023



Memória Anual 2023 e mais informação:



A fotografia da capa mostra a Blanca, colaboradora do bloco logístico de Parc Sagunt, València.



Mural da artista Markiz Nekourouh (Marquise) premiado pela Fundación Hortensia Herrero e pela Mercadona, situado nos escritórios de Albalat dels Sorells, Valência.

Os nossos feitos mais relevantes 2023	4
Mensagem do Presidente	6
O Modelo	10
O Modelo da Mercadona	12
Avanços nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	16
Materialidade e grupos de interesse	18
Principais riscos e estratégias	20
Irmãdona: Mercadona em Portugal	22
1. “O Chefe”	24
Ouvir, a chave para satisfazer “O Chefe”	26
Melhorar a experiência de compra do “Chefe”	36
2. O Colaborador	42
Modelo de recursos humanos da Mercadona	44
Comprometidos com as pessoas	48
Segurança e saúde no trabalho	54
3. O Fornecedor	56
Um objetivo comum: acertar	58
Um modelo responsável	62
Rede logística	68
Exemplos de eficiência e sustentabilidade	72
4. A Sociedade	74
Gestão ambiental	76
Compromissos com a sociedade	86
Reconhecimentos	92
5. O Capital	94
O investimento como base da brutal transformação	98
Conjuntura socioeconómica e repercussão nas margens	100
Crescimento sustentável e partilhado	102
Resultados 2023	104
Projeto Legado de Juan Roig e Hortensia Herrero	110
Trajectoria Mercadona: 1977-2023	112
Informação adicional relevante	114

Os nossos feitos mais relevantes 2023

Mercadona Grupo consolidado

1.681 lojas 54 aberturas 49 fechados	104.000 colaboradores 5.000 novos empregos
15,4% de quota de mercado em superfície total de venda em Espanha	28.320 M€ compras em Espanha e Portugal

Espanha

1.632 lojas	98.700 colaboradores
3.200 novos empregos	27.142 M€ compras em Espanha
34.124 M€ de faturação	771 M€ de investimento

10.000 M€ ▷ **1.062 M€** em 2023
de investimento para a brutal transformação (2016-2023)

35.527 M€

de faturação
+15 %

2.604 M€

contribuições fiscais
+15 %

Portugal

49
lojas

5.300
colaboradores

1.800
novos empregos

1.178 M€
compras em Portugal

1.403 M€
de faturação

291 M€
de investimento

M€: milhões de euros.



Mensagem do Presidente

Nos últimos anos, a Mercadona conseguiu desenvolver **inúmeros projetos** graças à **tomada de decisões corajosas**, ainda que, em muitas ocasiões, impopulares e incómodas, e à compreensão de que **o caminho para o êxito** nem sempre é em linha reta, mas que, por vezes, é necessário **avançar em ziguezague**.

Com esta forma de pensar e fazer as coisas, e com a visão estratégica do Comité de Direção, apoiada pelos acionistas, de que **o lucro para os 5 componentes** (“O Chefe”, como denominamos internamente os nossos clientes, O Colaborador, O Fornecedor, a Sociedade e o Capital) **a longo prazo é alcançado através do investimento**, a Mercadona iniciou, em **2016**, a **brutal transformação**. Sete anos depois, e com um investimento que superou os **10.000 milhões de euros**, hoje podemos afirmar **que os excelentes resultados** obtidos nos últimos doze meses são **a consequência de fazer tudo o que é necessário dentro do Modelo Mercadona**.

Assim, iniciámos a implantação do **Novo Modelo de Loja Eficiente**, que nós chamamos Loja 8, que está a implicar a transformação de todos os nossos supermercados para melhorar a experiência de compra dos “Chefes”, com as novas secções de frescos e o serviço de Pronto a Comer, e que já está presente na maioria das nossas lojas. Também anunciámos o nosso

projeto internacional, com a entrada em Portugal, onde atualmente contamos com 49 supermercados. Do mesmo modo, iniciámos o **Projeto da Mercadona Online**, que agora já é rentável; e abordámos a **remodelação e otimização dos nossos blocos logísticos**, a construção dos **novos escritórios de Albalat dels Sorells**, em Valência; e a **transformação digital** da empresa, que nos está a levar a incorporar novas ferramentas informáticas e organizativas para obter um conhecimento científico dos nossos processos e torná-los mais eficientes e produtivos.

A implantação e o desenvolvimento de todas estas decisões levaram-nos a **aumentar as nossas vendas para 35.527 milhões de euros**, mais 15 % do que em 2022. Também gostaria de destacar que o nosso projeto internacional iniciou o caminho da rentabilidade. E, além disso, hoje os nossos “Chefes” escolhem-nos e compram mais, como comprovam os **mais de 200 clientes que ganhámos por loja por dia e o aumento de 0,6 pontos de quota de mercado**. Resultados que são uma consequência do esforço e do trabalho dos nossos departamentos de compras e prescrição, em conjunto com o dos fornecedores e interfornecedores especialistas, para que **os clientes acertem na sua compra com um sortido eficaz e o Carinho de Compras com maior qualidade ao preço mais económico do mercado**.

As alterações introduzidas também nos estão a permitir uma melhor organização, tomando decisões e inovando com o envolvimento de todos os departamentos da empresa e, com isso, procurando a diferenciação para perdurar no tempo de **forma sustentada e sustentável, sem nunca perder o foco na eficiência, na produtividade e na melhoria da nossa gestão**. Tudo isto traduziu-se num **lucro líquido de 1.009 milhões de euros**, mais 40 % do que em 2022. Do lucro total obtido, 100 milhões de euros são o resultado da excelente gestão da nossa tesouraria.

Esta transformação não teria sido possível se nos tivéssemos focado apenas nos meios físicos. A alteração mais importante aconteceu

nos **meios mentais**. Porque nunca teríamos chegado a apresentar estes extraordinários resultados sem o **compromisso e o talento das 104.000 pessoas que fazem parte da Mercadona**, das quais 5.000 se juntaram ao nosso projeto no último ano. Cada uma delas foi a verdadeira força da transformação, o maior ativo dos nossos “Chefes” e, em suma, **a causa do êxito da Mercadona**. Por isso, e porque todas as pessoas que fazem parte da equipa da Mercadona o merecem, a empresa partilhou 600 milhões de euros dos seus lucros com os colaboradores a título de prémio por objetivos, mais 50 % do que em 2022.

Estou plenamente convencido de que a Mercadona deve seguir os valores do compromisso e do propósito partilhado e de que **a liderança dos nossos executivos e colaboradores passa pelo exemplo individual e coletivo**, porque é a única forma de as pessoas fazerem com excelência o que melhor sabem fazer e de se sentirem motivadas para o fazer. E, no dia a dia, são o **nosso exemplo e os nossos feitos** que melhor definem a **essência da liderança**.

Este propósito também implica estarmos comprometidos com **a sociedade, porque as empresas e a sociedade não podem viver de costas voltadas, e é nossa obrigação contribuir para a criação de riqueza e bem-estar para que a sociedade valorize a necessidade de ter mais e melhores empresas todos os dias**. De facto, é com base nessa forma de atuar que a Merca-

“As empresas e a sociedade não podem viver de costas voltadas. É nossa obrigação contribuir para o seu bem-estar, para que esta valorize a necessidade de ter mais e melhores empresas todos os dias”

dona distribui os seus lucros com a sociedade, tal como reflete a nossa contribuição direta e indireta conjunta que, em 2023, foi de 2.604 milhões de euros, mais 15 % do que em 2022. Ou também o valor dos impostos em sede de IRC, que ultrapassou os 343 milhões de euros, com um aumento de 43 % comparado com o exercício anterior, com uma taxa de 23,3 %.

Este envolvimento com a sociedade para alcançar um impacto mais positivo tem continuidade na nossa **responsabilidade de ajudar a preservar e proteger o ambiente**, como demonstra o nosso compromisso de dizer “sim a continuar a cuidar do planeta”. Deste modo, continuamos a desenvolver com firmeza políticas para a redução de emissões, o uso de material reciclado nas embalagens comerciais e a utilização de fontes de energia renováveis.

Sete anos após o início da brutal transformação da Mercadona **ainda temos um longo caminho a percorrer**. Com o Modelo como guia, continuaremos a mudar e a fazer ziguezagues para construir uma relação de confiança mútua com os nossos fornecedores e interfornecedores especialistas, condição imprescindível para abordar com êxito o nosso objetivo de **ser Totaler Radical e para que os nossos clientes nos escolham e acertem ao fazer as suas compras**. Estou convencido de que fazendo o que for necessário para avançar melhor, e com a liderança de cada uma das pessoas, executivos e colaboradores que formam esta grande empresa, conseguiremos fazer com que as coisas aconteçam.

A Mercadona está a ir muito bem e o ano de 2023 foi espetacular em todos os aspetos. Por isso, quero **agradecer a confiança do Conselho de Administração e dos acionistas nas decisões do Comité de Direção**. Sem o seu apoio e compromisso não teria sido possível iniciar, desenvolver e continuar a nossa brutal transformação, após termos concluído que tínhamos de pensar a longo prazo através do investimento, sem endividamento e com recursos próprios, hoje a causa do círculo de eficiência, rentabilidade e gestão em que a empresa está imersa.

Juan Roig

Comité de Direção

Garante o bom funcionamento da organização, a determinação e o cumprimento das políticas e dos procedimentos estabelecidos pelo Conselho de Administração.



Juan Roig
Presidente



José Jordá
Diretor-Geral de Lojas, Recursos Humanos e Prescrição Perecíveis



Paco Espert
Diretor-Geral de Compras e Prescrição Secos



Rafa Berrocal
Diretor-Geral de Compras Mar, Frutas, Legumes, Forno e Pronto a Comer



David Cid
Diretor-Geral de Logística



Pilar Sanz
Diretora-Geral de Obras e Expansão



Patricia Tobía
Diretora-Geral de Informática



Héctor Hernández
Diretor-Geral Financeiro e Marina de Empresas



Elena Tejedor
Diretora-Geral de Relações Externas

Conselho de Administração

É o órgão responsável da gestão, da organização e da representação da empresa.

Juan Roig **Presidente**
Hortensia M^a Herrero **Vice-presidente**
Carolina Roig **Secretária do Conselho**

Vogais

Hortensia Roig
Amparo Roig
Juana Roig
Rafael Gómez
Fernando Roig

Comissão de Auditoria

Integrada no Conselho de Administração, encarrega-se da supervisão da informação contabilística, fiscal e financeira, dos serviços de auditoria e do cumprimento e gestão dos riscos financeiros.

Juana Roig **Presidente**
Carolina Roig **Secretária**
Rafael Gómez **Vogal**



O Modelo

01

O Modelo da Mercadona

02

Avanços nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

03

Materialidade e grupos de interesse


04

Principais riscos e estratégias

05

Irmãdona: Mercadona em Portugal





O Modelo da Mercadona é o **valor diferenciador** mais importante da empresa e o **farol de todas as decisões** que tomam todas as pessoas que fazem parte deste grande projeto de empresa

1. O Modelo da Mercadona

A Mercadona conta com alguns princípios e valores diferenciados, que estrutura através de um modelo de gestão próprio: o Modelo de Qualidade Total. Através deste, a empresa persegue a excelência, sob o compromisso de satisfazer, com a mesma intensidade, mas por esta ordem sequencial, os componentes da empresa:

- “O Chefe” (cliente)
- O Colaborador
- O Fornecedor
- A Sociedade
- O Capital

2. A Missão

Encher a barriga

Prescrever ao consumidor final produtos/soluções que satisfaçam as suas necessidades de comida, bebida, cuidados pessoais, cuidados do lar e cuidados dos animais de estimação...
... garantindo sempre qualidade efetiva (seguro e saudável), máximo serviço (sustentável), mínimo orçamento e mínimo tempo.

3. O comprador é

Físico/Online

O sonho de Juan Roig





4. A visão

Conseguir uma cadeia agroalimentar sustentável que as pessoas queiram que exista e sintam orgulho nela, liderada pela Mercadona e tendo “O Chefe” como farol.

5. As Verdades Universais

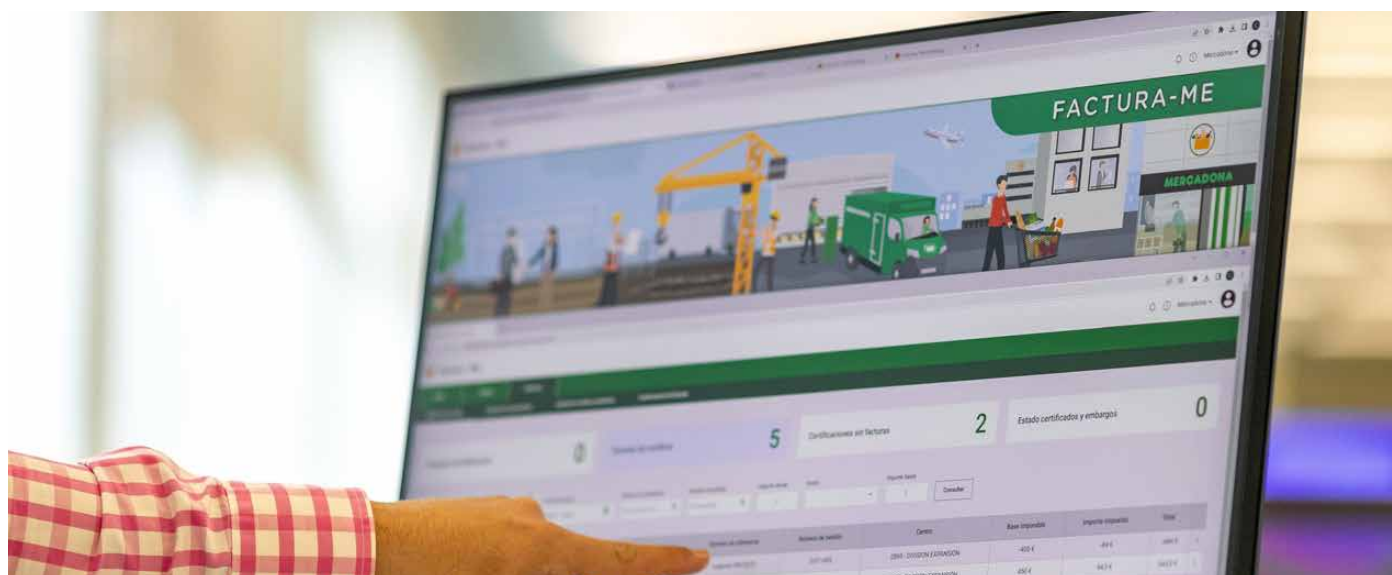
O Modelo da Mercadona tem em conta 9 verdades universais, princípios que se cumprem sempre, independentemente do tempo e do lugar, acredite-se ou não neles. A mais importante é que para receber, primeiro temos de dar. Porque quanto mais dá, mais recebe.

6. O paradigma

O ponto de vista da Mercadona é a Qualidade Total: pensar constantemente nas necessidades do “Chefe” (cliente), tornando-as compatíveis com os restantes componentes da empresa.

“Partilhar e irradiar o Modelo da Mercadona na sociedade”

Inovar: Surpreender e arriscar



Portal Factura-Me, nova ferramenta de faturação para os fornecedores.

A Mercadona dispõe de um Modelo de Inovação próprio e transversal no qual está envolvida toda a cadeia de montagem: fornecedores, colaboradores e clientes. Com ele, antecipa-se às expectativas do “Chefe” e contribui para impulsionar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 9 e 17 do Pacto Mundial da Organização das Nações Unidas



Página principal do Portal Tornillo, ferramenta digital para consultas internas de produtos.

Inovação de processos

- 60 milhões de euros investidos na transformação digital, incluindo a Mercadona Online.
- Loja inteligente: ferramentas para reduzir o tempo de espera.
- *Ticket Digital* nas lojas de Espanha.
- Tecnologias de previsão de falhas que reforçam a automatização nas lojas.
- Digitalização na gestão do sortido.
- Digitalização das ferramentas de *design* de prateleiras.
- *Portal Tornillo*, ferramenta para consultar os dados dos produtos de forma simples e eficiente.
- Ciclo de Vida, ferramenta para gerir as entradas, saídas e modificações dos produtos ao longo da cadeia de montagem de forma simples e eficaz.
- Assinatura digital nos horários das lojas.
- Solicitar férias através da *app* Activo2 no caso da equipa das lojas e Colmeias.
- Evitar esforços excessivos, custos desnecessários e reforçar a produtividade.
- Digitalização dos processos logísticos.
- Digitalização do processo de manutenção.
- Digitalização na gestão de planos e inventário de meios físicos nas lojas.
- Implantação da metodologia “BIM” (*Building Information Modeling*) na conceção e gestão de projetos de construção em blocos logísticos e Colmeias.
- Digitalização do sortido não venda (criação de “famílias”).
- Ferramenta DPP (*Direct Product Profit*) para calcular os custos e a rentabilidade de cada produto e poder tomar as decisões de custos acertadas.
- Ferramenta ADT (Contribuição Direta de Lojas) para conhecer os custos e lucro por loja e poder tomar as decisões de custos acertadas.
- Ferramenta para a gestão do *stock* na loja.
- Assinatura digital de contratos e condições comerciais com os fornecedores.
- Nova ferramenta de faturação e informação para fornecedores e para os gerentes que os lideram (Factura-Me).
- Aplicação para que os responsáveis de compras registem os acordos comerciais que negociam com os fornecedores (AComs).
- Ferramenta especializada na gestão dos processos de imóveis (Real Estate).

Inovação de produto

- Modelo de Coinovação: 23 centros de coinovação nos quais os “Chefes” partilham as suas experiências para desenvolver produtos que satisfaçam as suas necessidades com uma grande qualidade a preços imbatíveis.
- 500 melhorias no sortido, 314 novidades e 20 inovações.

Inovação social

- Murais de *trencadís*: projeto de integração sociolaboral através de fundações e centros ocupacionais.
- 22 lojas com jardins urbanos nas coberturas e fachadas que beneficiam ambientalmente os seus meios.
- Colaboração em campanhas de captação de recursos a favor de entidades sociais reconhecidas, disponibilizando aos “Chefes” a possibilidade de realizar doações em caixa.
- Cartão Sociedade.
- Gestão responsável de resíduos.








Inovação aberta e colaborativa

- 5 organizações que colaboram para a promoção da inovação: Fundación COTEC para a inovação, Fórum de Empresas Inovadoras, CEOE, AECOC e Instituto Tecnológico de Embalagem, Transporte e Logística (ITENE).
- 7 empresas participantes no Programa Corporate Lanzadera-Mercadona: Sensei, Hoop Carpool, Midsaic, Invofox, Busup, Kleta e Okticket.

Avanços nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

A Mercadona mantém um compromisso constante com os ambientes em que está presente e promove, ano após ano, iniciativas sociais, ambientais e de governação responsáveis que têm um impacto positivo na sua atividade. Neste âmbito, a empresa é, desde 2011, sócia do Pacto Mundial das Nações Unidas Espanha, iniciativa mediante a qual a Organização das Nações Unidas promove os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

ODS	Ações em curso	Componentes nos quais tem impacto*:				
		Ch	C	F	S	C
 <p>1 ERRADICAR A POBREZA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Doações a bancos alimentares, cantinas sociais e outras entidades. - Colaboração em campanhas de captação de recursos a favor de entidades sociais reconhecidas, disponibilizando aos “Chefes” a possibilidade de realizar doações em caixa. - Cartão Sociedade. 				●	
 <p>2 ERRADICAR A FOME</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Doações a bancos alimentares, cantinas sociais e outras entidades. - Cartão Sociedade. - Gestão do <i>stock</i> nas lojas para reduzir o desperdício alimentar. 				●	
 <p>3 SAÚDE DE QUALIDADE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de gestão de qualidade e de segurança alimentar. - Sortido adaptado a grupos com necessidades especiais. - Protocolos de saúde e segurança para os colaboradores nos vários postos de trabalho. 	●	●	●		
 <p>4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formação e capacitação da equipa. - Colaboração com entidades educativas, como a EDEM, e a Cátedra Mercadona de Economia Circular com a UPF Barcelona School of Management. - Esforço para conciliar a integração dos jovens com os seus estudos e a especialização profissional. 		●		●	
 <p>5 IGUALDADE DE GÉNERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - “Para a mesma responsabilidade, o mesmo salário”. - Plano de Igualdade. - Protocolo de apoio e assistência às vítimas de violência doméstica. - Campanhas de sensibilização pela igualdade salarial e contra a violência doméstica. - Apoio à amamentação. 		●		●	
 <p>8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Emprego estável e de qualidade com uma remuneração acima da média do setor. - Contribuição para o crescimento partilhado nos países onde está presente. - Diretrizes de Conduta Ética para Fornecedores. - Serviço de Prevenção próprio para promover um ambiente de trabalho seguro e sem riscos para todos os colaboradores. - Horários 5+2 e calendário anual de descansos. 		●	●	●	●
 <p>9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Loja Eficiente (Loja 8). - Modelo de Coinovação. - Modelo de Inovação Transversal. - Modelo de Relação com Fornecedores, que impulsiona um <i>cluster</i> industrial. 	●		●		●

ODS	Ações em curso	Componentes nos quais tem impacto*:				
		Ch	C	F	S	C
 <p>10 REDUZIR AS DESIGUALDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política de não discriminação. - Protocolo de prevenção do assédio no trabalho. - Colaboração com entidades que promovem a integração de pessoas com incapacidade no mundo laboral. 		●	●	●	
 <p>11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão Proativa com os Vizinhos. - Sistema de Gestão Ambiental próprio. - Medidas de logística sustentável. - Modelo de Loja Eficiente (Loja 8). - Coberturas ajardinadas e integração no ambiente. - Gestão responsável de resíduos. - Implantação <i>Smart Distribution</i> e DUM Silenciosa em cidades. 			●	●	●
 <p>12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política comercial SPB (Sempre Preços Baixos). - Modelos de produção responsável na cadeia agroalimentar. - Estratégia contra o desperdício alimentar. - Política de Bem-Estar Animal. - Planos de gestão e redução dos resíduos. - Gestão circular de embalagens comerciais. - Estratégia 2R: embalagens otimizadas e recicláveis. - Compromisso com a eficiência energética. 	●		●	●	●
 <p>13 AÇÃO CLIMÁTICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plano de Ação e Redução das Emissões. - Otimização logística. - Sistema de Gestão Ambiental próprio. - Medição da pegada de carbono. 			●	●	●
 <p>14 PROTEGER A VIDA MARINHA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Política de Compra de Produtos da Pesca. - Colaboração com organizações para a sustentabilidade dos produtos da pesca. 	●		●	●	
 <p>15 PROTEGER A VIDA TERRESTRE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Coberturas ajardinadas e integração no ambiente. - Metodologia para a proteção das andorinhas e das andorinhas-dos-beirais. - Colaboração com fornecedores para poder realizar uma análise de impactos nos sistemas de produção terrestre. - Campanhas de recolha de alimentos para animais de estimação nas lojas. 	●		●	●	
 <p>17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Parcerias com organizações setoriais e sociais (AECOC, ASEDAS, CEOE, AVE, Fórum Interalimentar, EuroCommerce, Fundación COTEC para a inovação, Fórum de Empresas Inovadoras, Fundação ÉTNOR, CIP (Confederação Empresarial de Portugal), APED, Câmara de Comércio e Indústria Luso-Espanhola, Pacto Português para os Plásticos, Forética, Fundação Seres...) para avançar no cumprimento dos ODS. - Colaboração com entidades que promovem a integração laboral de pessoas com incapacidade. - Trabalhar lado a lado com os fornecedores para desenvolver medidas de redução e controlo de impactos. 		●		●	

* Componentes: Ch "O Chefe" C O Colaborador F O Fornecedor S A Sociedade C O Capital



Materialidade e grupos de interesse

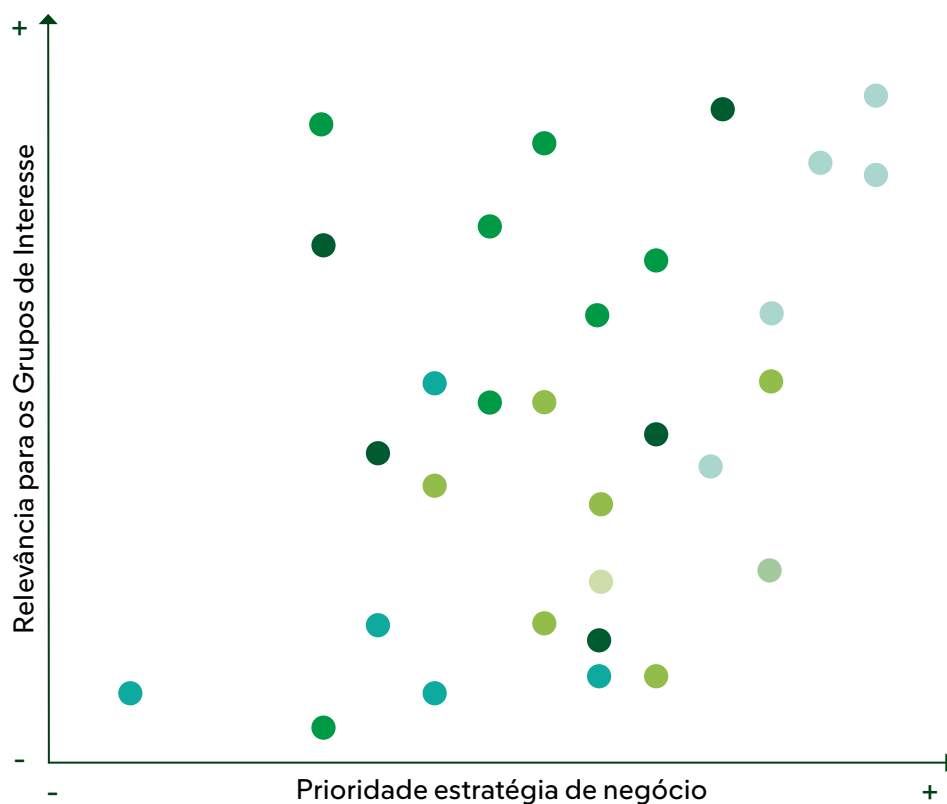
O modelo de gestão em que se baseia o Grupo Mercadona implica cumprir e exigir o cumprimento da legalidade em vigor, assim como levar a cabo todas as ações necessárias, além da legislação, que assegurem a satisfação dos diferentes grupos de interesse da empresa, integrados nos 5 componentes.

Seguindo as recomendações das normas da Global Reporting Initiative (GRI), foi realizada uma análise de materialidade, através da qual foi possível identificar os assuntos relevantes para o negócio e para os grupos de interesse: “Chefe”, Colaborador, Fornecedor, Sociedade e Capital.

Os processos de identificação e definição das prioridades dos temas materiais foram feitos tendo em conta *inputs* internos. Para isso, foi relevante um processo prévio de análise completo e exaustivo, no qual participou ativamente o conjunto de responsáveis envolvidos e que serviu para identificar e atualizar os temas relevantes para a empresa.

Do mesmo modo, foram abordados *inputs* externos, o que permitiu realizar uma análise de tendências, graças à participação de outros grupos de interesse ligados à sociedade (economistas, peritos do setor da distribuição e outros), que permitiram captar novos temas materiais, expectativas e avaliações.

Como resultado, foi desenvolvida uma matriz de materialidade na qual foram identificados 30 aspetos materiais, agrupados em três categorias principais de sustentabilidade: ambiental, social e governança.



Temas Materiais

Ambiental	1	Gestão do desperdício alimentar
	2	Reciclagem e economia circular
	3	Logística sustentável
	4	Melhoria da eficiência energética e digitalização
	5	Clima e descarbonização
	6	Critérios ASG* na cadeia
Social	7	Captação e retenção do talento
	8	Conciliação
	9	Formação
	10	Salário competitivo
	11	Igualdade e diversidade
	12	Saúde e segurança
	13	Canais internos de informação
	14	Comunicação corporativa
	15	Relação com fornecedores
	16	Segurança alimentar
	17	Qualidade
	18	Apoio ao cliente/serviço
	19	Sortido eficaz
	20	Preço competitivo
	21	Doações de alimentos e ação social
	22	Integração na comunidade
	23	Desenvolvimento económico no meio
	24	Promoção e apoio ao empreendedorismo
	25	Mecenato desportivo
Governança	26	Boas práticas de governo corporativo
	27	Prevenção de fraudes e corrupção
	28	Contribuição fiscal e transparência fiscal
	29	Rentabilidade e solvência financeira
	30	Segurança e proteção de dados

* ASG: Ambientais, Sociais e de Governança.

Principais riscos e estratégias

Componentes	Riscos
"O Chefe"	Qualidade
	Mudança de hábitos de consumo
	Transformação digital
	Proteção de dados
O Colaborador	Estratégias remuneratórias e de compromisso da equipa
	Conciliação
	Igualdade e diversidade
	Prevenção de riscos laborais
	Proteção de dados
O Fornecedor	Boas práticas comerciais
	Proteção de dados
A Sociedade	Mobilidade sustentável nas cidades
	Uso responsável dos recursos
	Relação com comunidades locais
	Ambiente e alterações climáticas
	Proteção de dados
	Legalidade inerente aos diferentes aspetos da atividade (saúde, comércio, consumo, indústria, trabalho, finanças, ambiente...)
	Proteção de dados
O Capital	Rentabilidade e sustentabilidade

Políticas e estratégias

- Modelo de qualidade com segurança alimentar	∞
- Verificações de produtos, superfícies e processos	✓
- Simulacros "Acidentes Muito, Muito Graves MMG"	✓
- Sortido Eficaz e Modelo de Coinovação	∞
- Sortido de alimentação saudável	∞
- Estratégia Frescos Global	∞
- Implantação do modelo Pronto a Comer	∞
- Dinamização da compra <i>online</i> através de Colmeias e da Nova Telecompra	∞
- Serviço de Apoio ao Cliente	✓
- Inovação transversal	✓
- Mercadona Online	∞
- Automatização de processos	∞
- Aplicação do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados	✓
- Postos de trabalhos efetivos	✓
- Salários acima da média do setor, atualizados anualmente com base numa política de escalões e na variação homóloga do IPC	✓
- Prémio por objetivos	✓
- Formação, transparência e promoção interna	✓
- Conciliação da vida familiar, profissional e pessoal	✓
- Promoção da corresponsabilidade	✓
- Horário 5+2 nas lojas	✓
- Calendário anual de horários, férias e descansos conhecido	✓
- Princípio da equidade	✓
- Plano de Igualdade e gestão da diversidade	✓
- Serviço de saúde à disposição dos colaboradores	✓
- Serviço de saúde de atendimento telefónico	✓
- Equipa técnica especializada na prevenção de riscos laborais	✓
- Garantir e fazer que sejam garantidos (cada um na parte da nossa responsabilidade) os protocolos de proteção estabelecidos pela empresa para cada processo	✓
- Aplicação do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados	✓
- Código de Boas Práticas Comerciais	✓
- Diretrizes de Conduta Ética para Fornecedores	✓
- Cadeia agroalimentar sustentável	∞
- Formação de tecido industrial	✓
- Política de Bem-Estar Animal	∞
- Política de Compra de Produtos da Pesca	✓
- Coinovação com fornecedores	✓
- Aplicação do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados	✓
- Modelo de Logística Sustentável	∞
- Sistema de Gestão Ambiental próprio	∞
- Estratégia de prevenção do desperdício alimentar	✓
- Modelo de Loja Eficiente (Loja 8)	∞
- Gestão responsável de resíduos	∞
- Gestão circular de embalagens comerciais	∞
- Diálogo e transparência	✓
- Modelo de relação com as comunidades locais, ONG, entidades sociais, associações de consumidores e associações de intolerantes e alérgicos	✓
- Impulsionar o empreendedorismo	✓
- Gestão Proativa de Vizinhos para detetar e eliminar possíveis focos de risco e incómodo	✓
- Gestão para resolver de forma rápida e eficaz os <i>inputs</i> , sugestões e queixas dos vizinhos	✓
- Sistema de Gestão Ambiental próprio	∞
- Estratégias para melhorar a sustentabilidade da nossa atividade no meio e na cadeia de abastecimento	∞
- Plano de ação e redução das emissões na logística	∞
- Modelo de Loja Eficiente (Loja 8)	∞
- Aplicação do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados	✓
- Políticas de prevenção de delitos e anticorrupção	✓
- Atualização da legislação e adaptação aos processos internos para o seu cumprimento	✓
- Políticas de gestão de riscos financeiros	✓
- Reinvestimento e visão a longo prazo	✓
- Criação de riqueza e crescimento partilhado	✓
- Capital consciente	✓
- Revisão constante dos processos internos	✓

Irmãdona: Mercadona em Portugal

A Irmãdona, a “irmã da Mercadona”, que desenvolve a sua atividade como uma empresa portuguesa de origem espanhola e cuja sede está em Vila Nova de Gaia, continuou a impulsionar o seu crescimento no país luso graças à consolidação do Modelo de Qualidade Total da Mercadona. Um modelo de gestão que serve de base ao projeto de internacionalização em Portugal desde o início, em 2016, que acumula um investimento total de 874 milhões de euros e que conta com uma equipa coesa e de alto desempenho de 5.300 pessoas totalmente comprometidas com o projeto, após ter criado, ao longo do ano, 1.800 novos postos de trabalho, todos de qualidade.

Para continuar a impulsionar a sua internacionalização em Portugal, a Mercadona continuou a crescer em 2023. E, concretamente, durante estes doze meses conseguiu inaugurar dez novos supermercados, o que lhe permitiu fechar o ano com uma rede de 49 lojas e uma maior penetração no mercado português, onde já tem presença em dez distritos: Porto, Braga, Aveiro, Viana do Castelo, Setúbal, Santarém, Viseu, Leiria, Lisboa e, desde 2023, também Coimbra.

Paralelamente, e com o objetivo de continuar a crescer e garantir um serviço mais eficiente aos seus “Chefes”, a empresa continuou a reforçar a sua rede logística com os avanços na construção do novo bloco logístico em Almeirim (Santarém), que prevê estar operacional em 2024. Com uma superfície construída de 120.000 metros quadrados, estas novas infraestruturas, que quando estiverem plenamente operacionais vão gerar 500 novos postos de trabalho, exigirão um investimento total de 256 milhões de euros e apostarão na sustentabilidade, como mostra o facto de, por exemplo, 25 % das suas necessidades energéticas serem provenientes de fontes renováveis.

Assim, a Irmãdona não tem parado de crescer nestes sete anos, apostando na criação de riqueza e na geração de valor. Uma contribuição que se tem traduzido, de acordo com um estudo realizado pelo Núcleo de Investigação em Políticas Económicas e Empresa-

riais da Universidade do Minho e pelo Instituto Valenciano de Investigações Económicas (Ivie), num impacto económico, tanto direto como indireto e induzido, de 4.422 milhões de euros entre 2019 e 2022 em toda a cadeia de valor.

De acordo com os dados deste estudo, que foi realizado pela primeira vez, a atividade da cadeia de supermercados durante estas datas representou uma contribuição de 1.296,8 milhões de euros para a economia portuguesa, período no qual foram gerados 726,5 milhões de euros em impostos e foram criados 55.655 postos de trabalho diretos, indiretos e induzidos. De facto, e só em 2022, a atividade da Mercadona em Portugal gerou 480,9 milhões de euros de rendimentos, 18.600 empregos e 263,2 milhões de euros de receitas públicas; enquanto o volume de vendas gerado no setor produtivo português, em 2022, ascendeu a 1.477 milhões de euros.

Este projeto empresarial continua a avançar e, além disso, colabora com fornecedores locais, sendo que, em 2023, as compras ultrapassaram os 1.178 milhões de euros. Um projeto sustentável e eficiente, de presente e de futuro, que, em 2023, atingiu uma faturação de 1.403 milhões de euros e cuja chave continua a ser o compromisso dos 5 componentes para poder consolidar uma empresa que a sociedade portuguesa queira que exista e sinta orgulho nela.



Fachada do supermercado junto ao Hospital, em Gondomar, Porto.

“O Chefe”


01

Ouvir, a chave para satisfazer
“O Chefe”

02

Melhorar a experiência de
compra do “Chefe”



A photograph of a chef in a black cap and apron working behind a counter in a supermarket's hot food section. The counter is filled with various dishes, including stacks of small bowls and trays of food. In the background, there is a sign that reads "STO PARA COZINHA" and a wall-mounted heater. The text is overlaid on a white rounded rectangle in the center of the image.

Ouvir os “Chefes” foi a chave para continuar a avançar em 2023. Fruto dessa escuta, a empresa **baixou o valor do Carrinho de Compras mantendo a sua qualidade efetiva**, facto que tem contribuído para que mais clientes venham às nossas lojas e nos comprem mais

María, “Chefe” no supermercado de Príncipe de Vergara em Madrid.

Ouvir, a chave para satisfazer “O Chefe”

Desde a fundação da Mercadona, há mais de 40 anos, ouvir as opiniões e sugestões dos “Chefes” tem sido fundamental para cumprir a principal finalidade de satisfazer os clientes que todos os dias decidem entrar em alguma das suas lojas para obter o seu Carrinho de Compras com uma qualidade efetiva a um preço imbatível.

Perante o contexto inflacionista de 2023, em que o IPC geral (+3,1 % em Espanha e +1,4 % em Portugal), e especialmente o da alimentação geral (+7,3 % em Espanha e +1,7 % em Portugal), continuaram a subir, a Mercadona, impulsionada pelos seus clientes, antecipou uma redução dos custos para baixar os seus preços de venda em mais de 500 produtos no conjunto do ano. Como resultado, e através da otimização dos processos, proporcionou aos “Chefes” poupanças anuais de até 150 euros nas suas cestas da compra. Ao longo do exercício também foi obrigada a subir os preços de várias referências, em consequência do aumento dos preços de custo, mas tentando sempre repercutir o mínimo no bolso dos seus clientes.

Comprometidos com a qualidade e a inovação

A Mercadona conta com dois requisitos indispensáveis para continuar a desenvolver a sua brutal transformação: a qualidade e a inovação. Para continuar a assumir esta condição de qualidade efetiva exigida pelos seus clientes, ao longo de 2023 a empresa lançou diversas iniciativas. Entre elas, destaca-se a reorganização do seu departamento de compras, que desde o passado mês de setembro está concentrado em duas direções-gerais: Compras e Prescrição Secos, e Compras Mar, Frutas, Legumes, Forno e Pronto a Comer. Esta nova estrutura, em colaboração com os mais de 3.000 fornecedores e interfornecedores especialistas, trabalha continuamente com o objetivo de oferecer ao “Chefe” um sortido eficaz, de máxima qualidade e a um preço imbatível. Em suma, um sortido vivo, desenvolvido produto a produto a partir do “Chefe” e para trás, no âmbito da sua estratégia SPB (Sempre Preços Baixos), que dá resposta às necessidades dos clientes em alimentação, bebida, limpeza do lar, higiene pessoal e cuidado dos animais de estimação.

Para alcançar este objetivo, a Mercadona também conta com um Modelo de Coinovação, que consiste em partilhar com os “Chefes” experiências e formas de consumo para, através da deteção das necessidades, gostos e hábitos



concretos, transmitir toda esta informação aos fornecedores e impulsionar assim uma colaboração direta no desenvolvimento de melhorias, inovações e novos produtos.

Um Modelo de Coinovação que se desenvolve, entre outras estratégias, através dos 23 centros de coinovação distribuídos por Espanha e Portugal. Em 2023, a empresa inaugurou três novos centros, concretamente em Arafo (Tenerife), Sevilha e em Vila Franca de Xira (Lisboa). Ao longo do ano, nestes 23 centros, em que trabalham mais de 200 especialistas, foram realizadas um total de 11.000 sessões de trabalho, processos de colaboração com os “Chefes” que têm sido fundamentais para continuar a melhorar e adaptar o sortido a gostos e necessidades concretas, o que se traduziu num total de 500 melhorias, 314 novidades e 20 inovações de produtos.

Exemplos disso são o novo pacote de noz natural picada, desenvolvido pela Importaco Casa Pons, primeira referência no setor da distribuição preparada desta forma para ser utilizada em pastelaria ou noutras receitas; a barrita recheada de mirtilos, fabricada pelo fornecedor

especialista Hellema, um produto pioneiro nesta categoria por ser recheado de fruta; e o aipo já cortado, que o fabricante Pascual Marketing prepara especificamente para consumir cru e cuja variedade tem um sabor mais suave. Destacam-se igualmente o hambúrguer de lombo da Elaborados Cárnicos Medina e as cuvetes de *sushi* elaboradas pela Koyasan Foods e Leroy Processing, que são disponibilizados na muralta de comida asiática.



Qualidade com segurança alimentar



A qualidade com segurança alimentar é uma condição irrenunciável, pelo que, ano após ano, a Mercadona destina importantes recursos para a garantir, através de um modelo próprio, orientado para oferecer o máximo nível de qualidade e inocuidade de todos os seus produtos e processos.

O modelo, extensível a todos os fornecedores e aplicado em todo o processo da cadeia de montagem, baseia-se em três objetivos: zero riscos, zero defeitos e zero crises. E, também, em quatro estratégias: preventiva, reativa, verificação e desdobramento de sociedade.

No âmbito preventivo, a empresa dispõe de um sistema de gestão da Qualidade com

Segurança Alimentar baseado nos princípios do Sistema de Gestão APPCC (Análise de Perigos e Pontos de Controlo Críticos), que, em 2023, introduziu também como melhoria a digitalização da pasta de registos derivados deste sistema de controlo. Do mesmo modo, há alguns anos criou a ferramenta REMER (Riscos Emergentes) para alimentação e não alimentação, com a qual são controlados possíveis riscos, ao mesmo tempo que dispõe de ferramentas para monitorizar as alterações legislativas que possam ter impacto na sua atividade.

Além disso, a Mercadona e a Irmãdona dispõem, há alguns anos, de vários comités científicos. Estes painéis independentes de profissionais de reconhecido prestígio que, no caso



Daniel, "Chefe" no supermercado de Mercat del Olivar em Palma, Ilhas Baleares.

de Espanha, incluíram quatro novos peritos, contando com um total de dez, prestam o seu apoio técnico para garantir sempre a qualidade com a segurança alimentar de todos os seus produtos. Em conjunto com a equipa interna de investigadores especialistas, realizam um trabalho fundamental para validar os processos internos, fortalecer e acelerar o talento da empresa nesta matéria.

Do mesmo modo, a equipa interna recebe formação constante de especialistas nas várias matérias, centros tecnológicos e laboratórios, ao mesmo tempo que dispõe de uma ampla carteira de peritos externos especialistas e de laboratórios de referência de reconhecido prestígio, como AINIA, CNTA, Aquimisa, Eurofins, Silliker e Anfac, entre outros.

No âmbito reativo, e com o objetivo de obter *feedback* dos problemas de qualidade com segurança alimentar dos produtos, o Modelo da Mercadona conta com ferramentas para captar informação de outras fontes, como autoridades de saúde, redes de alerta, fornecedores ou redes sociais. Um exemplo disso é a melhoria da digitalização da gestão das atas de saúde ou a adaptação da ferramenta INTIE para captar a informação das inspeções de saúde realizadas pela administração.

Paralelamente, a Mercadona e a Irmãdona utilizam um método de simulacros próprio para verificar o cumprimento do Método interno de Gestão de acidentes Muito, Muito Graves (MMG) na segurança alimentar. Em colaboração com as Administrações públicas, lidam anualmente com estes cenários simulados, três em 2023, o que lhes permite detetar pontos de melhoria e reforçar as capacidades dos participantes nestas práticas para enfrentar possíveis contingências futuras com as melhores garantias.

Do mesmo modo, é importante destacar o envolvimento da Mercadona na área da segurança alimentar, tal como evidencia a sua participação, há já alguns anos, nos comités específicos deste âmbito da AECOC, ASE-DAS, ENAC, AINIA, AVI, CNTA, SESAL, IFS e APED.





*Conselhos para
uma alimentação
saudável*

A sua cesta equilibrada

A Mercadona tem consciência de que cada vez mais pessoas investem numa alimentação saudável, motivo pelo qual tenta ajudar os seus “Chefes” com um sortido baseado no seu critério de qualidade de estar bom e ser bom. Em 2023, continuou a melhorar e a introduzir produtos indispensáveis que, quando bem combinados e adicionados a bons hábitos diários, são a chave para uma alimentação saudável, rica, variada e equilibrada.

Sob o conceito de “a sua cesta equilibrada” tem mantido, através da sua página web e dos diversos canais que tem nas redes sociais, uma comunicação ativa com os clientes, através da divulgação de receitas simples que podem incorporar no seu dia a dia, propostas de menus semanais, recomendação de produtos concretos ou, ainda, partilhando dicas culinárias e alimentares, consciente do quão importante é saber o que precisamos de comer, como podemos cozinhá-lo, em que quantidade e com que frequência.

Da mesma forma, promoveu um diálogo com os seus colaboradores através da sua aplicação interna Activo2, na qual os ajudou a prescrever aos clientes diferentes produtos, receitas ou formas de cozinhar mais saudáveis, como assados ou a vapor, e contou com as vozes de especialistas para explicar quais são os alimentos que compõem uma dieta saudável e a quantidade e frequência com que devem ser consumidos os diferentes produtos que a compõem.

Dentro da sua estratégia Saudável, a Mercadona e os fornecedores com que colabora têm continuado a melhorar os ingredientes e a reduzir ou substituir aqueles que não acrescentam valor. É o caso do fiambre do fornecedor Casa Tarradellas com 90 % de carne, ou dos batidos de fruta e leite Caribe, fabricados pelo fornecedor García Carrión,

que incorporam maior quantidade de fruta e também reduziram 1,4 gramas de açúcar adicionado.

Do mesmo modo, foram acrescentadas mais referências de gelados com formato mini, fabricados pelo especialista Helados Estiu, com o objetivo de definir um tamanho de porção adequado à necessidade dos clientes. Também foram introduzidos novos produtos adequados à preparação em eletrodomésticos como a fritadeira de ar quente, por exemplo, os bolinhos de bacalhau do fornecedor Audens Foods, à venda em Espanha, ou os douradinhos de pescada sem glúten e lulas panadas, ambos fabricados pela Congalsa.

Todo este esforço permitiu-lhe contar com um sortido variado, eficiente e de qualidade, que permite ao “Chefe” dispor de uma ampla gama de produtos, tanto frescos como não perecíveis. Além disso, graças a estes esforços, reforçou a sua relação com os clientes, conhecendo melhor as suas necessidades para, desta forma, poder oferecer-lhes as melhores opções para uma dieta saudável.

Em 2023, a Mercadona reuniu com associações de consumidores, associações de intolerantes e alérgicos e Administrações públicas para lhes explicar a sua Estratégia Saudável





Kéfir sabor morango e banana, fabricado pelo fornecedor Productes del Moianès em Moià, Barcelona.

Transparência na rotulagem

Para proporcionar aos seus “Chefes” a possibilidade de elaborar uma dieta equilibrada, além da variedade do seu sortido, dos conselhos, das receitas e da própria prescrição dos colaboradores, a empresa introduziu melhorias na rotulagem que contribuem para esse mesmo fim. Assim, por exemplo, durante estes meses reformulou a rotulagem de inúmeros produtos, aplicando critérios que facilitam a sua leitura, como é o caso do aumento do tamanho da letra ou a decisão de uniformizar as tabelas nutricionais, facilitando aos “Chefes” a escolha do produto que melhor se adequa às suas necessidades. Do mesmo modo, continuou a trabalhar na melhoria dos elementos que informam ou formam os clientes sobre cada produto, não só dos ingredientes ou da informação nutricional, como também, por exemplo, de outros como a forma de preparação ou o modo de conservação.

Todos estes movimentos, que facilitam as decisões para melhorar os hábitos alimentares dos “Chefes” da Mercadona, enquadram-se também na sua política de transparência total que, há alguns anos, promove nos seus *packagings*. Uma aposta numa rotulagem transparente que, no caso dos produtos elaborados sob a égide

das suas marcas próprias (Hacendado, Bosque Verde, Deliplus e Compy), conta com um método próprio, de acordo com o qual, além de identificar o fornecedor fabricante, é oferecida ao “Chefe” na rotulagem toda a informação relevante sobre cada produto, uma informação objetiva e de fácil acesso, para que cada cliente possa escolher, conforme os seus hábitos, a melhor forma de obter a sua cesta equilibrada.

Comprometidos com todos os “Chefes”

Há vários anos que a Mercadona mantém um compromisso responsável com os “Chefes” que sofrem de intolerâncias ou alergias alimentares, e trabalha para incluir nas prateleiras produtos adequados para as suas dietas que, além disso, sejam facilmente identificáveis através da rotulagem, aspeto que foi melhorado com o aumento da letra.

Desta forma, e como exemplo, em 2023 continuou a aumentar o sortido sem glúten, tendo já um total de 1.533 produtos livres desta proteína. Neste sentido, foram acrescentadas referências como os douradinhos de pescada sem glúten do fornecedor Congalsa. Ao mesmo tempo, mantém relações em Espanha e Portugal com 29 associações de intolerantes e alérgicos com as quais, com as quais, através de um diálogo constante, realiza ações para ajudar a sociedade a conhecer as diferentes necessidades alimentares dos diferentes grupos.

A empresa continuou também a trabalhar para satisfazer as necessidades específicas de nutrição ou alimentação de vários grupos de “Chefes”, como as pessoas que optam por uma dieta vegana, para as quais atualmente o sortido conta com novas referências, como a bebida de aveia sabor chocolate, elaborada pelo fornecedor Liquats Vegetals, ou a bebida de aveia 0 %, fabricada pela Frías e que, além disso, não tem açúcares nem edulcorantes.



HACENDADO deliplus

BOSQUE VERDE Compy

Marcas que a Mercadona desenvolve desde 1996, cujos fabricantes estão claramente identificados na rotulagem

Apoio ao cliente

Para a Mercadona, a comunicação é fundamental no desenvolvimento da sua atividade, motivo pelo qual mantém uma atitude de diálogo e transparência com os “Chefes”, aos quais disponibiliza informação de interesse sobre a empresa, deteta possíveis contingências e oferece soluções ágeis e eficazes. Para atingir estes objetivos, a empresa dispõe de um Serviço de Apoio ao Cliente (SAC) gratuito, tanto em Espanha como em Portugal, no qual trabalham 94 pessoas (81 em Espanha e 13 em Portugal) para reforçar a satisfação dos clientes.

A dedicação do SAC da Mercadona permite atender e canalizar todas as dúvidas e questões levantadas, que são transmitidas aos responsáveis envolvidos para que as estudem individualmente e procurem a melhor solução para “O Chefe”. Em 2023, o Serviço de Apoio ao Cliente da Mercadona geriu todas as consultas recebidas, num total de 256.440, das quais 233.500 foram em Espanha e 22.940 em Portugal.

Atualmente, a empresa dispõe de perfis no Facebook, X, Instagram, YouTube e LinkedIn. Através destas redes sociais, a Mercadona manteve, em 2023, um total de 598.700 conversas com os clientes, concretamente 476.000 em Espanha e 122.700 em Portugal, dados que confirmam a relevância destas como canal de comunicação.

Além disso, no referido exercício, Carol, o assistente virtual operacional em Espanha tanto através do WhatsApp como da página *web*, com um serviço 24 horas por dia e sete dias por semana, manteve um total de 91.000 conversas com os clientes. Da mesma forma, foi aumentado o número de FAQ na página *web* corporativa da Mercadona, com o objetivo de resolver as dúvidas dos clientes de forma mais ágil e simples.



Telefone de apoio ao cliente



Presença digital da Mercadona

Espanha

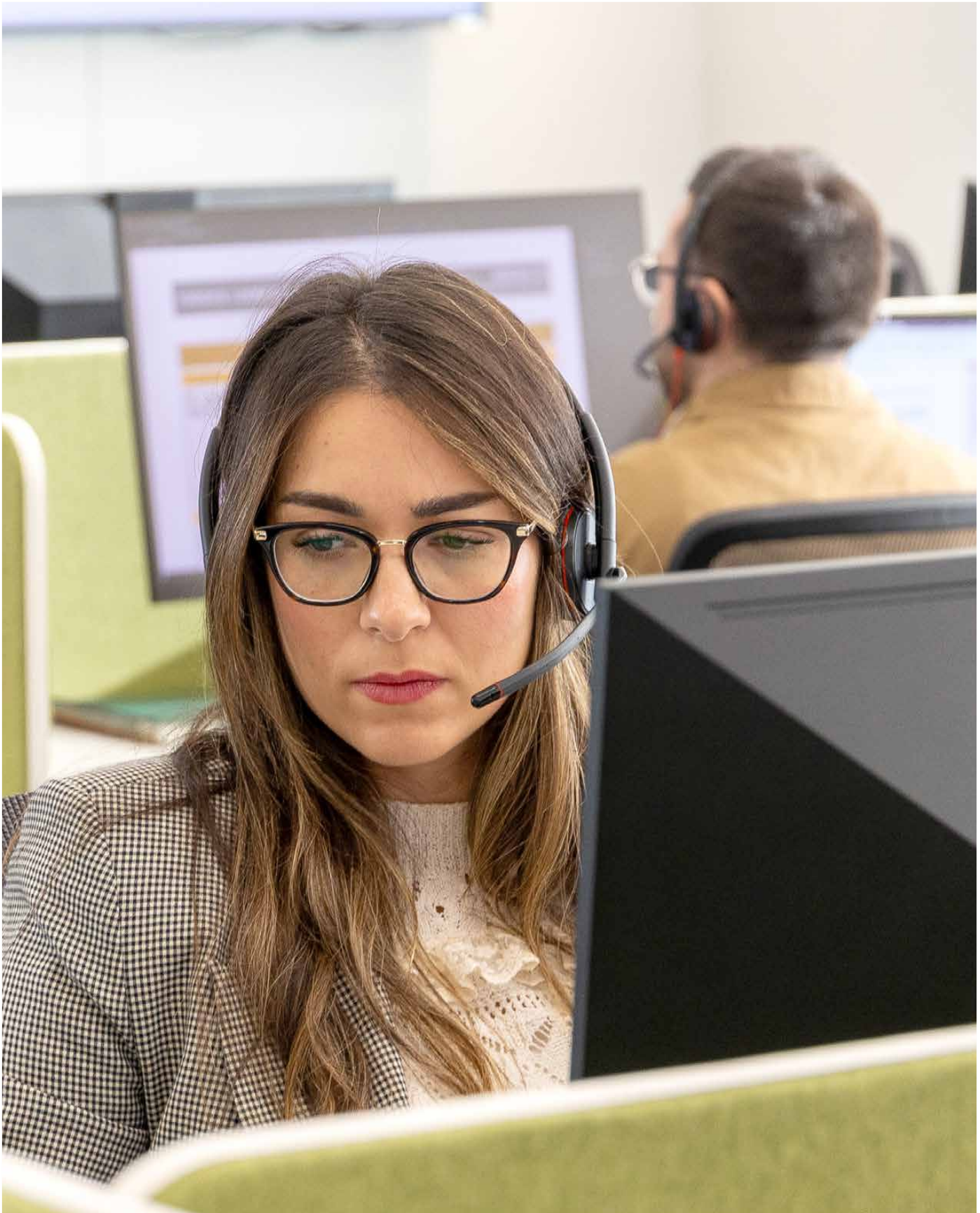
info.mercadona.es

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

Portugal

www.mercadona.pt

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



Beatriz, colaboradora do Serviço de Apoio ao Cliente da Mercadona.

Melhorar a experiência de compra do “Chefe”

Em 2023, a Mercadona voltou a contar com o apoio dos seus “Chefes”, 5,8 milhões de famílias que diariamente depositam a sua confiança na empresa. E fizeram-no de duas formas: deslocando-se às 1.681 lojas localizadas em Espanha e Portugal; ou realizando os seus pedidos através das plataformas *online* disponíveis, de momento, em Espanha.

Uma confiança que a empresa agradece e que tenta consolidar desenvolvendo e oferecendo, com o esforço conjunto da sua equipa e dos fornecedores com os quais colabora, produtos e serviços de uma qualidade efetiva a preços imbatíveis. Tudo isto incorporando de forma constante práticas sustentáveis e respeitadoras do ambiente, promovendo a compra e o consumo responsáveis e impulsionando um projeto que analisa cada detalhe da sua atividade para satisfazer plenamente os 5 componentes da empresa.

Rede de supermercados

Em 2023, a Mercadona continuou a reforçar a sua rede de supermercados e a apostar na sua modernização para poder oferecer aos seus clientes a melhor experiência de compra. O esforço realizado permitiu-lhe fechar o ano com um total de 1.681 lojas em Espanha e Portugal, após ter fechado 49 lojas que não se adaptavam aos padrões de qualidade da ca-

deia e ter aberto 54 novas, 44 em Espanha e 10 em Portugal.

Para poder continuar a impulsionar o seu modelo diferenciador, a empresa investiu ao longo destes doze meses um total de 650 milhões de euros. Deste total, 352 foram destinados à abertura dos novos supermercados, 112 à aquisição de novos terrenos e locais e 101 a ações e vários equipamentos. Do mesmo modo, um total de 85 milhões de euros permitiram introduzir melhorias em 24 lojas de Espanha para as adaptar ao Modelo de Loja Eficiente (Loja 8), já presente em 1.364 supermercados.

Desta forma, praticamente todos os supermercados da cadeia são mais sustentáveis. Este modelo de loja próprio e pioneiro, além de ser mais amigo do ambiente, oferece uma melhor disposição e distribuição do sortido, também um maior conforto e, em suma, uma melhor experiência de compra.

650 M€
investidos



352 M€
em aberturas

85 M€
em remodelações

101 M€
em ações e
equipamento

112 M€
em novos terrenos
e locais



Lojas Eficientes

*A empresa continuou
a adaptar os seus
supermercados ao
Novo Modelo de
Loja Eficiente*

1.364
Lojas 8

1	2
3	

1. Entrada do supermercado de Alday em Camargo, Cantábria.
2. Fachada do supermercado de Mercês em Sintra, Lisboa.
3. Fachada do supermercado de La Florida em Oviedo.



Continuar a evoluir com “O Chefe”

Uma das obsessões de todos os que fazem parte da Mercadona é desenvolver estratégias e introduzir iniciativas que permitam melhorar o serviço aos seus clientes, a sua experiência de compra e a sua satisfação. Com este objetivo, tenta antecipar-se às suas necessidades, com soluções específicas e com uma qualidade efetiva que se adaptem aos seus hábitos de consumo.

Um exemplo claro é o serviço de *Listo para Comer*, “Pronto a Comer” em Portugal, uma proposta de soluções de pratos variados e de qualidade que a empresa iniciou em 2018. Desde esta data, o projeto não parou de crescer e, no final de 2023, já estava presente em 1.110 lojas, 1.061 em Espanha e em todas as de Portugal.

Do mesmo modo, ao longo destes doze meses, foram introduzidas importantes melhorias de qualidade em várias receitas, como o quarto de frango com batatas, no qual foi melhorado o marinado; ou a salada de massa, com a melhoria do ponto de cozedura da massa. Além disso, foi eliminado o glúten de todas as cuvetes de *sushi*, permitindo que as pessoas intolerantes ou alérgicas a esta proteína o possam consumir.

Nesta mesma linha, a secção de Pronto a Comer incorporou pratos que surgiram através da co-inovação com os clientes, como as almôndegas guisadas com batatas e esparguete carbonara, em Espanha; ou a sandes de leitão, em Portugal. E, também, para favorecer o uso deste serviço na campanha de Natal, a empresa contou com pratos típicos destas festas, com uma qualidade espetacular, como, por exem-



Valentina e María, “Chefes” do supermercado de Baricentro em Barberà del Vallès, Barcelona.



Paula, colaboradora do supermercado da Rua Filipa Borges em Barcelos, Braga.

plo, a coxa de frango recheada, cujo tamanho foi mais bem adaptado ao consumo real do “Chefe”; ou a salada de marisco, novidade que foi incorporada este ano.

Além disso, durante estes doze meses, a Mercadona continuou a reforçar o modelo de venda no livre serviço da maior parte do sortido. Esta decisão, que a empresa implementou em 2022, trouxe mais agilidade à venda destes pratos, com uma clara redução dos tempos de espera para os “Chefes”. Um projeto que tem continuado a crescer, tal como demonstra a faturação total obtida, que ascende a 483 milhões de euros.

Por outro lado, a empresa está a estudar a evolução da sua secção de peixaria, com o duplo objetivo de aproximar cada vez mais o produto aos clientes e promover o seu consumo. Para isso, está a adaptar o sortido aos novos hábitos

do “Chefe”, oferecendo sempre a máxima qualidade, frescura e serviço, fatores essenciais.

Este modelo, que alia a tradição à inovação e modernização do livre serviço, está a ser testado em 77 dos 1.681 supermercados da empresa.

Do mesmo modo, está a ser aproveitada a fase atual do projeto para recolher as contribuições e sugestões, para compreender e identificar muito bem os processos e detetar os produtos em que a preparação final na loja acrescenta valor.

Para o desenvolvimento desta reengenharia da secção da peixaria, a Mercadona conta com o apoio de empresas líderes e especialistas no setor, como a Profand e a Piscifactorías Andaluzas, que estão a colaborar na melhoria do sortido e na adaptação a este novo formato.

1.110

lojas com Pronto a Comer

77

lojas com a reengenharia do peixe



Pedro, colaborador do supermercado de Don Benito em Badajoz.



Mari Carmen, colaboradora do supermercado de Arroyo de la Encomienda em Valladolid.

Mercadona Online

Em 2023, o serviço de compra *online* da Mercadona continuou a crescer e a consolidar-se gradualmente. É o que demonstram as vendas de 650 milhões de euros obtidas neste segmento, ou o facto de os “Chefes” *online* terem realizado mais de 4 milhões de pedidos através desta via, o que representa um aumento de 19 % relativamente a 2022.

Para oferecer o melhor serviço possível e satisfazer as necessidades dos “Chefes” que escolhem este meio de compra, a empresa conta com seis Colmeias, armazéns que se destinam exclusivamente às vendas *online* e que estão localizados em Valência, Barcelona, Madrid, Alicante e Sevilha. No mencionado exercício, e para reforçar este tipo de

serviço, no passado mês de agosto a empresa inaugurou a sua sexta Colmeia, concretamente na localidade madrilenha de Boadilla del Monte.

A nova Colmeia, localizada em Boadilla del Monte (Madrid), permitiu aumentar o serviço aos “Chefes” da Comunidade de Madrid



Preparação de pedidos na Colmeia de Boadilla del Monte, Madrid.

Esta iniciativa, que representou um investimento de cerca de 13 milhões de euros, permite atualmente prestar serviço à zona oeste da Comunidade de Madrid. Nesta tarefa estão envolvidos os 180 gerentes que trabalham nesta solução pioneira que presta serviço às localidades de Boadilla del Monte, Alcorcón, Villaviciosa de Odón, Leganés, Parla e Tres Cantos.

Por outro lado, e para satisfazer as necessidades de compra *online* dos “Chefes” de áreas com uma menor densidade de pedidos, a Mercadona também tem trabalhado no seu modelo de preparação e distribuição a partir das lojas físicas. Ao finalizar 2023, a empresa mantinha estes serviços operacionais em 59 lojas em toda a Espanha, como, por exemplo, em Euskadi e Saragoça, em comparação com as 18 de 2022. Graças ao esforço realizado é possível reduzir o tempo de preparação dos pedidos, otimizar os recursos físicos e minimizar os esforços excessivos de toda a equipa, através do aproveitamento da experiência, da tecnologia e de parte dos processos desenvolvidos nas Colmeias.

Da mesma forma, a empresa tem continuado a melhorar o seu serviço, neste caso ampliando o sortido disponível através deste canal com, por exemplo, a entrada de alguns produtos de Prontos a Comer, como a tortilha ou a salada russa, que estão a ser bem recebidos.

No âmbito do transporte dos pedidos realizados pelos “Chefes” *online*, dispõe de uma rede de 720 carrinhas ECO que contribuem para reduzir o volume de emissões poluentes resultantes desta parte do processo.

A Mercadona Online conta com uma equipa formada por mais de 2.400 pessoas, com emprego estável e de qualidade e com uma formação específica, após ter incorporado um total de 400 novas pessoas no último exercício.



O Colaborador

01

Modelo de recursos humanos
da Mercadona


02

Comprometidos
com as pessoas

03

Segurança e higiene
no trabalho





A palavra que melhor define
**a essência da liderança é
o exemplo.** Os factos são a
única forma de impulsionar
os 104.000 colaboradores da
Mercadona a agir com um
**alto nível de compromisso e
desempenho**

Brenda, colaboradora do supermercado de Avenida Fuerzas Armadas em Lorca, Múrcia.

Modelo de recursos humanos da Mercadona

A Mercadona aposta fortemente no conjunto das pessoas que fazem parte da sua equipa, um dos elementos-chave e, sem dúvida, a causa do êxito do seu projeto empresarial. E fá-lo através de um lote de valor altamente competitivo, que promove a estabilidade laboral, a defesa da igualdade e a diversidade, a conciliação, a formação contínua e as remunerações acima da média do setor. Estas condições permitem à Mercadona captar e reter talento e incorporá-lo numa estrutura conjunta na qual a soma das individualidades, através da coesão, gera um fator multiplicador de um grande valor intangível.

104.000
colaboradores

Equipa e criação de emprego

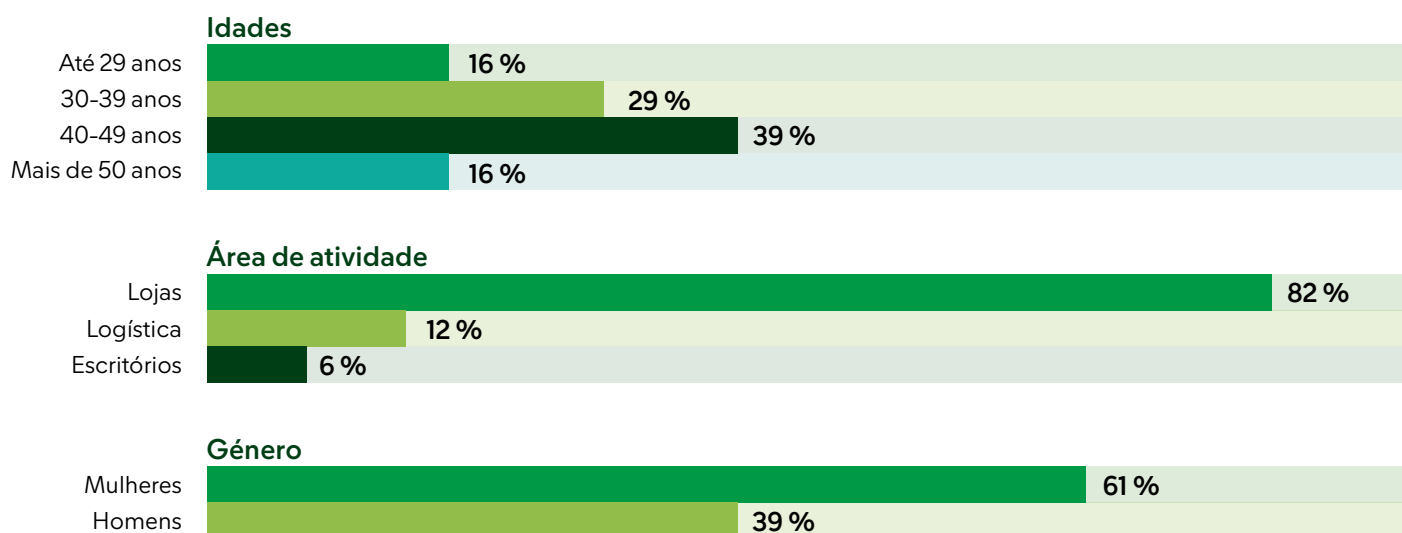
Mais um ano, a Mercadona continuou a incorporar talento para reforçar o seu projeto e poder continuar a realizar a brutal transformação em que se encontra desde 2016. De facto, aumentou a sua equipa em 5.000 pessoas relativamente ao exercício anterior e atingiu um novo marco histórico ao ultrapassar, no seu conjunto, o valor de 100.000 colaboradores com, concretamente, 104.000 pessoas altamente comprometidas, das quais 98.700 trabalham em Espanha e as restantes 5.300 em Portugal.

No âmbito da brutal transformação, a Mercadona aposta, há alguns anos, na captação de talento especializado no setor tecnológico. Desta forma, conta já com uma equipa de mais de 1.000 profissionais de referência, dos quais 165 foram contratados em 2023, com os que continua a definir as melhores soluções para digitalizar todos os processos

internos da empresa: da logística aos recursos humanos, passando pelas finanças ou a construção.

Paralelamente, a empresa continuou a consolidar-se como uma opção para o desenvolvimento de uma vida laboral completa, tal como demonstram as mais de 100 pessoas que se reformaram em 2023, a maior parte depois de terem estado vinculadas à empresa durante décadas e cujo esforço e envolvimento a empresa reconhece e agradece.

Assim, a Mercadona é uma empresa que dispõe de uma equipa excepcional, empenhada em alcançar a excelência no seu trabalho de rotina através do seu exemplo e cujo envolvimento individual foi recompensado com a distribuição de 600 milhões de euros, provenientes dos lucros, a título de prémio por objetivos. O valor do prémio por objetivos, que quase 100 % da equipa recebeu em 2023, representa um aumento de 50% face ao ano anterior.





Jon, colaborador do supermercado de El Árbol em Santurtzi, Biscaia.

Tabela salarial do pessoal base da Mercadona em 12 mensalidades ¹

Espanha				
Antiguidade	- de 1 ano	2 anos	3 anos	+ de 4 anos
Bruto/mês	*1.553 €	1.706 €	1.893 €	*2.102 €
Líquido/mês	1.356 €	1.425 €	1.545 €	1.686 €

≈ 17% ↑
do Salário Mínimo Interprofissional

≈ 59% ↑
do Salário Mínimo Interprofissional

Em vigor 01/01/2024. Aumento do IPC de 3,1 %.

* O salário mínimo da Mercadona em Espanha é aproximadamente 17% superior ao Salário Mínimo Interprofissional (1.323 € brutos/mês em 12 pagamentos), sendo de mais 59 % no último escalão (incluindo os subsídios de Natal e férias).



Carlos, colaborador do bloco logístico de Parc Sagunt, Valência.



M.ª Jesús, colaboradora do supermercado de Carretera de Toledo em Ciudad Real.

Portugal				
Antiguidade	- de 1 ano	2 anos	3 anos	+ de 4 anos
Bruto/mês	** 1.149 €	1.276 €	1.416 €	** 1.572 €
Líquido/mês	960 €	1.045 €	1.137 €	1.235 €

≈ **20% ↑**
do Salário Mínimo Nacional

≈ **64% ↑**
do Salário Mínimo Nacional

Em vigor 01/01/2024. Aumento do IPC de 1,4 %.

** O salário mínimo da Mercadona em Portugal é aproximadamente 20 % superior ao Salário Mínimo Nacional (957 € brutos/mês em 12 pagamentos), sendo de mais 64 % no último escalão (incluindo os subsídios de Natal e férias).

¹ Em ambos os países, ao salário bruto anual devemos acrescentar o prémio por objetivos que, a partir do primeiro ano de antiguidade e até atingir o escalão 5, é de uma mensalidade, sendo de duas mensalidades a partir do segundo ano no escalão 5. Em 2023, a empresa deu mais meio mês de prémio à sua equipa.



Cleidiiane, colaboradora do supermercado de Avenida Dom João II em Vila Nova de Gaia, Porto.



André, colaborador do supermercado de Sousa Aroso em Matosinhos, Porto.

Comprometidos com as pessoas

Desde a sua fundação, o desenvolvimento dos seus recursos humanos tem sido um fator prioritário para a Mercado, que apostou sempre tanto no crescimento profissional como no pessoal do conjunto da sua equipa. Por isso, ano após ano, destina importantes recursos à consolidação de um modelo de recursos humanos que ouve as pessoas, para lhes poder oferecer o que realmente precisam para continuarem a crescer, e que impulsiona iniciativas honestas num contexto de igualdade de tratamento e de oportunidades.

Igualdade, diversidade e integração



O Modelo de Qualidade Total da Mercado na aposta no desenvolvimento de relações profissionais com base na igualdade, na qualidade do emprego e no respeito pela diversidade. Trata-se de um modelo de gestão que acredita nas pessoas e que considera que o respeito é um princípio fundamental para consolidar um ambiente laboral saudável em que é rejeitado qualquer tipo de discriminação com base no sexo, orientação sexual, incapacidade, idade, nacionalidade, filiação sindical ou de outra natureza.

Desde 2010, a empresa conta com um Plano de Igualdade próprio, atualmente na sua quarta edição, e adaptado às recentes alterações legislativas. O objetivo deste Plano é continuar a avançar na igualdade de tratamento e de oportunidades entre mulheres e homens; continuar a integrar a perspetiva de género na gestão da empresa; garantir o exercício dos direitos de conciliação da vida pessoal, familiar e profissional dos membros da equipa; promover a corresponsabilidade entre mulheres e homens no âmbito da empresa; e garantir a equidade retributiva, com base no princípio “a mesma responsabilidade, o mesmo salário”.

No seu compromisso com a luta contra a desigualdade, a empresa implementou, em 2013, um protocolo de atuação contra a violência de género. Este protocolo, que introduz constantes melhorias e que também está

em vigor em Portugal, tem-se consolidado como um meio eficiente para oferecer ajuda concreta, seja sob a forma de assistência ou de aconselhamento jurídico ou psicológico.

Assim, entre as medidas apoiadas pela empresa incluem-se, tanto em Espanha como em Portugal, a licença sem vencimento com reserva do posto de trabalho de três anos, o direito de transferência, a redução e adaptação da jornada ou até a suspensão do contrato com direito a desemprego, às quais se junta, obviamente, um apoio constante, com telefones internos diretos, do serviço de saúde e também jurídico.

Neste contexto, em 2023, a empresa organizou, no dia 25 de novembro, Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra as Mulheres, campanhas de sensibilização em Espanha e Portugal, confirmando assim o princípio de tolerância zero que a empresa sempre manteve relativamente a este assunto.

Isto porque, desde 2013, a Mercado pertence, em Espanha, ao grupo de Empresas por uma Sociedade Livre de Violência de Género e, em Portugal, faz parte, desde 2020, do Pacto Empresarial contra a Violência, um compromisso estabelecido com a Secretaria de Estado da Igualdade e Migrações (SEMI) e com a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG).

Além disso, a empresa mantém ativo, desde 2009 e em Espanha, um protocolo que permite identificar possíveis situações de assédio moral, sexual e de género.

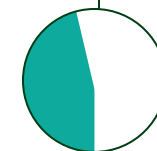
A sua finalidade é preveni-las e preservar a saúde e a segurança da sua equipa, sempre sob os princípios da celeridade, da eficácia e da confidencialidade. Paralelamente, em Portugal, conta com um Código de Conduta destinado a prevenir o assédio laboral, um guia de referência dos princípios éticos da empresa que é aplicado após a apresentação de uma denúncia interna.

Todos estes compromissos se traduzem em dados e números específicos, como reflete o facto de, em matéria de igualdade ou equi-

dade, 61 % da equipa da Mercadona ser formada por mulheres; que 2.155 colaboradoras, 47 % do total, tenham responsabilidades de direção ou que 1.232 mulheres tenham acedido, em 2023, a postos de maior responsabilidade dentro da empresa.

E, também, em reconhecimentos, como o de se ter tornado pelo quarto ano consecutivo na “Empresa Líder em Diversidade” do *ranking* Diversity Leaders do jornal *Financial Times*. Mais concretamente, é a quinta melhor empresa neste âmbito entre as 33 que participaram em Espanha e a 136.^a entre as 850 deste *ranking* mundial. Além disso, a empresa ocupa a 12.^a posição na categoria do comércio retalhista, em que entraram apenas quatro empresas espanholas.

2.155
mulheres
executivas



47 %



Laura, Caty, Rubén e José Eduardo, colaboradores do supermercado de Avenida Europa em La Vall d'Uixó, Castellón.



Novo Acordo Coletivo

Em dezembro de 2023, a Mercadona e os representantes dos sindicatos espanhóis União Geral dos Trabalhadores (UGT), Comissões Obreiras (CC.OO.) e do Sindicato Independente (S.I.) assinaram o novo Acordo Coletivo de Empresa para Espanha. Em vigor desde o primeiro dia de 2024, o novo acordo reforça a importância do crescimento partilhado e sustentável, pelo que uma das suas primeiras medidas foi garantir o poder de aquisição da equipa através da equiparação do aumento do salário base ao IPC, até 2,5 %, e, caso seja superior, até um máximo de 6 %, associado aos objetivos de lucro da empresa.

A empresa, que se destaca por oferecer salários muito acima dos existentes no seu setor, garante um salário mínimo inicial em Espanha de 1.553 euros brutos/mês (mais 17 % do que o Salário Mínimo Interprofissional), ao qual se somam, entre outros, os suplementos inerentes à política retributiva da empresa, correspondendo a acréscimos anuais de 11 % até ao último escalão de antiguidade e que representam mais 59 % comparativamente ao Salário Mínimo Interprofissional.

Por outro lado, em Portugal aplica-se o Contrato Coletivo da APED (Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição), que abrange todos os colaboradores do setor e que, no caso da Mercadona, se aplica às 5.300 pessoas com emprego estável e de qualidade que fazem parte da equipa. Nesta linha, a Mercadona garante, em Portugal, um salário mínimo inicial de 1.149 euros brutos/

mês em 12 pagamentos, valor que está 20 % acima do Salário Mínimo Nacional, e que passa para os 1.572 euros brutos/mês ao atingir uma antiguidade de mais de 4 anos, sendo 64 % superior ao Salário Mínimo Nacional.

Em linha com a promoção da conciliação que caracteriza a empresa há vários anos e para impulsionar a corresponsabilidade e a distribuição equilibrada das responsabilidades familiares, a Mercadona assumiu novos compromissos neste âmbito no novo acordo assinado em Espanha. Assim, por exemplo, e tal como fez até agora o pessoal das lojas, os colaboradores das Colmeias (armazéns exclusivos para a preparação e expedição de pedidos *online*) e dos blocos logísticos também poderão descansar oito fins de semana por ano, uma iniciativa que entrará em vigor progressivamente em 2024 e terminará em 2025.

Além disso, vão continuar em vigor todas as medidas que têm sido promovidas há anos neste sentido. Desta forma, os colaboradores que foram mães e pais em 2023 puderam prolongar um mês a sua licença parental legal, tendo assim 20 semanas para o cuidado do bebé, como fizeram, em 2023, um total de 1.826 pessoas; e foi-lhes dada a possibilidade de desfrutar de uma licença para o cuidado dos filhos, opção que foi utilizada por 1.103 pessoas. Todos tiveram também a opção de pedir uma licença para o cuidado de filhos até aos 12 anos de idade; ou para o cuidado de um familiar consanguíneo, neste caso durante cinco anos.

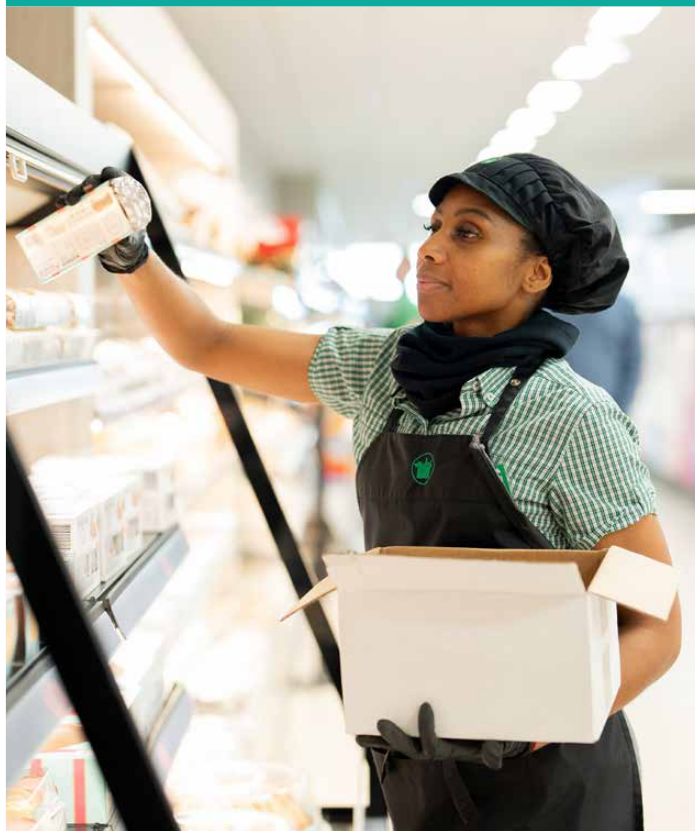
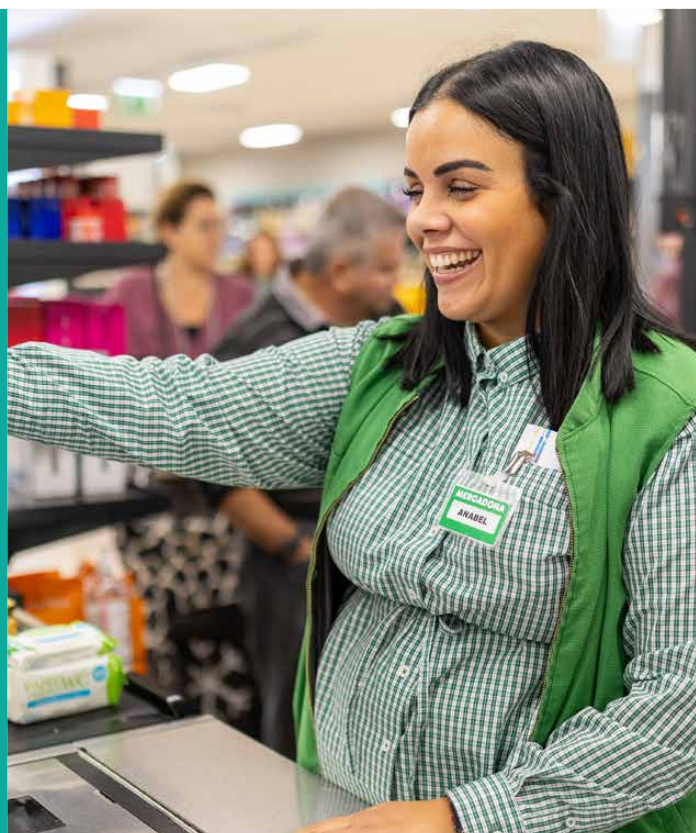
*Aposta na
conciliação*

3.208

pessoas
tiveram licença
parental

14.211

colaboradores
desfrutaram de
jornadas reduzidas



1
2 3

1. Anabel, colaboradora do supermercado de Mercat de Moncada em Moncada, Valência.
2. Sónia, colaboradora do supermercado de Corroios no Seixal, Setúbal.
3. Pablo, colaborador do departamento de informática da Mercadona.

Aposta na formação



A Mercadona está consciente de que as pessoas que compõem a sua equipa são os principais responsáveis pelo sucesso da empresa e que o seu exemplo, esforço e talento são indispensáveis para poder, como é o seu objetivo, satisfazer plenamente “O Chefe”. Por isso, investe na sua formação para melhorar a sua capacitação e aproveitar as suas competências, e confirma, ano após ano, que este esforço também se traduz no desenvolvimento de uma equipa muito mais qualificada, coesa e motivada.

A empresa mantém esta filosofia desde o início, motivo pelo qual a formação das novas incorporações começa com o Plano de Acolhimento no primeiro dia, no qual, além das boas-vindas, é abordado um plano de formação sobre Prevenção de Riscos Laborais e também sobre Segurança Alimentar.

O processo de formação inicial, que se realiza durante os primeiros seis meses após a incorporação, não se limita apenas a fornecer os conhecimentos necessários para desenvolver o trabalho de rotina de cada posto, incluindo também módulos específicos para explicar e aprofundar os princípios elementares da sua cultura corporativa e do seu Modelo de Qualidade Total.

Além disso, e ao longo de toda a sua vida laboral, as pessoas que fazem parte da equipa da Mercadona recebem formação específica associada à melhoria de processos ou à implementação de novas ferramentas, o que lhes permite manterem-se permanentemente atualizadas; ou de caráter geral, mais transversal, em que são transmitidos os movimentos realizados e os resultados alcançados,



Colaboradores durante um curso de formação de “Presunto à Faca” no centro de inovação de Lisboa.

promovendo assim um alinhamento conjunto da equipa e aumentando o seu orgulho de pertença. E, caso seja necessária uma especialização muito específica e concreta, recorre a serviços de formação externos.

Em 2023, a empresa destinou um total de 111 milhões de euros à formação, o que se traduziu num total de 3,4 milhões de horas e numa clara otimização dos recursos pessoais e na melhoria das competências do conjunto da equipa. Neste exercício foi também concluída a implantação do Portal de Formação, com o objetivo de a equipa poder aceder digitalmente a conteúdos didáticos e completá-los de forma autónoma. Isto permitiu formar mais de 70.000 pessoas através de 200.000 sessões.

Além disso, e graças a esta aposta na formação, assim como ao valor e esforço das pessoas que fazem parte da sua equipa, um total de 2.221 colaboradores foram promovidos a postos de maior responsabilidade em Espanha e Portugal, confirmando, mais um ano, que o Projeto Mercadona é um projeto que aposta no talento dos colaboradores e no qual as pessoas têm oportunidades constantes para continuar a crescer pessoal e profissionalmente.

Activo2, plataforma de diálogo

O Activo2, a *app* interna de desenvolvimento próprio, continuou a consolidar-se como uma ferramenta colaborativa fundamental para informar a equipa em tempo real sobre a evolução da empresa, bem como sobre os objetivos que, pouco a pouco, vão sendo atingidos. Em 2023, o Activo2 registou um total de 205 publicações relacionadas com o dia a dia da empresa e com as alterações que iam acontecendo, assim como mais de 300 exemplos divulgados. Além disso, foram alcançadas mais de 12 milhões de visualizações, que suscitaram até 19.500 comentários de natureza muito diversa, o que demonstra que este canal de comunicação interna é um canal vivo, em processo de desenvolvimento e que permite detetar, através do diálogo, oportunidades de melhoria e implementá-las com maior agilidade.

Neste sentido, durante estes doze meses a empresa, através deste canal, conseguiu implementar algumas melhorias, como, por exemplo, a possibilidade de os colaboradores de Portugal imprimirem pessoalmente os certificados de trabalho de que necessitam para qualquer tipo de gestão administrativa; ou, para o conjunto dos colaboradores das lojas e Colmeias, a opção de solicitar as suas férias através desta plataforma.

<p>111 M€ investidos em formação</p>	<p>1.068 € investimento médio por colaborador</p>
<p>3,4 M/horas de formação</p>	<p>2.221 pessoas promovidas</p>

Segurança e higiene no trabalho

Zelar pela saúde e a segurança de todas as pessoas que fazem parte do Projeto Mercadona é uma responsabilidade prioritária para a empresa e um compromisso irrenunciável. Por isso, ano após ano, são destinados importantes recursos para melhorar a prevenção, introduzir avanços e alterações nos processos e oferecer ao conjunto da equipa, independentemente do seu posto de trabalho específico ou do seu desempenho concreto, mais e melhores medidas de segurança laboral e de ergonomia.

Plano de prevenção e serviço de saúde



A Mercadona dispõe de um Sistema de Prevenção próprio, formado por uma equipa de pessoas especializadas que ao longo do ano realizam um trabalho de consciencialização contínua e transversal, tanto em Espanha como em Portugal, centrado em definir como atuar para evitar comportamentos de risco, detetar condições de trabalho perigosas e como agir em situações de emergência.

Através deste sistema, e graças à equipa de mulheres e homens especializados em diferentes responsabilidades médicas e técnicas que o integram, a Mercadona, por um lado, aborda a prevenção dos acidentes de trabalho e das doenças profissionais através de ações preventivas. E, por outro lado, melhora estas condições de trabalho com a integração da segurança e saúde na conceção dos postos de trabalho, como aconteceu, por exemplo, em 2023, com a integração desde o início de importantes avanços em segurança e ergonomia no novo modelo de vendas da secção de peixaria.

Este serviço de prevenção conta com o apoio e a assessoria de peritos externos na matéria,

como os serviços de prevenção da Quirón Prevención, da Previs, da Preving e da Cualtis, que contribuíram no âmbito da vigilância da saúde, da formação, da prescrição de critérios, do desenvolvimento de novos processos e da implementação de diferentes protocolos e iniciativas para minimizar os acidentes de trabalho e doenças profissionais.

Em 2023, a Mercadona prestou assistência à sua equipa neste âmbito através do 3C (Call Center Consulta), formado por 92 profissionais de saúde, formados especificamente para poder dar resposta, 24 horas por dia e 7 dias por semana, a qualquer consulta ou tema relacionado com a saúde. Uma equipa que ao longo do ano recebeu um total de 391.677 consultas, com uma média de 1.073 chamadas diárias. Além disso, a Mercadona tem mantido a vigilância de forma presencial graças ao trabalho do seu serviço de saúde, formado por 94 médicos que atendem diariamente os colaboradores nos seus postos, o que também contribui para a deteção precoce de qualquer possível problema de saúde relacionado ou não com o seu desempenho.

79 avaliações de riscos realizadas	29,42‰* incidência de acidentes de trabalho
44 dias de duração média da baixa	27,6 M€ de investimento na prevenção de riscos laborais

* Índice de incidência = N.º de acidentes com baixa por cada 1.000 colaboradores.

Escritórios de Albalat dels Sorells

Após inaugurar, em 2022, os novos escritórios de Albalat dels Sorells (Valência) com a chegada de 250 pessoas, em 2023 a Mercadona continuou a transferir o pessoal dos escritórios para estas instalações vanguardistas, cujo *design* é da responsabilidade do estúdio ERRE Arquitectura.

De facto, no final do ano, um total de 1.400 pessoas trabalhavam neste novo ambiente laboral que promove a colaboração e o intercâmbio de conhecimento entre as várias partes do processo, favorecendo a execução e a agilidade na tomada de decisões.

Os novos escritórios, que atualmente se encontram na última fase de desenvolvimento e estarão concluídos em 2025 com a construção de um novo centro de inovação, apostam também na eficiência e na sustentabilidade.

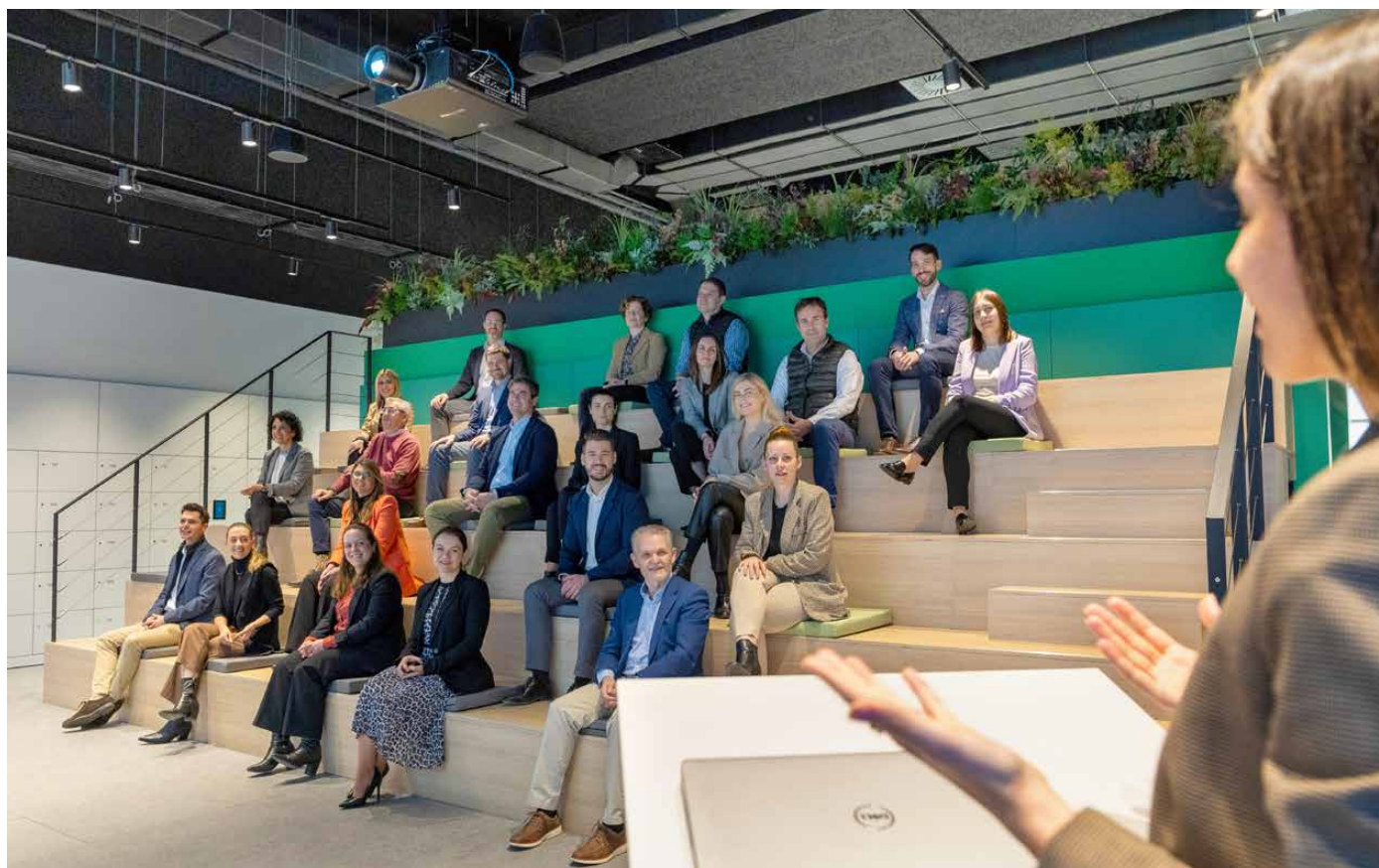
Para isso, contam, por exemplo, com pátios internos ajardinados que contribuem para absorver a poluição e produzir oxigénio, com 380 painéis fotovoltaicos e um sistema inteligente de gestão do edifício para garantir o uso eficiente e racional dos recursos.

1.400

pessoas a trabalhar nos escritórios de Albalat dels Sorells



54 %



Colaboradores da Mercadona na nova praça da Àgora dos escritórios de Albalat dels Sorells, Valência.

O Fornecedor

01

Um objetivo comum: acertar

02

Um modelo responsável

03

Rede logística

04

Exemplos de eficiência e sustentabilidade





Criar um clima de **confiança mútua e liderança partilhada** com os fornecedores e interfornecedores especialistas é o caminho que devemos seguir, combinando os nossos pontos fortes para **avançar para ser Totaler Radical**

Paco, colaborador do fornecedor Vicasol numa das suas estufas em Almeria.

Um objetivo comum: acertar

Para poder satisfazer plenamente “O Chefe” com um sortido eficaz, de qualidade efetiva e a um preço imbatível, a Mercadona mantém uma estreita e constante colaboração com cada um dos fornecedores e interfornecedores especialistas. Uma colaboração baseada na confiança e na especialização em cada produto, com o objetivo de conseguir oferecer aos clientes a possibilidade de acertar ou, o que é o mesmo, de dispor da melhor opção, tanto em qualidade como em preço, para satisfazer qualquer uma das suas necessidades em matéria de alimentação, bebida, higiene pessoal, cuidados do lar e cuidado dos seus animais de estimação.

Estratégias em 2023

O fornecedor ocupa um lugar essencial no processo da brutal transformação com os objetivos claros de se consolidar como Totaler Radical e, através de um sortido eficaz, ser capaz de satisfazer sempre “O Chefe” e dar-lhe a possibilidade de acertar. Para continuar a fortalecer a sua relação com os fornecedores e assim contribuir para consolidar uma vantagem competitiva única baseada na especialização, na liderança partilhada e na confiança, em 2023 decidiu reorganizar o seu departamento de compras, que gere agora a relação com os fornecedores e interfornecedores especialistas a partir de duas direções-gerais.

Desta forma, e depois de cinco anos de trabalho em colaboração com os fornecedores para dar o salto de qualidade que o Modelo da Mercadona exige e para continuar a avançar em direção a uma cadeia de abastecimento ágil, eficiente e sustentável que tanto os fornecedores como os clientes exigem, a Mercadona dispõe agora de uma equipa coesa que assume a responsabilidade de oferecer a melhor solução, com uma qualidade efetiva, para que “O Chefe” possa acertar sempre.

Além disso, a Mercadona, fiel ao seu compromisso anunciado em março de 2022 de repercutir a descida dos custos nos preços de venda ao público, baixou ao longo do ano o preço de 500 produtos. Na maioria dos casos, esta medida teve impacto em alimentos de consumo diário como frescos, lácteos, carnes e produtos de limpeza, entre outros, e foi implementada sem alterar nunca a qualidade efetiva e garantindo a sustentabilidade do conjunto da cadeia alimentar. Do mesmo modo, o esforço realizado permitiu gerar uma poupança superior a 250 milhões de euros em 2023, ano em que a margem comercial da empresa caiu um ponto, dado que demonstra o

esforço que a empresa tem vindo a realizar desde 2020 para mitigar, na medida do possível, o impacto da inflação na cesta de compras.

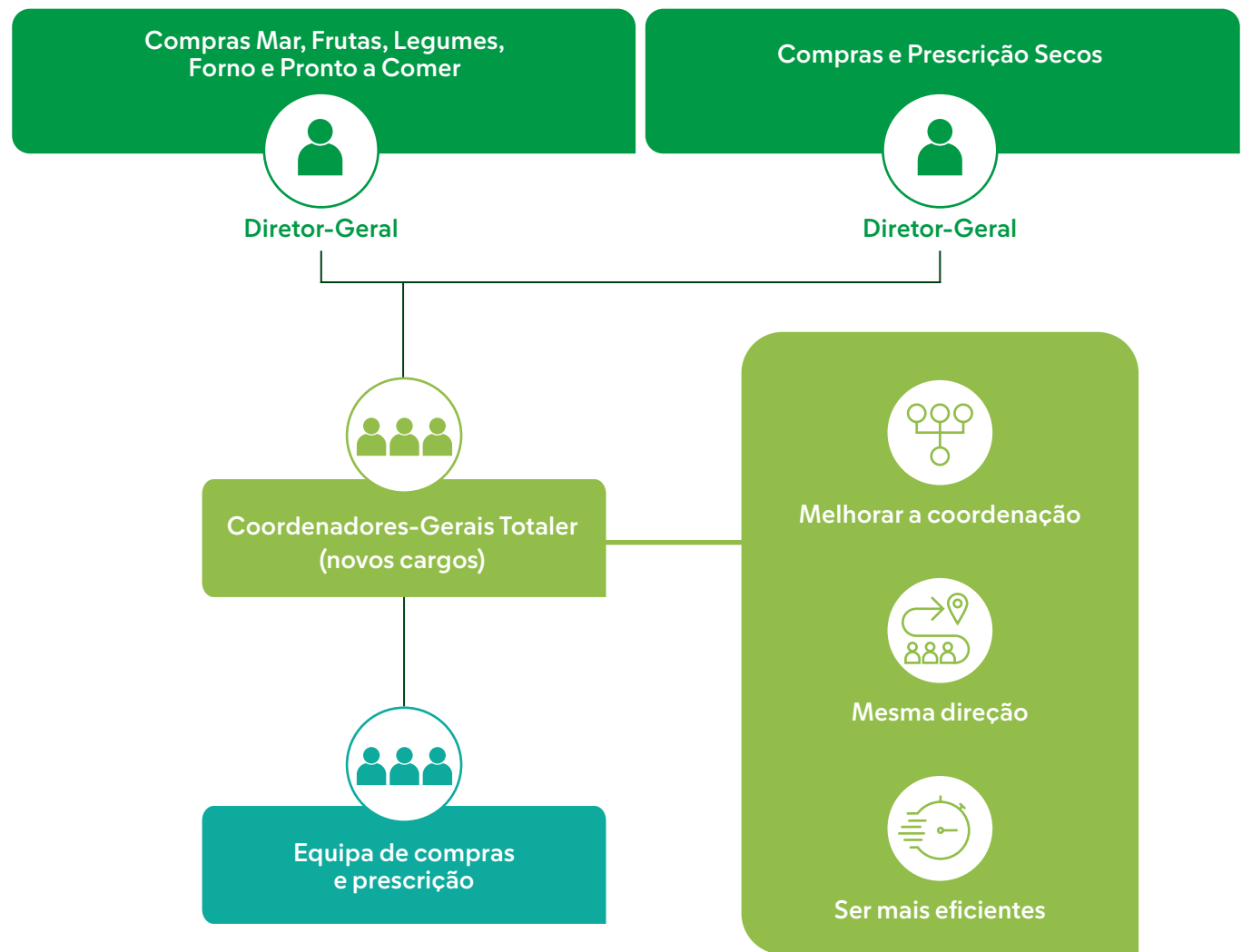
A Mercadona colaborou com fornecedores e interfornecedores especialistas para continuar a melhorar o seu sortido, eliminando produtos que não acrescentavam valor. E ainda, melhorando a qualidade de alguns já estabelecidos, como o doce de pêssego, do fornecedor Alcornia, e o de morango, fabricado pela Iberfruta, que aumentaram a quantidade de fruta e melhoraram o sabor; ou o queijo *provolone*, fabricado pelo especialista Latteria Soresina, que ganhou qualidade na textura e no sabor. E até recuperando algumas referências das quais “O Chefe” tinha saudades porque nenhuma outra satisfazia melhor as suas necessidades, como, por exemplo, a bebida de soja sabor café sem açúcares adicionados do fornecedor Gelasa, ou o produto de limpeza de panelas e tachos do especialista SPB.

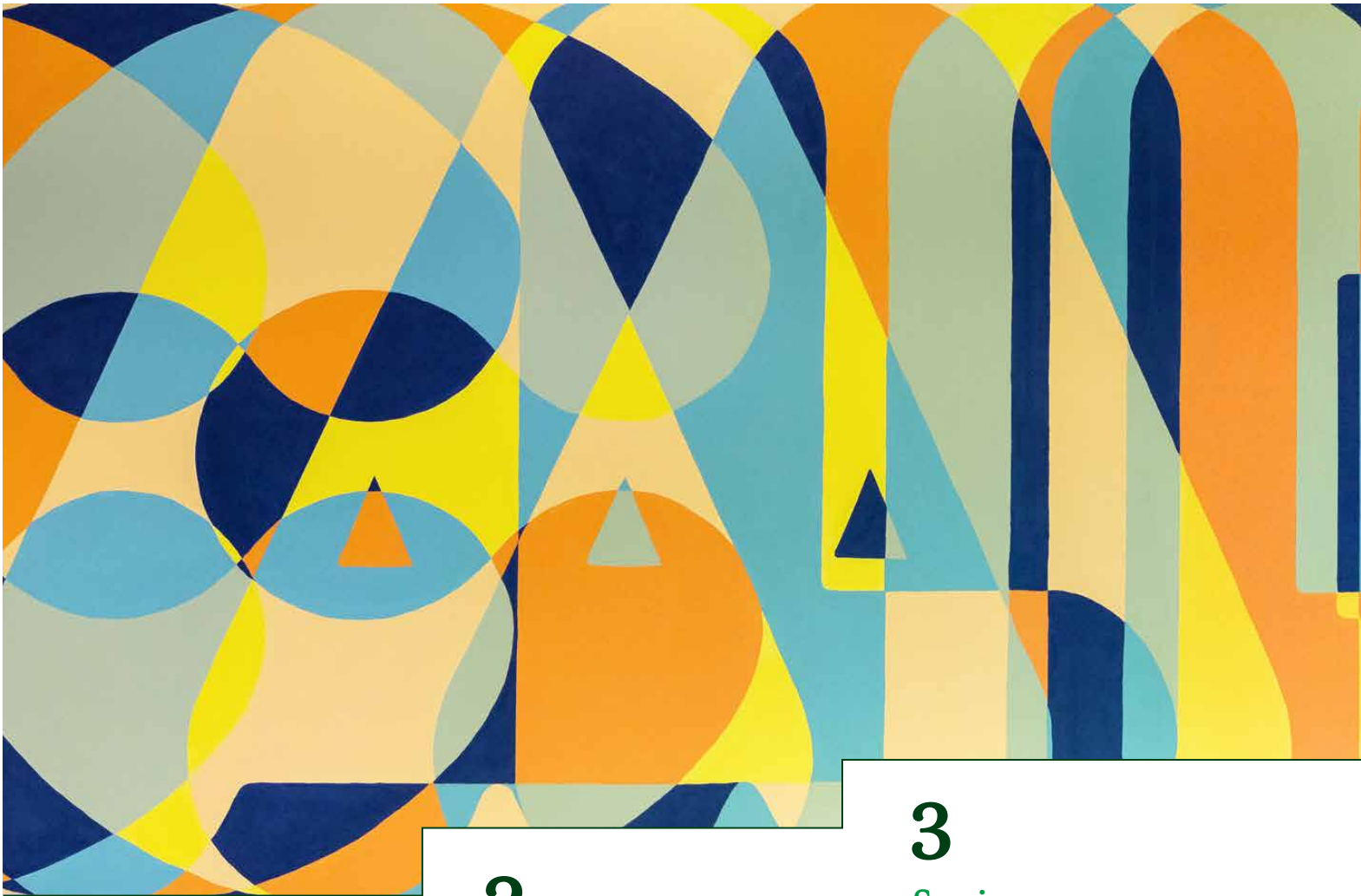
A Mercadona agradece a Guillermo Pérez, Teresa Pol, Francis Alonso e Marga Santos, anteriormente diretores-gerais de compras, a sua dedicação ao longo de todos estes anos, pois foram, continuam a ser e serão peças fundamentais neste processo de transição

Reorganização do departamento de compras



A 2 DIREÇÕES-GERAIS
PARA GANHAR AGILIDADE E ORGANIZARMO-NOS INTERNAMENTE E COM OS FORNECEDORES





1

Sortido

*Eficaz para garantir que “O Chefe” **acerta**, sempre*

2

Qualidade

*Todos os produtos devem garantir **qualidade efetiva com segurança alimentar**, sempre*

3

Serviço

*Garantir ao “Chefe” **ter sempre o produto de que necessita***

OBJETIVO





4

Preço

Assegurar sempre em cada produto um preço imbatível

5

Rentabilidade

O ganho mútuo para a Mercadona e o Fornecedor

6

Melhoria contínua

*Trabalho constante para continuar a rever, a melhorar e potenciar sempre o crescimento de uma forma **socialmente responsável***

3.000

fornecedores e interfornecedores especialistas de produto

TOTALER RADICAL

Produtos Totaler

Avançar para ser Totaler Radical com os fornecedores e interfornecedores especialistas, em que radical significa fazê-lo sempre para ter um **Sortido Eficaz** com **qualidade efetiva**

Um modelo responsável

A Mercadona mantém com os fornecedores e interfornecedores especialistas um modelo de relação responsável. Por isso, o nosso interesse não se centra só na qualidade efetiva, na segurança alimentar e no preço imbatível. Também coloca no mesmo nível de exigência a ética na sua atividade, o que implica manter alguns critérios de produção sustentáveis, orientados para a responsabilidade social e ambiental, um compromisso total com a defesa dos direitos humanos, uma aposta nas boas práticas no âmbito do bem-estar animal, da pesca e da agricultura sustentáveis, e algumas estratégias comuns que procuram o crescimento partilhado e a geração de valor para a sociedade.

Direitos humanos e boas práticas



*Pautas de Conduta
Ética para
Fornecedores*

A Mercadona mantém um firme compromisso com o respeito pelos direitos humanos ao longo de toda a sua cadeia de valor. Consciente dos possíveis impactos que a sua atividade pode gerar, assume como responsabilidade o compromisso de garantir um trabalho digno, livre de discriminação e de exploração em todos os elos da sua cadeia de valor.

Fruto deste compromisso, a empresa exige o cumprimento de algumas Diretrizes de Conduta Ética para Fornecedores, que partilha com todos os fornecedores com os quais colabora. Estas diretrizes estão alinhadas com os princípios do Pacto Mundial das Nações Unidas e com as Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e traduzem-se na exigência de um firme compromisso em matéria de direitos humanos e ética laboral, segurança e higiene no trabalho, ambiente e sustentabilidade, assim como a promoção da igualdade em qualquer país em que opere. Em caso de incumprimento, a Mercadona reserva-se o direito de finalizar a relação comercial de forma imediata, após prévia comunicação por escrito ao fornecedor.

Do mesmo modo, a Mercadona trabalha numa estratégia global para continuar a avançar no conhecimento, prevenção, mitigação e resposta perante os riscos e impactos dos direitos humanos na sua cadeia de valor.

Neste âmbito, é também importante destacar a adesão da empresa, há alguns anos, ao Código de Boas Práticas Comerciais na Contratação Alimentar. Através deste acor-

do voluntário, impulsionado pelo Ministério da Agricultura, Pesca e Alimentação espanhol (MAPA), que se enquadra na Lei de Medidas para Melhorar o Funcionamento da Cadeia Alimentar em Espanha, a Mercadona reforça o seu compromisso com a introdução e a consolidação de práticas comerciais justas no setor agroalimentar, objetivo para o qual colabora com inúmeras associações do conjunto da cadeia agroalimentar neste país.

Além disso, desde 2019, a Mercadona mantém em Portugal um compromisso idêntico, neste caso através do Código de Boas Práticas na Cadeia Agroalimentar, do qual é signatária. Graças a este, colabora com os restantes participantes para introduzir melhorias na relação comercial entre os agentes económicos, um objetivo fundamental para garantir um equilíbrio e cooperação desejáveis entre as diferentes partes envolvidas, não apenas em defesa dos seus interesses, mas também em defesa dos consumidores.

Bem-estar animal

A Mercadona dispõe de uma Política de Bem-estar Animal própria que se fundamenta nos princípios da Organização Mundial de Saúde Animal (OIE) sobre Bem-estar Animal. Através desta política tem como objetivo garantir o cumprimento das “cinco liberdades fundamentais” dos direitos dos animais: livres de fome e sede; de desconforto; de medo e angústia; para exprimir o seu comportamento normal; e de dor, ferimentos e doença.

Neste quadro de ação, há alguns anos que a empresa, tanto através da Mercadona como da Irmãdona, garante que toda a sua carne fresca, ovos e leite provêm de fornecedores certificados em normas reconhecidas e aprovadas de bem-estar animal, tanto na fase de exploração, como durante o transporte e posterior abate.

Além disso, a Mercadona trabalha para introduzir melhorias constantes neste âmbito, como, por exemplo, o compromisso para 2025 com o qual vai conseguir que 100 % dos ovos frescos comercializados nas lojas de Espanha e Portugal sejam de galinha criadas no solo em sistemas não combinados. Mais um passo na política sustentável com a qual já consegue, atualmente, oferecer referências de ovos de galinhas criadas no solo, concretamente criadas ao ar livre e no solo, em toda a cadeia.

O compromisso com o bem-estar animal da Mercadona vê-se igualmente refletido na responsabilidade que os seus fornecedores assumem nesta matéria. No caso dos fornecedores de carne e de leite, estão há vários anos envolvidos nos Planos Nacionais de Resistência aos Antibióticos (PRAN), impulsionados pela Agência Espanhola do Medicamento e pelo Ministério da Saúde espanhol; enquanto os fornecedores com centros de abate contam com sistemas de gravação e armazenamento de imagens nas suas instalações com o objetivo de assegurar as boas práticas. Além disso, os fornecedores de cosméticos da marca Deliplus também promovem o bem-estar animal, o que, aplicado à sua atividade, se traduz em várias medidas, como garantir que nenhum dos seus produtos foi testado em animais.



Vacas a pastar num dos prados do fornecedor Covap em Pozoblanco, Córdoba.

Agricultura sustentável



A Mercadona dispõe de um sistema de gestão responsável da agricultura baseado numa maior sustentabilidade e cuidado do ambiente, assim como na concretização de uma economia circular rentável. Consciente de que a agricultura sustentável é uma necessidade ética, social, económica e ambiental irrenunciável, colabora estreitamente com os fornecedores deste setor, não só para garantir a segurança alimentar nestes produtos, mas também para promover ecossistemas saudáveis e apoiar a gestão sustentável da terra, da água e dos recursos naturais.

Desta forma, e com o objetivo de melhorar a sustentabilidade dos produtos agrícolas que oferece aos clientes nos seus supermer-

cados, o sistema de gestão responsável da agricultura da Mercadona está alinhado com os requisitos regulamentares europeus que promovem processos de fabrico eficientes e verificados através de sistemas de certificação reconhecidos internacionalmente.

Graças a esta defesa da sustentabilidade, a cadeia agroalimentar da Mercadona reforça-se ano após ano no setor agrícola, tanto em Espanha como em Portugal, com iniciativas concretas que demonstraram ser garantia de futuro. Este é, por exemplo, o caso da Surfruit, que colabora desde 2021 com a empresa. A sua aposta na qualidade e o seu compromisso com o ambiente, através do desenvolvimento de um plano integral de sustentabilidade comprovado através das



Vinha do fornecedor Sociedade dos Vinhos Borges em Felgueiras, Porto.

principais certificações no seu segmento, de que já dispõe, fizeram deste fornecedor um operador estratégico muito importante para a evolução da toranja e do abacate em Espanha, com o ambicioso objetivo de se tornar no principal produtor desta fruta em toda a Europa.

No caso de Portugal, destaque, por exemplo, para o trabalho realizado pelo fornecedor Vinhos Borges, que produz cinco vinhos exclusivos para o sortido da empresa: Castelo de Moinhos Vinho Verde e Vinhos Espumantes Secos, Semi secos, Brut e Rosés. Desde 2019, ano em que teve início a sua colaboração com a Mercadona, este fabricante especialista, com sede em Felgueiras (Porto), não tem parado de crescer. E com isso, não só dá aos “Chefes” a oportunidade de desfrutar de uma variedade de vinhos frescos e vibrantes que são consumidos principalmente durante as épocas quentes do ano, mas, graças à relação baseada no longo prazo, está a tornar-se também num motor social e económico das regiões portuguesas em que está presente ao associar-se a dezenas de agricultores locais aos quais, em virtude de um modelo de estabilidade e compromisso, adquire as uvas para a produção dos seus diversos vinhos.

Pesca sustentável

A Mercadona é signatária do Pacto Mundial da Organização das Nações Unidas desde 2011 e trabalha para contribuir para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que têm impacto na sua atividade. No caso da pesca, e consciente de como as alterações climáticas afetam a biodiversidade e os oceanos, promove há vários anos a sustentabilidade tanto no âmbito da pesca extrativa como no da aquicultura, o que se traduz numa colaboração estreita e direta com os fornecedores e interfornecedores especia-

listas para garantir o cumprimento da legislação em vigor e da Política de Compra de Produtos da Pesca (PCPP).

Neste sentido, impulsiona inúmeras medidas de carácter sustentável, como, por exemplo, o estabelecimento de um sistema de monitorização da rastreabilidade desde o ponto de captura até à sua venda ou a criação de protocolos de medidas de controlo que respeitem tamanhos mínimos, paragens biológicas e períodos de defeso. Além disso, a Mercadona promove produtos de aquicultura sustentável através de padrões de boas práticas reconhecidos internacionalmente, o que implica, entre outros fatores, e eliminação do seu sortido de espécies ameaçadas, em perigo de extinção ou provenientes de ecossistemas seriamente ameaçados.

Um claro exemplo do seu compromisso com a pesca sustentável é a colaboração da Mercadona com o fornecedor Ecurís e com a International Seafood Sustainability Foundation (ISSF), com a qual se garante a total proveniência do atum em conserva Hacendado de bancos de pesca responsáveis e sustentáveis. Do mesmo modo, e graças ao trabalho desenvolvido com o especialista Leroy Seafood, a empresa garante que o salmão fresco vendido na sua secção de peixaria provém de viveiros que foram certificados em segurança alimentar, ambiente e bem-estar animal.

Neste sentido, também a Irmãdona aposta na sustentabilidade da pesca, como demonstra o facto de ser membro, desde 2022, da iniciativa “Comprovativo de Compra em Lota”. Criado em 2010 pela Docapesca, este projeto promove a implementação de medidas que permitam uma remuneração mais justa ao pescador e, paralelamente, uma alimentação saudável com produtos frescos e de proximidade.



*Política de
Compra de
Produtos
da Pesca*



Crescimento partilhado

O Projeto Mercadona é uma realidade que, ano após ano, gera importantes retornos para toda a cadeia de montagem, para o conjunto da sociedade e, especialmente, para os meios em que desenvolve a sua atividade e tem presença direta.

Uma realidade que, no que diz respeito ao fornecedor, se traduziu na consolidação de um ecossistema que impulsiona o crescimento e o desenvolvimento, e na criação e promoção de um poderoso *cluster* industrial de referência no setor da distribuição generalista: um ecossistema empreendedor em que a qualidade e a segurança alimentar são fatores indispensáveis; que aposta na inovação e no intercâmbio de conhecimentos como motores de transformação e crescimento; que desenvolve a sua atividade de forma sustentável e comprometida com o ambiente; e que está focado em oferecer a melhor solução ao “Chefe” para que possa acertar sempre.

E tudo isto aliado a uma filosofia de trabalho colaborativa, baseada em relações de confiança e orientada para o crescimento conjunto, num meio em que todos os elos saem sempre a ganhar.

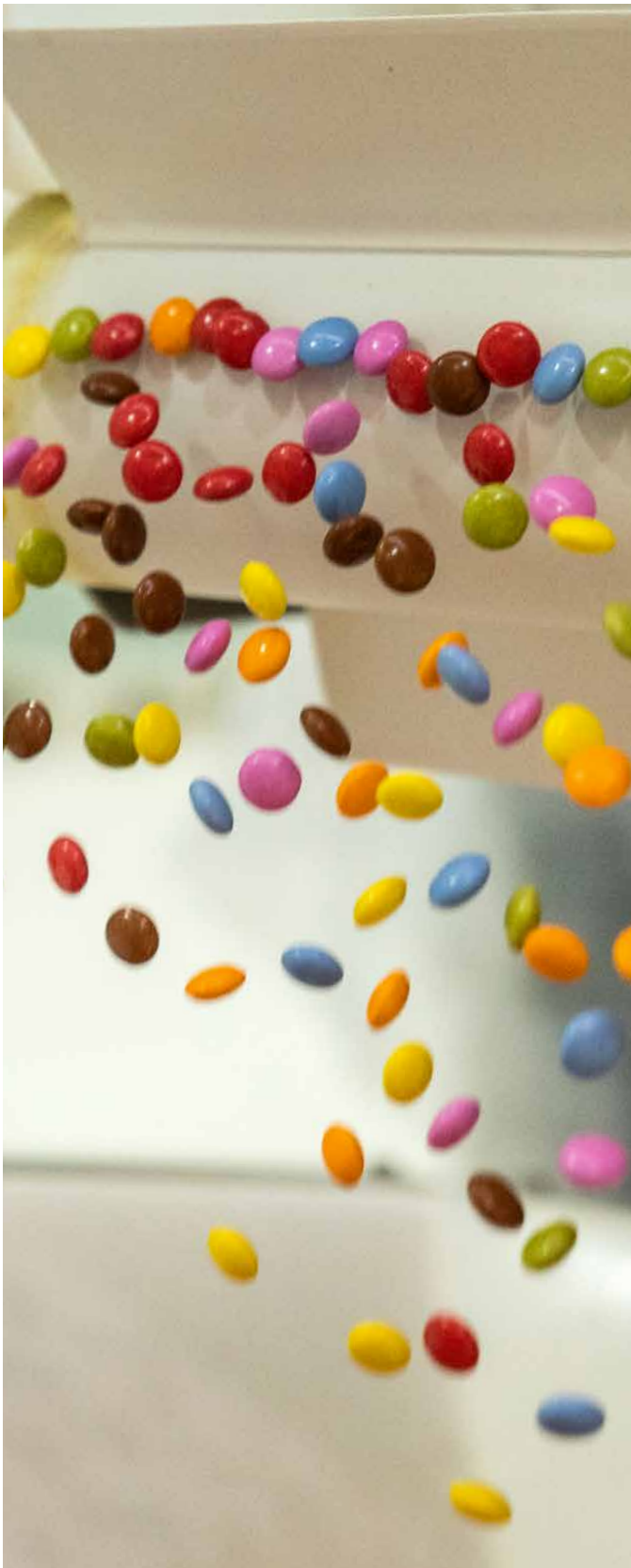
Neste contexto, em 2023, a Mercadona colaborou com 3.000 fornecedores de produto e mais de 14.000 fornecedores não comerciais e de serviços, entre os quais se encontram 350 transportadores. Graças à colaboração e compromissos adquiridos entre todos, foi possível continuar a impulsionar um projeto que continua a crescer, que aposta no longo prazo e que, durante estes doze meses, gerou um volume total de compras de 28.320 milhões de euros em

Espanha e Portugal, 27.142 a fornecedores espanhóis e 1.178 a portugueses, valor global que representa um aumento de 22 % relativamente a 2022.

Paralelamente, a empresa, e com o objetivo de ter sempre a melhor opção para os seus “Chefes”, está presente em 13 países, além de Espanha e Portugal. Nestes países, 37 pessoas, a partir da origem, trabalham com os melhores fornecedores e interfornecedores especialistas para reforçar o sortido e o serviço da Mercadona.

Também mantém aberta uma delegação permanente em Bruxelas, o que lhe permite ter uma maior visibilidade e poder partilhar e explicar melhor perante as instituições europeias, e na primeira pessoa, tanto o seu modelo de negócio como a sua forma diferenciadora de entender a distribuição.

***A Mercadona
aumentou 22 % o
volume de compras
realizadas aos
fornecedores com
os quais colabora,
atingindo os 28.320
milhões de euros***



“Pintarolas” do fornecedor Imperial na sua fábrica em Vila do Conde, Porto.



Linha de produção do fornecedor Huevos Guillén no seu centro de classificação e embalagem de Perales del Alfambra, Teruel.

Rede logística

A Mercadona dispõe de uma eficiente rede logística de 1,4 milhões de metros quadrados distribuídos por 17 blocos logísticos, mais um em construção em Almeirim (Santarém), 2 armazéns satélite, 2 armazéns reguladores e 1 armazém de material. Através desta rede, abastece os 1.681 supermercados da empresa (1.632 em Espanha e 49 em Portugal), graças ao envolvimento e trabalho de uma equipa de mais de 13.000 pessoas, cuja especialização e profissionalismo são indispensáveis para poder garantir diariamente a eficiência e estabilidade da cadeia de abastecimento.

17
blocos
logísticos
(1 em construção)

1,4
milhões
de metros
quadrados

A empresa, consciente do impacto gerado por uma atividade logística com tanto volume e capilaridade como esta, mantém um compromisso constante com a eficiência e a sustentabilidade. Isto implica uma procura constante de medidas que deem prioridade à otimização e que minimizem o consumo de recursos. Por outro lado, esta tarefa traduz-se na implementação de medidas pioneiras de economia circular, na incorporação de novos processos de automatização, no teste e aplicação de iniciativas “verdes” ou na estreita colaboração com os fornecedores logísticos para impulsionar estratégias que permitam combinar a eficiência com o respeito ambiental e a convivência com os seus vizinhos.

Para poder enfrentar todos estes desafios, a Mercadona, ano após ano, destina importantes recursos à modernização da sua rede logística. Concretamente, em 2023, investiu um total de 276 milhões de euros, que foram destinados tanto à dotação de equipamentos como à inclusão de melhorias ou à aquisição de terrenos.

Assim, por exemplo, durante estes doze meses o maior esforço de investimento foi realizado no bloco logístico de Almeirim, um ativo situado no distrito português de Santarém, num parcela com mais de 440.000 metros quadrados, e ao qual se destinaram 155 milhões de euros. Graças a isso, continuou-se a progredir, juntamente com os 25 fornecedores especialistas portugueses envolvidos no projeto, na construção dos armazéns de secos, refrigerados, perecíveis, congelados e dos edifícios destinados a serviços gerais e escritórios.

Ao mesmo tempo, a empresa realizou importantes avanços no seu bloco de Guadix, em Granada, onde, após ter investido 24,8 milhões de euros, em 2023, continuou com as obras da nave para produtos refrigerados, iniciadas em 2022. Do investimento, destaca-se a instalação de 30.000 metros quadrados de painéis fotovoltaicos com 4,3 MW de potência, valor que representou uma poupança de 25 % no consumo elétrico deste bloco logístico e uma redução das emissões de CO₂ de 680 toneladas.

Outro dos blocos logísticos em que foram realizadas melhorias ao longo do ano foi o de Vitória, onde foram investidos 4 milhões de euros na ampliação da nave de peixe. Por outro lado, a implementação da energia fotovoltaica está a ser realizada em grande parte dos blocos logísticos desde 2023. Nomeadamente, nas províncias de Barcelona, Sevilha, Valência, Saragoça, Leão e Vitória.

No âmbito da estratégia de transformação digital da Mercadona, está em curso a atualização dos programas de gestão logística de todos os armazéns e foram renovados os equipamentos físicos dos blocos logísticos de Antequera (Málaga) e Huévar (Sevilha). Estas ações representaram um investimento de 1,4 milhões de euros e contribuem para evitar a obsolescência no âmbito informático.

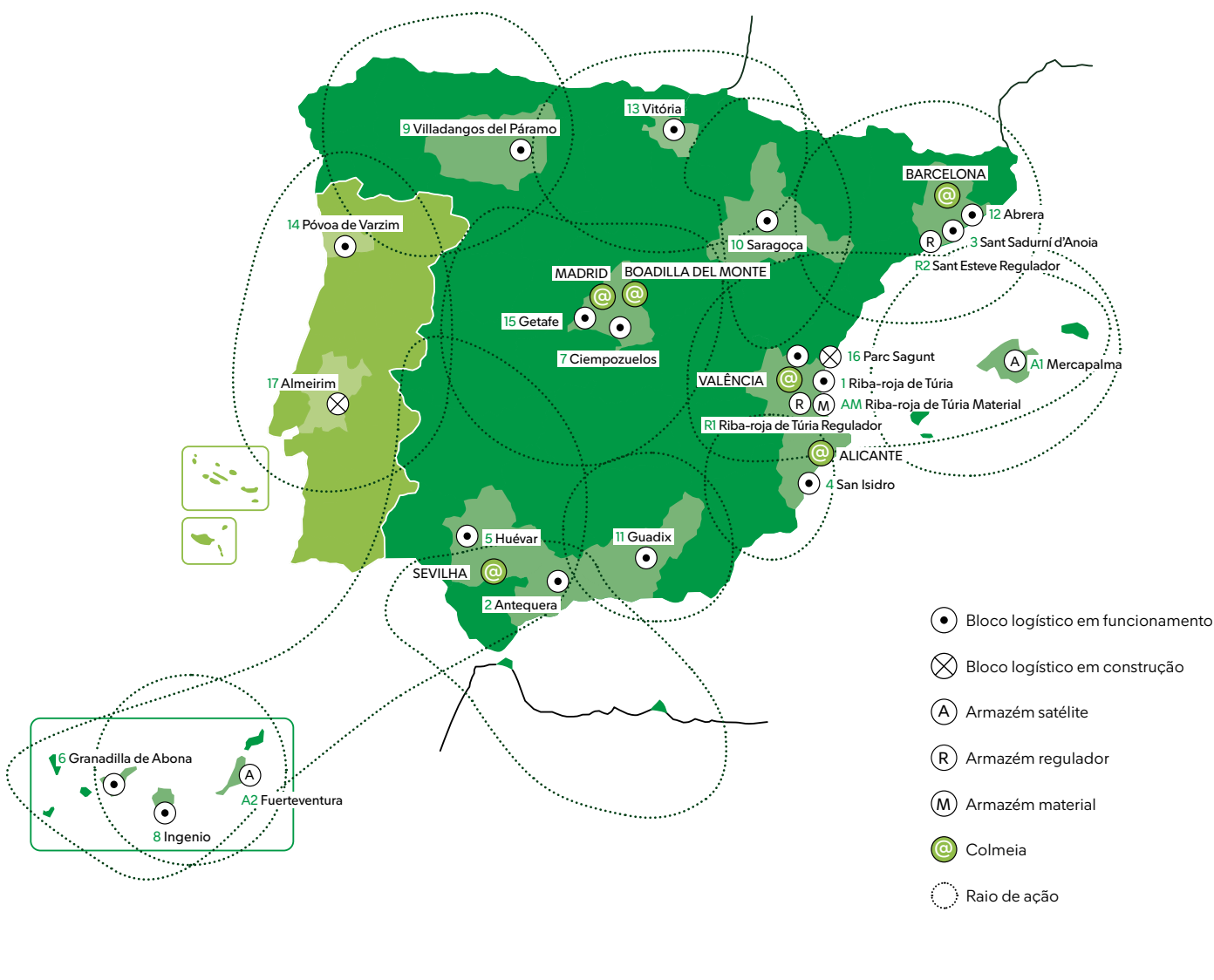
Por outro lado, é importante lembrar a tarefa realizada pelos colaboradores do bloco logístico de Riba-roja de Túria (Valência), em cujas instalações houve um incêndio no passado mês de julho. Apesar da gravidade do sinistro, que exigiu a mobilização de vários

efetivos, de sete equipas do Consórcio Provincial de Bombeiros e de três unidades de comando, foi possível controlar o incêndio e realizar as tarefas de vigilância pertinentes para evitar a sua propagação, permitindo assim que as restantes naves anexas pudessem manter o serviço. A empresa agradece o esforço e a dedicação tanto dos corpos de bombeiros e de segurança, como da equipa de saúde laboral da empresa, uma vez que o seu profissionalismo e a célere resposta permitiram a rápida evacuação de todos os colaboradores, evitando assim danos pessoais. Graças ao esforço de toda a equipa deste armazém, assim como ao de toda a cadeia de montagem envolvida, foi possível minimizar o impacto para os “Chefes”.

A Mercadona investiu em 2023 um total de 276 milhões de euros em ações, equipamento e aquisição de terrenos para os seus armazéns



O compromisso de todas as pessoas do bloco logístico de Riba-roja de Túria, em Valência, permitiu minimizar o impacto do incêndio no armazém de secos no passado dia 5 de julho de 2023.



- Bloco logístico em funcionamento
- ⊗ Bloco logístico em construção
- (A) Armazém satélite
- (R) Armazém regulador
- (M) Armazém material
- @ Colmeia
- Raio de ação

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1 RIBA-ROJA DE TÚRIA, Valência 2 ANTEQUERA, Málaga 3 SANT SADURNÍ D'ANOIA, Barcelona 4 SAN ISIDRO, Alicante 5 HUÉVAR, Sevilha 6 GRANADILLA DE ABONA, Tenerife (Santa Cruz de Tenerife) 7 CIEMPOZUELOS, Madrid 8 INGENIO, Gran Canária (Las Palmas) 9 VILLADANGOS DEL PÁRAMO, Leão 10 SARAGOÇA, Saragoça 11 GUADIX, Granada 12 ABRERA, Barcelona 13 VITÓRIA, Álava 14 PÓVOA DE VARZIM, Porto 15 GETAFE, Madrid | <ul style="list-style-type: none"> 16 PARC SAGUNT, Valência 17 ALMEIRIM, Santarém (em construção) A1 MERCAPALMA, Palma (Ilhas Baleares) A2 FUERTEVENTURA, Fuerteventura (Las Palmas) R1 RIBA-ROJA DE TÚRIA REGULADOR, Valência R2 SANT ESTEVE REGULADOR, Barcelona AM ARMAZÉM MATERIAL RIBA-ROJA DE TÚRIA, Valência <p>COLMEIAS (armazém online)</p> <ul style="list-style-type: none"> VALÊNCIA BARCELONA MADRID ALICANTE SEVILHA BOADILLA DEL MONTE, Madrid |
|---|---|



Vista aérea do bloco logístico de Almeirim, Santarém, em construção.

Exemplos de eficiência e sustentabilidade

No âmbito desta aposta na eficiência e na sustentabilidade, a Mercadona colabora estreitamente com todos os seus fornecedores e interfornecedores especialistas para procurar fórmulas que permitam reduzir tanto quanto possível o impacto da sua atividade, através de



Blocos logísticos

Graças ao investimento para otimizar a rede logística, foi possível reduzir o *stock* em dois dias.

Linha de higiene para bebés

Eliminação da cavilha de segurança, que representou uma poupança de 1,6 toneladas de plástico por ano.



Copos de gelado

Substituição das tampas de plástico por tampas de cartão, movimento que representou uma poupança de 90 toneladas de plástico.

Papel higiénico

Incorporou-se o plástico reciclado na película agrupadora, o que permitiu poupar 421 toneladas anuais de plástico virgem.



iniciativas baseadas na filosofia de “produzir mais com menos recursos”. Isto implica um trabalho constante na otimização de processos e no aproveitamento das capacidades para gerar, nas diferentes áreas, a maior eficiência possível.

Cítricos e fruta de caroço

O fornecedor especialista Martinavarro desenvolveu um novo sistema de reaproveitamento de água com o qual conseguiu poupar 11 % do consumo de água.



Combinado de frutos secos, frutas secas e sementes de abóbora

A embalagem em formato frasco foi substituída por um formato saco, o que representa uma poupança de 56 toneladas de plástico anuais.

Gelatinas

O tamanho das caixas de cartão foi reduzido em toda a gama de produtos, diminuindo o volume de cartão em 19 toneladas.



Frascos de pastilhas elásticas

Ajuste do tamanho do frasco ao conteúdo do produto, resultando numa redução de 40 toneladas de plástico por ano e 1 camião por semana no processo de transporte do produto.

A Sociedade

01

Gestão ambiental

02

Compromissos com a sociedade

03

Reconhecimentos





A Mercadona envolve-se com A Sociedade para criar e construir um modelo de negócio que aumente o **impacto positivo** no meio e no planeta. Só assim a sociedade valorizará a necessidade de **ter, dia após dia, mais e melhores empresas**

Entrada do supermercado de Baena, Córdoba.

Gestão ambiental

A Mercadona considera o ambiente como mais um subcomponente do seu modelo empresarial e realiza, através do seu Sistema de Gestão Ambiental, constantes esforços para otimizar o uso dos recursos naturais e reduzir ao mínimo o impacto que a sua atividade gera nos vários meios em que está presente. Graças ao trabalho de uma equipa formada por cerca de 50 profissionais, na qual também está envolvido, de forma transversal, o resto da empresa, tem identificado e analisado os possíveis focos de risco e centra os seus esforços em minimizar as emissões de gases com efeito de estufa, o consumo de água, a descarga de águas residuais, a geração de resíduos e o consumo de matérias-primas. Do mesmo modo, continua a avançar na implantação de sistemas de prevenção e gestão destes impactos para cumprir o seu compromisso de “continuar a dizer sim a cuidar do planeta”, em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) promovidos pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Poluição e alterações climáticas



Em 2023, a Mercadona realizou e verificou o cálculo da sua pegada de carbono de acordo com a norma ISO 14064. Assim, conseguiu certificar através da AENOR uma redução de 38 % das emissões desde 2015 até 2022, tanto para as emissões e remoções diretas de gases com efeito de estufa, como para as emissões indiretas por energia importada. Além disso, e ao mesmo tempo que a empresa aumentava a sua atividade durante estes doze meses, com um crescimento de 5 % em *quilitros*, continuou a trabalhar para minimizar o seu impacto que, no caso das emissões, se traduziu numa redução líquida de 1 % relativamente ao ano anterior.

Para isso, a empresa tem trabalhado em diferentes âmbitos, como na redução da fuga de gases refrigerantes para a atmosfera, das emissões derivadas do transporte de mercadorias ou das do consumo de eletricidade. Para o primeiro dos casos, por exemplo, trabalhou durante os últimos anos para implantar sistemas de frio industrial em lojas com tecnologias com recurso a gases refrigerantes respeitadores do ambiente, principalmente baseados em CO₂ transcrito, assim como medidas de deteção de fugas que, no seu conjunto, permitiram, desde 2015, uma redução de 226.055 tCO₂e.

Por outro lado, no caso da redução das emissões derivadas do transporte, a Mercadona continuou a apostar em “transportar mais com menos recursos”. Para isso, a frota contratada é 100 % formada por modelos EURO VI, mais amigos do ambiente.

Nomeadamente, a empresa tem uma frota contratada para a distribuição às lojas e carga nos fornecedores que, em 2023, dispunha de 4 camiões elétricos e 99 camiões a gás, dos quais 81 são a gás natural liquefeito e os restantes 18 a gás natural comprimido. Da mesma forma, conta com o apoio de 8 reboques duplos e 40 megarreboques, bem como com o das 11.500 cargas realizadas por comboio durante estes doze meses, o que sem dúvida contribuiu para a redução das suas emissões. Além disso, a frota própria de carrinhas de distribuição dos pedidos *online* e da telecompra, disponíveis em Espanha, é bifuel, o que reduz o consumo de combustível, e conta também com um total de 383 carrinhas micro-híbridas.

Todas estas medidas permitiram à empresa continuar a avançar com o Plano de Ação Lean&Green Espanha, com resultados concretos que elevam para 173.934 as toneladas de CO₂e que deixou de emitir desde 2015. Além disso, em Portugal aderiu ao projeto da Descarbonização do Setor da Distribuição, uma iniciativa desenvolvida pela APED.

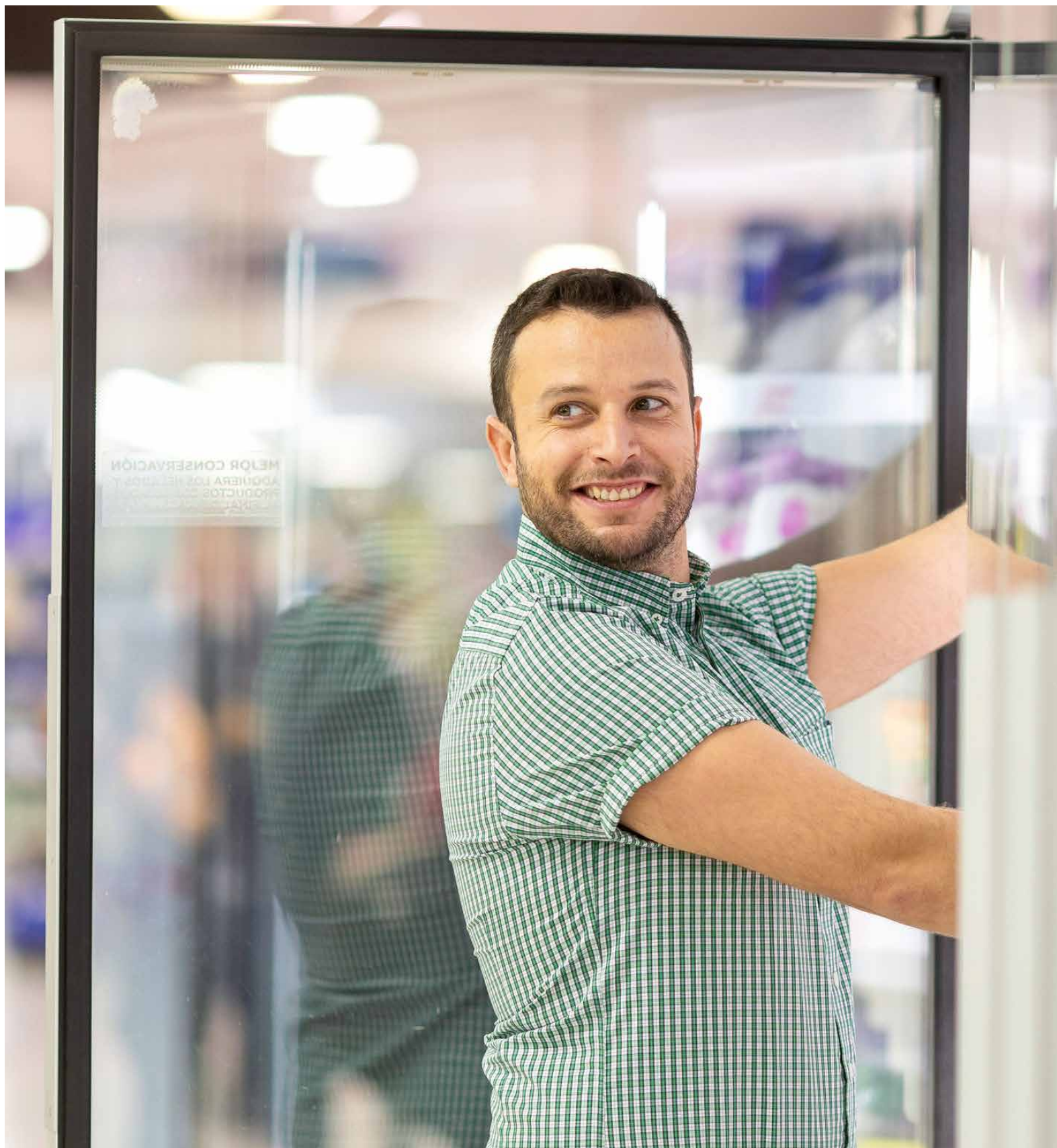
Para o terceiro dos pilares, o da redução do consumo de eletricidade, a Mercadona continuou a impulsionar iniciativas de poupança, como, por exemplo, as decorrentes da sua aposta no Novo Modelo de Loja Eficiente (Loja 8), que incorpora inúmeras medidas de eficiência energética, tanto através dos sistemas de refrigeração usados, muito mais eficientes, como através da normalização da iluminação LED, medida também implementada nos blocos logísticos, ou da gestão inteligente dos consumos e das melhorias no isolamento dos edifícios. Além disso, durante estes doze meses, continuou a apostar nas energias renováveis, o que lhe permitiu evitar, no último ano, a emissão para a atmosfera de 267.947 tCO₂e.

No âmbito da proteção e respeito pelo ambiente, a Mercadona está imersa no desenvolvimento do seu segundo plano de emissões, que se enquadra na estratégia para a descarbonização dos processos da empresa definida para 2050. Após ter atingido uma redução de 38 % em 2023, desde o ano de 2015, a meta é conseguir mais 30 % em processos próprios até 2030, através de várias iniciativas, como a instalação de painéis fotovoltaicos nas lojas, medidas de eficiência energética nas instalações, a progressiva eliminação dos HFCs como refrigerantes até à instalação de sistemas de geração de frio por CO₂ transcrito, à gestão inteligente da frota de transporte ou à compra de energia verde nos contratos de fornecimento elétrico.

<p>99 camiões movidos a gás</p>	<p>4 camiões elétricos</p>	<p>11.500 cargas realizadas por comboio</p>
--	---	--



Detalhe de um camião elétrico do fornecedor Disfrimur.



Javier, colaborador do supermercado de Paseo de las Delicias em Madrid.

2022*	2023**
Emissões totais (toneladas de CO ₂)	
763.542	761.592
Varição anual de emissões (toneladas de CO ₂)	
6.277	-1.950
Intensidade das emissões (tCO ₂ e/M. de QLT venda)	
58,88	55,89
Emissões por fugas de gases fluorados (tCO ₂ e/M. de QLT venda)	
11,87	10,58
Emissões diretas por transporte de mercadorias (KgCO ₂ e/m ³ servido em loja)	
7,26	7,37
Emissões de substâncias destruidoras do ozono	
A empresa não utiliza substâncias que destruam o ozono	

* Dados 2022 verificados segundo a norma ISO14064.

** Dados 2023 provisórios pendentes de verificar.



AENOR
Confía

Certificado Huella de Carbono

AENOR
HUELLA DE CARBONO
CO₂ CALCULADO

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

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

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

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

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

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

Emisión: 2023-09-12

Rafael GARCIA MEIRO
CEO

AENOR INTERNACIONAL S.A.U.
Genova, 6. 28004 Madrid, España
Tel 91 432 60 00 - www.aenor.es

Certificado do cálculo da Pegada de Carbono da Mercadona do ano 2022, emitido pela AENOR.

Economia circular



*Mais informação
sobre o ambiente*

A Mercadona realiza importantes esforços para impulsionar um modelo de gestão baseado na produção e no consumo responsáveis, que passa pela otimização dos seus processos, maximizando o valor dos produtos, materiais e recursos, com o objetivo de os poder manter no circuito da economia durante o maior tempo possível e, assim, garantir o seu máximo aproveitamento. Também tem o objetivo de reduzir a geração de resíduos sempre que for possível. E quando não é possível, procura soluções diferenciadoras e inovadoras que permitam recuperá-los e voltar a introduzi-los no ciclo produtivo.

A empresa aplica as diferentes estratégias de economia circular, tendo em conta a viabilidade e a especificidade para cada fluxo de materiais relevante: desperdício alimentar, embalagens (domésticas e comerciais) e resíduos no geral.

Devido ao volume da sua atividade, a Mercadona tem estratégias para reduzir o desperdício alimentar, o que se traduziu num aproveitamento de 99,5 % do volume total do produto de alimentação em 2023. Com esse objetivo, a empresa desenvolve iniciativas de sensibilização e formação para colaboradores e clientes, no primeiro caso, com formação específica no âmbito do manuseamento durante os processos internos e, no segundo, através da divulgação, em canais de comunicação próprios, de receitas para o melhor aproveitamento dos alimentos.

Neste sentido, destaca-se também o compromisso da Mercadona com o projeto coordenado pela AECOC “A alimentação não tem desperdício, aproveite-a”, no qual participa desde o seu início, em 2012, em colaboração com mais de 500 empresas; ou o seu envolvimento, desde a primeira edição, na “Semana contra o desperdício alimentar”, também liderada pela AECOC e que serve para consciencializar sobre a importância dos alimentos e a necessi-

dade de os aproveitar ao máximo. Do mesmo modo, em Portugal, a empresa colaborou na campanha de sensibilização e consciencialização para evitar o desperdício alimentar do “Movimento Unidos Contra o Desperdício”, do qual a empresa é membro desde a sua criação, em 2020.

Além disso, e no quadro da prevenção, é importante destacar a contribuição da política comercial SPB (Sempre Preços Baixos) da empresa, que garante o carrinho de compras com a maior qualidade ao preço mais baixo possível, mas sem ofertas nem promoções, promovendo assim o consumo responsável e evitando que os “Chefes” comprem mais do que o necessário e acumulem.

Ao mesmo tempo, a Mercadona impulsiona a modulação dos pedidos diários das lojas aos blocos logísticos de acordo com a previsão de venda; o ajuste de preços dos produtos com data de validade próxima, principalmente nas secções de perecíveis; a doação diária dos excedentes de produtos não vendidos, mas que são adequados para o consumo, em colaboração com mais de 760 entidades sociais tanto em Espanha como em Portugal; ou a entrega de produtos não adequados para o consumo humano a gestores autorizados para a sua transformação em ingredientes de alimentos destinados à ração dos animais domésticos.

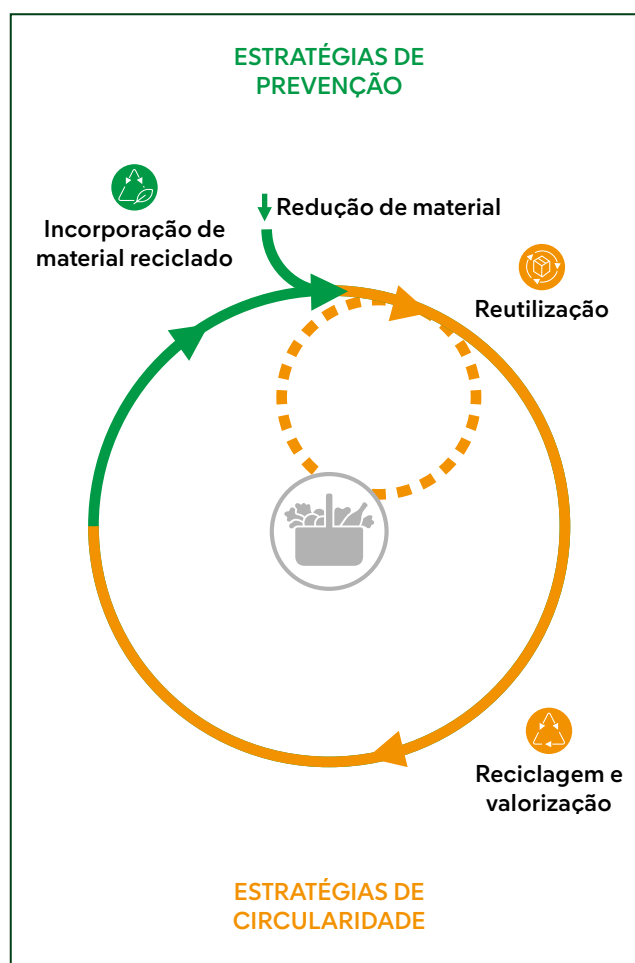
No âmbito da otimização do consumo de embalagens, a Mercadona leva a cabo a separação de embalagens comerciais e dos seus resíduos, tanto nas lojas como nos armazéns. Estes materiais, depois de separados e convenientemente embalados, são transportados por logística inversa para os armazéns e plataformas logísticas da empresa para serem compactados e entregues aos recicladores. Deste modo, é possível voltar a introduzir a película plástica na cadeia, por exemplo, nos sacos disponibilizados aos clientes da Mercadona para transportarem as suas compras, enquanto o

cartão reciclado é incorporado nos processos de fabrico de novas embalagens. Isto contribui para que 77 % das embalagens comerciais de uso único incluam material reciclado.

A empresa também aposta na reutilização deste tipo de embalagens através de vários processos. Este é o caso das caixas do fornecedor Logifruit, que têm uma vida média estimada de oito anos, o que se traduz na reutilização de cada uma destas caixas até 120 vezes.

Relativamente às embalagens domésticas, aquelas que são utilizadas e consumidas nos lares, a Mercadona assume a sua Responsabilidade Ampliada como Produtor (RAP) pelos produtos embalados que disponibiliza tanto no mercado espanhol como no português, financiando o custo associado à gestão dos resíduos das embalagens que estes produtos geram no fim da sua vida útil. Esta responsabilidade é assumida, de facto, através dos Sistemas Coletivos de Responsabilidade Ampliada do Produtor (SCRAP) de embalagens.

Estratégias de economia circular



Caixotes do lixo de reciclagem colocados na entrada dos supermercados.



Neste mesmo âmbito, há anos que a empresa aposta na incorporação de material reciclado nos casos em que é possível, o que permitiu que, em 2023, as embalagens domésticas tivessem 24 % de material reciclado, com a redução que isto representa no uso de matérias-primas virgens. Além disso, a proporção de materiais renováveis nas embalagens domésticas foi de 20 % em 2023.

Adicionalmente, e para continuar a reduzir o consumo de materiais, como é o caso do papel, em 2023 a Mercadona concluiu a implementação do *ticket* digital nas 1.632 lojas que a empresa possui em Espanha. Através desta iniciativa, os “Chefes” que utilizam o cartão como método de pagamento podem receber os seus *tickets* por correio eletrónico depois de se registarem num sistema simples através do WhatsApp. Com esta medida, a empresa prevê gerar uma poupança anual de 100 toneladas de papel.

A Mercadona continuou a trabalhar no redesenho das embalagens de marca própria com o duplo objetivo de otimizar a quantidade de material utilizado e melhorar a reciclabilidade dos resíduos gerados. Neste último caso, e com a finalidade de promover a separação adequada dos resíduos em casa, continuou a indicar, através de pictogramas, o contentor de destino do resíduo com base no material que o compõe.

A empresa também continua a criar e aplicar medidas para prevenir a geração de resíduos, procurando constantemente alternativas para tornar os seus processos mais eficientes e reduzir o consumo de matérias-primas sempre que possível. No caso dos fluxos de resíduos gerados pela atividade nas suas várias instalações, a Mercadona faz a sua gestão e valorização sempre que isso é possível do ponto de vista técnico e económico.

Desta forma, faz a separação e a entrega, quer a uma entidade municipal, quer a um gestor autorizado, dos resíduos não perigosos e equiparáveis a domésticos.

Também envia para recicladores a totalidade dos resíduos não perigosos provenientes de materiais de embalagens comerciais, principalmente cartão, plástico e madeira, para poder dar-lhes uma segunda “vida” e reintroduzi-los no ciclo da economia circular. Por outro lado, a empresa entrega a gestores autorizados os resíduos classificados como perigosos, que, na sua maioria, são gerados nos processos de manutenção das instalações dos seus blocos logísticos. Nestas instalações dispõe de pontos limpos onde são armazenados de forma segura até serem retirados por um gestor autorizado.

Neste mesmo contexto, a Mercadona realiza importantes esforços para aproveitar ao máximo os subprodutos. Assim, por exemplo, destina todo o SPOA (subproduto de origem animal), através de operadores autorizados, à elaboração de rações para animais de estimação; e o resto do subproduto de panificação gerado nas linhas de fabrico de pão é aproveitado para alimentação animal. Do mesmo modo, dispõe de contentores nas suas lojas para recolher as cápsulas de café. Estas cápsulas são entregues a um reciclador que separa o alumínio, o plástico e as borras de café, todos materiais valorizáveis. As pilhas usadas têm um processo idêntico, após serem depositadas pelo “Chefe” nos contentores indicados para este fim nas lojas, são entregues a gestores autorizados para a sua posterior gestão e reciclagem.



Redesenho das embalagens

As embalagens de marca própria estão a ser redesenhadas para otimizar a quantidade de material utilizado e melhorar a reciclabilidade dos resíduos gerados. O conteúdo de destino dos resíduos é indicado através de pictogramas, dependendo do material que os compõem

1	2
3	

1. Isabel, colaboradora a reciclar cartão no supermercado de Ermesinde em Valongo, Porto.
2. Cristina, colaboradora com saco de plástico reciclado no supermercado de Avenida Trigueiriza em Lalín, Pontevedra.
3. Embalagem redesenhada, com pictogramas informativos de reciclagem, das bolachas Divertidas do fornecedor Seurodis.

Uso sustentável dos recursos



A Mercadona promove o uso consciente dos recursos naturais e estabelece, através do seu Sistema de Gestão Ambiental, políticas e estratégias responsáveis que reforçam, ano após ano, a sustentabilidade da empresa. Desta forma, a gestão ambiental gira à volta de três eixos principais: o uso da energia, o uso da água e a proteção da biodiversidade.

No âmbito da energia, a empresa aposta na eficiência e na poupança energética, principalmente através do seu Modelo de Lojas Ecoeficientes, que introduz melhorias nas envolventes mediante o aumento da espessura do isolamento, a climatização por zonas com sistemas de recuperação de calor, a iluminação LED e a otimização do consumo

da ventilação. Também implantou um novo *software* de gestão de energia que automatiza o controlo do consumo nas suas lojas.

No âmbito da sua crescente aposta na descarbonização e no uso de energias renováveis não poluentes, a empresa introduziu, em 2023, um total de 224 novas instalações fotovoltaicas, o que representou um esforço de investimento de 42 milhões de euros e contribuiu para obter um total de 160.000 painéis solares, dos quais 120.000 foram instalados neste exercício. Durante os próximos anos, a Mercadona prevê continuar a potenciar o uso das energias limpas e mais amigas do ambiente, com o objetivo de atingir uma potência fotovoltaica total de 250 MW, o



Painéis solares instalados no bloco logístico de Guadix, Granada.

que representará uma capacidade de auto-consumo de 15 % da energia total consumida anual.

Em 2023 também continuou a expandir a sua infraestrutura de pontos de carregamento para veículos elétricos, com a introdução de novas instalações em 396 lojas e 14 centros de trabalho. A esta medida foi destinado um investimento conjunto de 6 milhões de euros, o que permitiu que a empresa tenha agora uma das maiores redes de carregamento público-privada, como comprovam os seus mais de 3.800 pontos de carregamento.

E, ainda, a Mercadona fechou os seus contratos de fornecimento de energia para a próxima década, através da assinatura de quatro contratos que entraram em vigor no dia 1 de janeiro de 2024 e que lhe vão permitir gerir toda a energia que a empresa consome tanto em Espanha como em Portugal. Estes acordos foram celebrados com empresas de referência como a Iberdrola, a Repsol, a EDP e a Statkraft, que dispõem de ativos próprios de geração.

A empresa também continuou a fazer um esforço para melhorar a sua pegada hídrica, através de um grupo de trabalho que analisa em pormenor o consumo geral de água com um sistema de telemedida já implantado na rede de lojas, o que permite controlar os consumos, analisar a rede de fornecimento e detetar possíveis fugas ou falhas. Em 2023, 100 % da água consumida nas lojas da cadeia veio do abastecimento municipal. Além disso, e em linha com o seu plano de prevenção e controlo de descargas de águas residuais, tem estações de tratamento de águas residuais nos blocos logísticos de Ribarroja (Valência), Huévar (Sevilha), Ingenio (Gran Canária), Parc Sagunt (Valência), Vitó-

ria (Álava), Mercapalma (Palma), Villadangos del Páramo (Leão), Antequera (Málaga), Póvoa de Varzim (Porto), San Isidro (Alicante), Ciempozuelos (Madrid), Abrera (Barcelona) e Guadix (Granada), com o objetivo de devolver ao meio as águas livres de poluentes para que continuem o seu ciclo hidrológico, reduzindo assim o impacto ambiental.

A empresa também tem consciência de que, enquanto empresa de distribuição, tem um papel relevante na promoção de iniciativas que contribuam para adaptar os seus processos produtivos com o objetivo de mitigar o impacto que possam gerar e assim contribuir para preservar a biodiversidade. Por isso, foi a primeira empresa do setor a aderir à Iniciativa Espanhola de Empresa e Biodiversidade (IEEB) do Ministério para a Transição Ecológica e o Desafio Demográfico (MITERD) e continuou a impulsionar medidas específicas em algumas lojas para preservar ou restaurar a biodiversidade e os impactos causados por atividades ou operações em áreas protegidas.

Este é o caso da integração de coberturas ajardinadas em pátios de quarteirão e dos jardins verticais nas fachadas, iniciativas que contribuem para combater o efeito “ilha de calor”, permitindo conservar a biodiversidade e capturar CO₂. Neste sentido, a Mercadona mantém há anos uma estreita relação com a SEO/Birdlife, que se materializa num projeto de proteção da biodiversidade através da instalação de caixas-ninho, comedouros para pássaros, bebedouros e dois hotéis para insetos na cobertura ajardinada do supermercado Glorieta de Quevedo, em Madrid. Adicionalmente, a empresa dispõe de políticas de compra de produtos da pesca cujo objetivo é manter a biodiversidade e proteger os ecossistemas que nos rodeiam.

160.000

painéis solares

3.800

pontos de carregamento

Compromissos com a sociedade

A Mercadona mantém ativo um Plano de Ação Social próprio com o qual, ano após ano, reforça os seus vínculos com a sociedade através de valores que considera irrenunciáveis, como o diálogo, a transparência e a escuta ativa. Com estes valores, constrói relações estáveis nas zonas em que está presente, aposta na proximidade e estreita os vínculos para detetar as suas necessidades específicas e oferecer soluções concretas, fruto do consenso e do entendimento mútuo.

Signatária do Pacto Mundial



Desde 2011, a Mercadona é signatária, em Espanha, do Pacto Mundial das Nações Unidas, fórum que conta com a participação de 24.257 entidades de 167 países diferentes.

Com a sua adesão, a empresa, que é reconhecida como Sócio Prescritor Bronze, compromete-se a defender os valores fundamentais em matéria de direitos humanos, normas laborais e luta contra a corrupção. Este fórum também conta com 62 redes locais, entre as quais a do Pacto Mundial da ONU em Espanha, apoiadas por 1.673 entidades. Durante estes doze meses, a Mercadona, ao abrigo do Pacto Mundial das Nações Unidas, continuou a trabalhar também para avançar como empresa na procura de soluções e respostas às necessidades estabelecidas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Consumidores

Em 2023, a Mercadona continuou a reforçar os seus vínculos com as associações de consumidores, consciente da relevância da tarefa que estas realizam e do papel de interlocução que desempenham em representação dos “Chefes”.

Através destes encontros, a empresa consegue explicar de forma mais aprofundada, e com mais detalhe, não só os marcos que atinge ano após ano, mas também os projetos específicos que impulsiona para dar resposta às necessidades dos “Chefes”, adaptando-se aos novos hábitos de compra e consumo, assim como a sua forma de se comportar com a sociedade, baseada na transparência e no crescimento partilhado e num princípio, o da honestidade, que a

empresa considera fundamental na sua relação com os consumidores.

Por isso, ao longo do ano, impulsionou o diálogo em Espanha com um total de 134 entidades diferentes, nomeadamente com 86 associações de consumidores, 28 de intolerâncias e alergias e, além do Ministério do Consumo, com 19 direções-gerais de Consumo. Em Portugal, tem colaborado com as associações de consumidores, DECO e DECO PROTeste, e com uma associação de intolerâncias e alergias, a Associação Portuguesa de Celíacos (APC), ao mesmo tempo que tem continuado a reforçar a sua relação com os consumidores em Bruxelas, neste caso através da colaboração com uma associação de consumidores e quatro entidades institucionais.

Além disso, a Mercadona, juntamente com as Confederações e Federações de associações de consumidores e utilizadores FUCI, UNAE, AVACU e UCAUCE, impulsiona, desde 2014, o projeto “Mesa de Participação” (MPAC). Este fórum de debate analisa, através da realização do seu inquérito anual de “Hábitos de Consumo”, as alterações que se produzem nos padrões de alimentação da sociedade espanhola.

Em 2023, a empresa reforçou esta colaboração e continuou a consolidar a MPAC como uma referência nesta matéria e como uma entidade-chave para antecipar comportamentos e analisar as possíveis respostas, soluções e consequências que as condutas detetadas podem gerar. Um trabalho no qual participa há quase uma década e cujos retornos são fundamentais para entender melhor o comportamento dos consumidores e dar resposta às suas necessidades reais.

Ações concretas



Ricardo, "Chefe" do supermercado de Massamagrell, Valência.

141

associações de consumidores, associações de intolerâncias e alergias, e administrações de consumo nacionais e europeias com as quais se relaciona

27

acordos de colaboração com associações de consumidores, de celíacos, de intolerâncias e outras alergias

198

interações com associações de consumidores e de intolerâncias e alergias

60

participações em congressos e jornadas do setor

Doações a entidades sociais



A Mercadona continuou a consolidar o seu compromisso com os grupos mais vulneráveis através de diferentes iniciativas solidárias com um importante impacto social, como demonstra a inclusão, em 2023, de 215 novas entidades sociais com as quais a empresa começou a colaborar.

Durante estes doze meses, cooperou em Espanha com um total de 713 cantinas sociais, 54 bancos alimentares e outras entidades através da doação de mais de 21.900 toneladas de alimentos e produtos. Além disso, a empresa continuou a apoiar outras iniciativas solidárias e participou em campanhas de angariação em Espanha, como a Grande Recolha de novembro ou a Operação Quilo da primavera, tendo arrecadado a favor dos bancos alimentares um valor conjunto total de 3,5 milhões de euros de ajudas diretas dos “Chefes”, aos quais a Mercadona acrescentou uma contribuição direta de mais de 300.000 euros.

Este compromisso também continuou a crescer em Portugal, com a colaboração com 49 Cantinas Sociais, 10 Bancos Alimentares e outras entidades sociais. Desta forma, conseguiu doar mais de 1.200 toneladas de alimentos e produtos. A esta contribuição deve acrescentar-se a realizada através da sua participação noutras iniciativas no país luso, como a Recolha de Alimentos do Banco Alimentar Contra a Fome, em maio e novembro, a campanha de angariação “Shop for Goodness” da Cruz Vermelha Portuguesa ou a campanha de recolha de alimentos para animais de estimação da Animalife, cujo valor total atingiu, no seu conjunto, os 174.000 euros em 2023.

No âmbito da Grande Recolha 2023, a Mercadona implementou um projeto-piloto de voluntariado empresarial em algumas zonas de Espanha e Portugal. Neste projeto, os colaboradores de várias áreas participaram, contribuindo com o seu tempo, para informar os “Chefes” sobre a doação em caixa e incentivar a sua colaboração a favor dos Bancos Alimentares.



Rita, colaboradora da Mercadona, ao lado de Nuno, voluntário, durante uma doação para a “Cruz Vermelha Portuguesa” em Braga.



Rosa, colaboradora e voluntária; e José Antonio, “Chefe”, durante a Grande Recolha 2023.

Apoio ao empreendedorismo

No âmbito do seu compromisso com a sociedade, a Mercadona participa em iniciativas que promovem o conhecimento, que investem no talento das pessoas e que contribuem para consolidar a educação. Este é o caso da ligação que mantém com a Marina de Empresas, polo do ecossistema empreendedor da Europa formado por três eixos.

O primeiro, a EDEM, centrado na formação através dos vários cursos pré-universitários, graus, mestrados e programas Executive e de Alta Direção, como aquele em que tem colaborado o próprio presidente da Mercadona, Juan Roig, através da 18.ª edição do curso “15x15”. Além disso, foi convocada a segunda edição do Prémio Hortensia Roig de literatura infantil, que contou com a participação de histórias de 22 colaboradores da Mercadona. O galardão, cujo objetivo é promover as disciplinas científico-técnicas entre as mulheres, foi recebido por Eva Escudero pela sua obra “Los coleccionistas de ceros” (numa tradução livre: Os colecionadores de zeros), sendo finalista Lucía Álvarez, colaboradora do supermercado Mercadona de La Florida em Oviedo, Astúrias.

O segundo dos eixos da Marina de Empresas, a Lanzadera, conseguiu acelerar mais de 1.300 empresas, após as 300 incorporações de 2023, entre as quais se encontram várias de origem portuguesa. E o terceiro, a Angels, que investe em líderes empreendedores com o objetivo de desenvolver empresas sustentáveis e de os ligar a investidores, continuou a reforçar a sua plataforma Angels Conecta, que permite estabelecer contactos diretos entre investidores e empreendedores, e voltou a celebrar o seu IDAY anual, Dia dos Investidores.

Do mesmo modo, a Mercadona, juntamente com a EDEM e a AVE (Associação Valenciana de Empresários), patrocina a categoria “Prémio ao Empreendedor” dos Prémios Rei Jaime I. Nesta última edição, o galardão foi entregue a Alfonso Jiménez, presidente da Cascajares, empresa baseada na transformação de produtos agroalimentares, e figura-chave no desenvolvimento da inovação no setor da alimentação e na promoção da economia circular desde a fase de produção até à distribuição final.



Alunos do MBA Júnior da EDEM, nos corredores das suas instalações em Valência.



Empreendedores durante uma jornada de formação na Lanzadera.



Gestão com os vizinhos

A Mercadona mantém uma relação de respeito com os seus vizinhos, consciente do papel que tem de desempenhar diariamente para promover a convivência e dar resposta às necessidades dos bairros e zonas em que está presente. Por isso, aposta no diálogo e no entendimento mútuo e mantém um importante compromisso com este grupo, em linha com os valores fundamentais da sua ética empresarial.

No quadro deste compromisso, a empresa tem impulsionado, desde 2014, o projeto de Gestão Proativa com os Vizinhos, através do qual realiza constantemente inspeções nas suas instalações para antecipar possíveis contingências. Em 2023, realizou a inspeção de um total de 20.561 processos de carga e descarga nas suas lojas e de 5.386 procedimentos internos nas suas instalações. Além disso, durante estes doze meses, respondeu a 359 sugestões, o que lhe permitiu, após uma profunda análise das propostas recebidas, resolver satisfatoriamente 75 % em menos de 30 dias de calendário.

A Mercadona impulsiona medidas específicas para melhorar a convivência com os seus vizinhos. Em 2023, destacam-se as ações realizadas na loja localizada na Quinta de Santa Bárbara, Braga, em que se apostou na recuperação do antigo celeiro que, ao ser reconstruído, se tornou num centro de educação ambiental. Atualmente, está ao serviço de toda a comunidade para mostrar as tradições dos seus antepassados do Minho em relação a diferentes atividades, como a pecuária, a agricultura ou a vinificação.

Além disso, a empresa defendeu e promoveu sempre a convivência de diferentes formatos

comerciais como elemento dinamizador da atividade dos vários bairros. De facto, há décadas que contribui para revitalizar mercados municipais, como demonstra o facto de ter colaborado com 35 lojas situadas neste tipo de meio, onde convivem com comércio tradicionais.

Este modelo de relação também tem visibilidade nas próprias lojas da cadeia. Desta forma, a Loja 8 adapta-se às estratégias de acessibilidade recomendada pelo Comité Espanhol Representante de Pessoas com Incapacidade (CERMI) para facilitar o processo de compra às pessoas com incapacidade. A zona de estacionamento dispõe de lugares para “Chefes” com mobilidade reduzida, com percurso pedonal sinalizado, os corredores oferecem um maior conforto, ao terem uma largura mínima de 1,80 metros, e as casas de banho estão adaptadas a pessoas com mobilidade reduzida. Do mesmo modo, todas as lojas disponibilizam aos clientes a opção de pedir carrinhos adaptados à sua incapacidade física, com o objetivo de facilitar o seu processo de compra habitual.

A Mercadona resolveu satisfatoriamente 75 % das queixas e sugestões recebidas pelos vizinhos dos meios em que está presente



Vista aérea do supermercado de Quinta de Santa Bárbara em Braga, ao lado de uma casa típica do Minho recuperada. Além disso, foi recuperado um celeiro e transferido para a Quinta Pedagógica de Braga.

Reconhecimentos

Num contexto económico e social complexo, como foi o de 2023, a Mercadona manteve uma estreita relação com a sociedade, não só para ser capaz de detetar as suas necessidades e satisfazê-las, mas também para, na medida das suas possibilidades, contribuir para o seu desenvolvimento e bem-estar.

Este compromisso, focado em devolver à sociedade parte do muito que dela recebe, assim como as ações solidárias que a empresa realizou durante estes doze meses foram reconhecidos pela sociedade em Espanha e em Portugal, sendo mais um incentivo para continuar a estreitar a sua colaboração e esforços futuros.

Assim, a Ordem Hospitalar San Juan de Dios de Córdoba concedeu à Mercadona o Prémio “Hermano Bonifacio” pelo apoio à sua cantina social; ao mesmo tempo, o Banco Alimentar de Valência reconheceu o trabalho solidário da empresa com a entrega do galardão dos Prémios Humanitários 2023 na sua segunda edição; e a Deputação Foral de Gipuzkoa e o Banco Alimentar de Gipuzkoa, a relevância das doações diárias de alimentos, denominadas “último minuto”, realizadas pela empresa. A Mercadona foi ainda reconhecida pela Câmara Municipal de Villa de La Orotava, em Tenerife, que quis agradecer publicamente o envolvimento e a dedicação nos momentos e dias que se seguiram ao incêndio que ocorreu em agosto, o incêndio mais grave da ilha nos últimos 40 anos.

Em Portugal, a Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental (APPACDM) de Santarém, o Grupo de Ação Social Cristã (GASP) de Barcelos e a Associação de Solidariedade de S. Tiago de Fraião também reconheceram o trabalho realizado pela Mercadona ao longo do ano através das doações diárias das suas lojas.

Em 2023, destaca-se também a escolha da Mercadona, mais um ano, como a empresa com melhor reputação no seu setor e a se-

gunda a nível geral, de acordo com as avaliações obtidas pelo Monitor Espanhol de Reputação Corporativa (Merco). Este monitor, e neste caso pela quinta vez consecutiva, voltou a escolher o presidente da empresa, Juan Roig, como o líder com melhor reputação do “Ranking Geral de Líderes 2023”.

No caso de Portugal, este monitor, que incluiu pela primeira vez na sua história a Mercadona dentro do seu *ranking* de melhores empresas em Portugal em 2022, viu a empresa lusa subir, em apenas doze meses, onze posições, ficando na oitava posição das empresas com melhor reputação em Portugal. Nesta linha, o jornal regional português *Mirante* distinguiu a Mercadona com o galardão de "Excelência Empresarial", reconhecendo a empresa como exemplo nacional de descentralização da economia e o seu relevante papel social.

Por outro lado, a ASEDAS (Associação Espanhola de Distribuidores, Autosserviços e Supermercados), da qual a Mercadona é membro, prestou homenagem aos consumidores da distribuição retalhista e grossista na gala “Estamos porque estás”, celebrada no passado mês de novembro em Madrid. Nesta homenagem, foi agradecida a confiança demonstrada mesmo nas alturas mais difíceis que se têm vivido nos últimos anos.

A família Gómez, acionista da Mercadona, voltou a reconhecer o trabalho das forças de segurança através da IV Edição dos Prémios Juan Manuel Gómez Serrano, bem como os valores e a prestação de cuidados de saúde em Antequera, Málaga, através da VII Edição dos Prémios Patrocinio Gómez.



1. Representantes da ASEDAS e premiados da gala “Estamos porque estás”, na qual foi prestada homenagem aos consumidores. 2. Entrega da distinção “Hermano Bonifacio” à Mercadona pelo trabalho realizado através das doações diárias do supermercado de Barriada Chinales em Córdoba. 3. Reconhecimento da Deputação Foral de Gipuzkoa e do Banco Alimentar de Gipuzkoa pelas doações diárias realizadas pela Mercadona. 4. Vencedores dos prémios Patrocinio Gómez, impulsionados pela família Gómez, acionistas da Mercadona.

O Capital

01

Investimento como base da brutal transformação

02

Conjuntura socioeconómica e repercussão nas margens


03

Crescimento sustentável e partilhado

04

Resultados 2023





A **decisão estratégica** dos acionistas da empresa, tomada há sete anos, de que o **lucro a longo prazo** para todos os que formam a Mercadona é alcançado através do **investimento**, é a causa dos excelentes resultados da Mercadona em 2023



A aplicação do Modelo da Mercadona, aliada ao esforço da equipa e ao envolvimento dos fornecedores e interfornecedores especialistas, permitiu atingir os objetivos de vendas e lucro definidos para 2023, assim como recuperar a perda de rentabilidade do ano anterior e equipará-la à do ano de 2016, altura em que a empresa iniciou a sua brutal transformação. Resultados que foram conseguidos após satisfazer sequencialmente os restantes componentes, “O Chefe”, O Colaborador, O Fornecedor e A Sociedade; e que foram possíveis graças a um modelo de gestão que aposta sempre no longo prazo e que cuida das pessoas.

O Grupo Mercadona é formado, principalmente, pela Mercadona S.A., com sede em Espanha (Tavernes Blanques, Valência), e a Irmãdona Supermercados, Unipessoal Lda., com sede em Portugal (Vila Nova de Gaia, Porto). Ambas as sociedades partilham um mesmo objeto social e desenvolvem atividade idêntica: a distribuição de produtos de alimentação, bebida, cuidados pessoais, limpeza do lar e cuidado de animais de estimação. Para esta tarefa, conta também com o apoio de uma série de filiais, sucursais e escritórios de representação em 13 países diferentes, nos quais trabalham 37 colaboradores. Graças a esta rede comercial, a empresa canaliza as compras internacionais, que realiza em quatro continentes, e garante aos seus clientes um sortido eficaz da máxima qualidade e a um preço imbatível também em todos os artigos elaborados fora de Espanha e Portugal.

Como ficou registado ao longo da presente Memória Anual, a Mercadona conta com uma rede de 1.632 supermercados em Espanha e 49 em Portugal no final de 2023. Todos estes supermercados, dos quais 1.364 já estão adaptados ao Modelo de Loja Eficiente (Loja 8), abastecem-se através de uma rede logística própria formada por 17 blocos logísticos (um deles em construção), 2 armazéns satélites e 2 armazéns reguladores.

Juntamente com esta estrutura de lojas e centros logísticos, dispõe de um modelo próprio

de armazéns, denominados Colmeias e dedicados à gestão e preparação de forma exclusiva de pedidos *online*, para prestar serviço aos clientes que, em Espanha, optam pelo canal de venda digital, estando atualmente em funcionamento em Valência, Barcelona, Madrid, Alicante e Sevilha.

Do mesmo modo, a Mercadona dispõe de 23 centros de inovação, nos quais, graças ao trabalho de mais de 200 especialistas, desenvolve novidades e incorpora melhorias no sortido com a ajuda dos “Chefes”.

Todo este esforço permitiu à empresa, em 2023, continuar a crescer e a construir um projeto diferenciador liderado pelas 104.000 pessoas que se comprometem diariamente com a sua dedicação e esforço para satisfazer os clientes.

Desde 2011, a Mercadona é membro do Fórum de Grandes Empresas da Agência Tributária em Espanha (Ministério das Finanças e Função Pública), no qual se promove um quadro de colaboração baseado nos princípios da transparência, confiança mútua, boa-fé e lealdade entre as grandes empresas e a Administração Tributária do Estado. Além disso, a empresa assinou o Código de Boas Práticas Tributárias, que promove uma relação reciprocamente cooperativa entre a Agência Tributária e as empresas que o subscrevem. Do mesmo modo, e de forma voluntária, apresenta anualmente um Relatório sobre Transparência Fiscal, com a informação mais relevante do ano, que aparece na página web da Agência Tributária comprovando assim o cumprimento dos padrões de colaboração e transparência que a agência estatal exige.

Em 2023, como no exercício anterior, as contas anuais da Mercadona e da Irmãdona foram auditadas pela Ernst & Young, S.L. e a Ernst & Young Audit & Associados - SROC, S.A., respetivamente, com a emissão, em ambos os casos, de um relatório favorável e sem reservas. Estes relatórios, juntamente com as contas anuais, foram depositados junto dos organismos correspondentes.



Entrada do supermercado de Mercado Central em Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas.

Decisão estratégica tomada pelo Comité de Direção e apoiada pelos acionistas em 2016:

O lucro para os 5 componentes a longo prazo é alcançado através do investimento



Loja Eficiente (Loja 8)

Em 2016, a Mercadona iniciou a renovação dos supermercados com o Novo Modelo de Loja Eficiente, que inclui os projetos de Frescos Global e Pronto a Comer, estando já presente em 1.364 lojas, cuja rentabilidade é atualmente superior à de uma loja convencional.

Projeto Portugal

A internacionalização da Mercadona ocorreu ao longo da brutal transformação até contar com uma rede de 49 supermercados, 2 blocos logísticos (1 em construção) e e atingir uma faturação de 1.403 milhões de euros.

BRUTAL TRANSFORMAÇÃO

+ 10.000 M€

investidos entre 2016 e 2023



Otimização logística

Esforço de investimento para melhorar e otimizar a eficiência, conseguindo reduzir o *stock* em dois dias. Entre 2016 e 2023 foram construídos 8 blocos logísticos, 2 dos quais em Portugal, e remodelados outros 6.

Mercadona Online

O negócio *online*, cuja transformação se iniciou em 2018 com a abertura da primeira Colmeia em Valência, não parou de crescer ao longo destes anos e já é rentável e produtivo.

Digitalização/organização

O DPP (*Direct Product Profit*) e o ADT (Contribuição Direta de Lojas) calculam a rentabilidade do sortido e das lojas. O MOT (Modelo Organização de Lojas) e os escritórios de Albalat dels Sorells melhoraram a organização.

Conjuntura socioeconómica e repercussão nas margens

O ano de 2023 iniciou-se com um cenário complexo devido ao contexto inflacionista, que provocou um impacto direto nas despesas da Mercadona de mais de 500 milhões de euros (cerca de 8 %), tanto de custos fixos como variáveis, entre os quais se incluem arrendamentos, pessoal, energia e transporte, entre outros.

Nesta mesma linha, o primeiro trimestre do ano foi especialmente marcado por uma subida generalizada dos preços na origem, o que teve, conseqüentemente, impacto nos preços de venda dos produtos. A Mercadona, antecipando a estabilização e a posterior redução dos preços de custo, comprometeu-se, em março de 2023, a baixar os seus preços de venda. E foi o que fez ao longo do ano em 500 referências do seu sortido, ao mesmo tempo que realizou importantes esforços para não repercutir nos seus preços de venda os vários aumentos de preço na origem que os fornecedores transferiram para os preços de compra da Mercadona.

O resultado foi satisfatório, pelo que, ao longo do ano, a Mercadona foi aumentando a sua quota de mercado. Concretamente, cresceu uma média de 200 clientes loja por dia; aumentando 5 % os *quilitros* movidos e 15 % as vendas em euros, tudo isso às custas da redução de um ponto da margem comercial, consciente de que num setor tão competitivo não basta apenas reduzir a margem para satisfazer o cliente, mas também é necessário melhorar de forma contínua a qualidade, a oferta e o serviço.

Este aumento de atividade, juntamente com receitas de 100 milhões de euros que não existiam no exercício de 2022, decorrentes da remuneração dos excedentes de tesouraria, e as medidas de poupança em todos os processos da empresa, permitiram-lhe absorver a maior despesa e, apesar da redução das margens, aumentar o seu lucro líquido, atingindo 3,1 % sobre as vendas.

De acordo com o Modelo da Mercadona, quando o processo é mais eficiente todos os componentes da empresa devem ser beneficiados. Por este motivo, em 2023 foi tomada a decisão extraordinária, aplicável aos colaboradores que cumpriram os critérios, de aumentar a remuneração variável ou prémio por objetivos em meio mês adicional, o que significa que o valor total a este título atingiu os 600 milhões de euros. Esta decisão reforça a sua política de partilhar os lucros num ano em que, graças ao esforço de toda a equipa e à opção acertada das estratégias implantadas, foi possível aumentar a quota de mercado, o valor das vendas e os lucros.

Além disso, os bons resultados obtidos pela empresa também tiveram a sua repercussão na sociedade, em linha com um modelo de empresa, o da Mercadona, que promove a prosperidade sustentável e partilhada, como comprovam alguns dos seus números, por exemplo, a sua contribuição fiscal que atingiu os 2.604 milhões de euros, mais 15 % relativamente a 2022.

Todas estas decisões foram tomadas com base num modelo de gestão baseado em pensar e agir, sempre, de forma sequencial, de acordo com o seguinte esquema: primeiro “O Chefe”, depois as vendas e, por último, o lucro. Um modelo de êxito que conseguiu continuar a crescer graças à confiança dos 5,8 milhões de famílias que diariamente se deslocam a algum dos 1.681 supermercados da cadeia para realizar as suas compras.



Satisfação dos 5 componentes

A Mercadona continuou a apostar no crescimento conjunto e sustentável com iniciativas como a redução do preço de 500 produtos, o prémio por objetivos, o compromisso com os fornecedores e interfornecedores especialistas ou o volume histórico da sua contribuição fiscal

1	2
3	

1. Diana, “Chefe” do supermercado de Fraga, Huesca.
2. Ismael, colaborador do supermercado de Camas, Sevilha.
3. Estufas do fornecedor Vegetales Línea Verde em Tudela, Navarra.

Crescimento sustentável e partilhado

O Modelo de Qualidade Total aposta na criação de valor partilhado entre os seus 5 componentes: “O Chefe” (qualidade e serviço efetivo a um preço imbatível), O Colaborador (prémio), O Fornecedor (crescimento conjunto), A Sociedade (impostos) e O Capital (dividendos para acionistas). É, portanto, um modelo de gestão que confirma que a Mercadona é um projeto empresarial sustentável e responsável, que aposta no longo prazo e que, para isso, destina boa parte dos seus recursos ao reinvestimento para continuar a impulsionar tanto o seu crescimento como a sua continuidade.



Este modelo de crescimento partilhado traduz-se, no âmbito do Colaborador, em condições laborais muito acima da média do seu setor. E, no âmbito da sua filosofia de que “o êxito partilhado sabe melhor”, na distribuição, através da sua política de remuneração variável, de 25 % dos lucros entre o conjunto da equipa, como reconhecimento aos colaboradores que já têm mais de um ano de antiguidade e cujo desempenho, envolvimento, esforço, produtividade e elevado rendimento tenham contribuído não só para atingir os seus objetivos individuais, como também para conseguir as metas definidas para a empresa.

Uma equipa que, além disso, cresceu durante estes doze meses em 5.000 pessoas, 3.200 em Espanha e 1.800 em Portugal, o que representa uma média de 13 postos de trabalho criados por dia. Desta forma, a Mercadona terminou 2023 com 104.000 colaboradores, todos com trabalho estável e de qualidade, e com salários acima da média do setor.

Através da contribuição fiscal realizada às Administrações públicas, a Mercadona partilha, ano após ano, a sua prosperidade nas zonas em que desenvolve a sua atividade. Em 2023, e no caso de Espanha, a sua contribuição a título de impostos suportados foi de 1.409 milhões de euros, dos quais 342 milhões correspondem ao IRC, 172 milhões ao pagamento de diversos impostos e taxas e 895 à Segurança Social. No caso de Por-

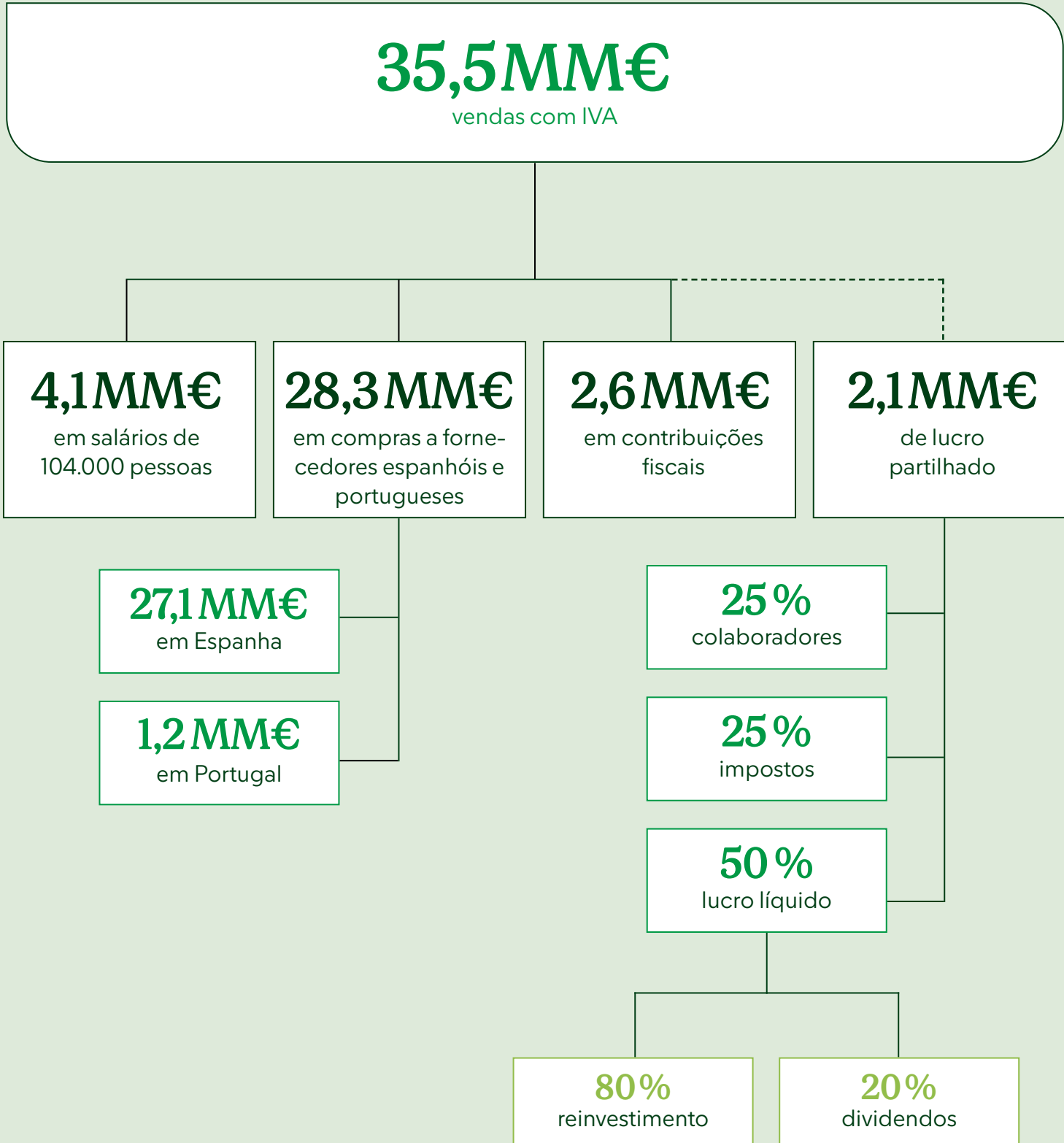
tugal, e através da Irmãdona, a contribuição foi de 29 milhões de euros em impostos suportados, dos quais 20 correspondem à Segurança Social e 9 ao pagamento de outros impostos e taxas.

Do mesmo modo, em 2023, a empresa continuou a dar à Sociedade parte do que dela recebe. Prova disso é a sua contribuição para o PIB de Espanha durante estes doze meses, que foi de 30.768 milhões de euros, um valor que representa 2,1 % do total do país. Ou também a geração de postos de trabalho diretos, indiretos e induzidos, que, de acordo com os estudos do Instituto Valenciano de Investigações Económicas (Ivie), atingiu os 725.947 empregos, o que representa 3,66 % do emprego total no país.

A atividade da Mercadona não só gera riqueza através da sua contribuição para o PIB e o emprego, mas também teve um impacto fiscal de 11.935 milhões de euros durante 2023. O que representa 2,2 % da arrecadação total estimada das Administrações públicas espanholas, incluindo os descontos para a Segurança Social.

O conjunto destes números gerou o maior impacto económico da história da empresa, provando que o desenvolvimento da Mercadona incide diretamente no crescimento da sociedade e, mais uma vez, que o Projeto Mercadona, na sua aposta no futuro, é um projeto diferenciador e socialmente responsável.

Impacto da atividade económica da Mercadona



MM€: milhares de milhões de euros.

Resultados 2023

Unidades de venda (*quilítros*)

As vendas do Grupo Mercadona em 2023 ascenderam a 13.625 milhões de *quilítros*, valor que representa um aumento de 5 % em relação ao ano anterior.

Evolução *quilítros* vendidos

milhões de *quilítros*

2022	12.968
2023	13.625

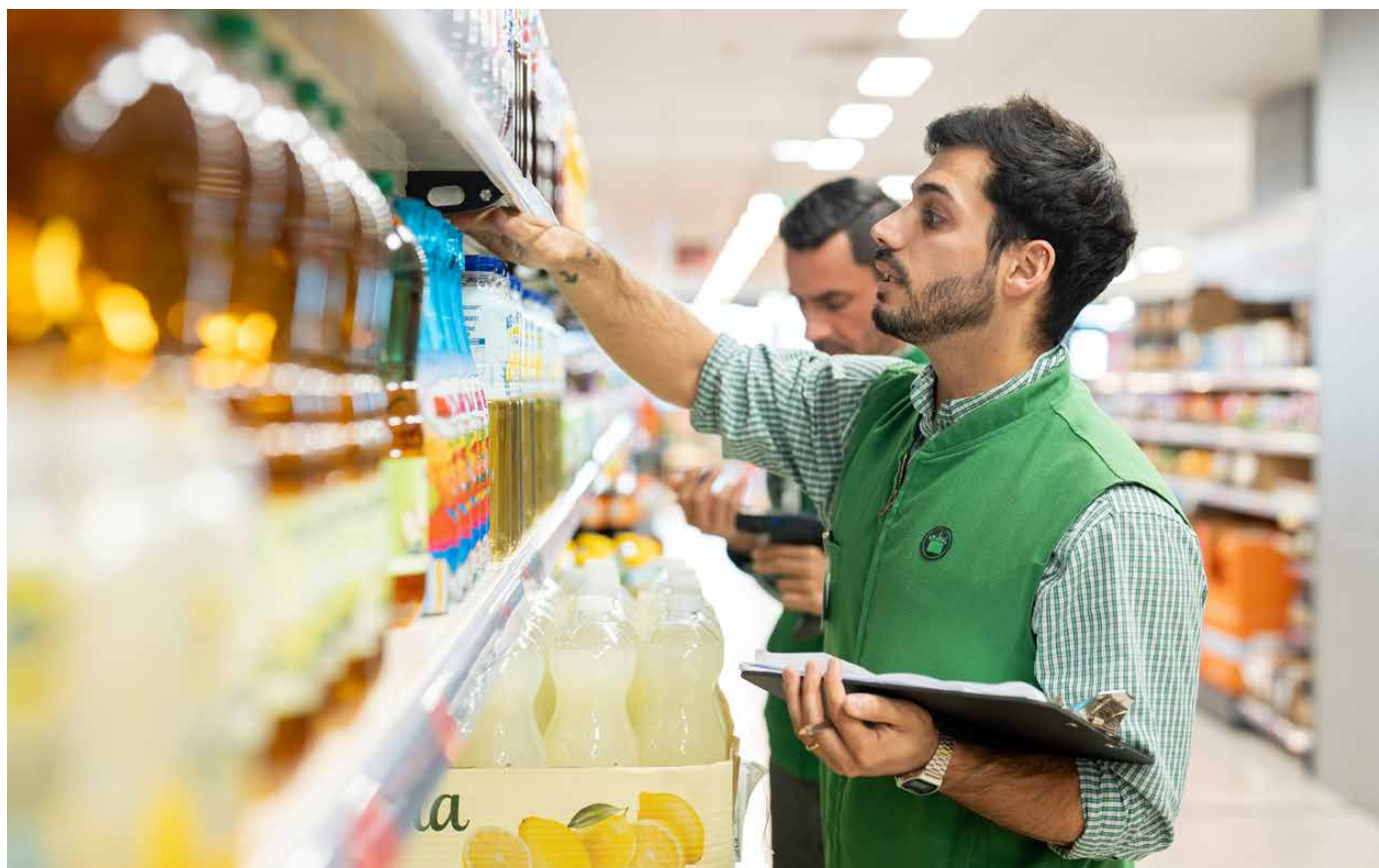
Vendas

O Grupo aumentou a sua faturação para 35.527 milhões de euros, mais 15 % do que em 2022, graças às vendas realizadas através dos diferentes canais de compra (presencial e serviço *online*). Um marco que foi atingido graças à produtividade, à eficiência e à melhoria da gestão.

Evolução das vendas brutas

milhões de euros

2022	31.041
2023	35.527



Sandro e Bruno, colaboradores do supermercado de Corroios no Seixal, Setúbal.

Margem Bruta

A situação do mercado e o encarecimento dos produtos forçaram todo o setor da distribuição a ajustar ao máximo as margens. A margem foi de 24,5 %, com uma redução pelo segundo ano consecutivo, o que dá uma imagem da concorrência que existe no setor e do enorme esforço da empresa para absorver parte do aumento dos custos:

Evolução da margem bruta

2022	25,4 %
2023	24,5 %

Despesas

Apesar dos esforços de contenção de despesas, estas continuaram a aumentar ao longo do ano. É importante destacar que o maior aumento ocorreu na despesa com pessoal, o que representa mais de 60 % das despesas operacionais, após ter mantido o compromisso de aumentar os salários de acordo com o IPC e de continuar a aplicar a política retributiva da empresa, o que representa o aumento dos escalões salariais de acordo com a experiência comprovada no posto de trabalho, os prémios por objetivos e o crescimento do caudal para cobrir as necessidades do “Chefe”.

Evolução da despesa com pessoal

milhões de euros

2022	3.678
2023	4.115

Produtividade

As melhorias realizadas em todos os processos da empresa, assim como a estratégia comercial acertada, levaram a um aumento da produtividade que conseguiu absorver este aumento da despesa:

% s/vendas da despesa com pessoal

2022	12,9 %
2023	12,5 %

Lucros

O lucro líquido do Grupo foi de 1.009 milhões de euros, 3,1 % do valor das vendas. Este indicador evidencia o esforço realizado para que o Projeto Mercadona cresça de forma sustentada e sustentável, colocando o foco na eficiência, na produtividade e na melhoria da gestão.

Evolução do lucro líquido

milhões de euros

2022	718
2023	1.009

EBITDA

O EBITDA do Grupo (definido como o Resultado de Exploração + Amortizações – Rendimentos financeiros) atingiu os 1.910 milhões de euros no fecho de 2023. Por outro lado, o resultado operacional do Grupo manteve uma evolução consentânea com os lucros, coerente com a estratégia e em linha com a aposta firme nos resultados a longo prazo.

Evolução do EBITDA

milhões de euros

2022	1.622
2023	1.910

Recursos próprios

O lucro obtido no exercício e a capitalização da quase totalidade deste fez com que, no fecho do exercício de 2023, os recursos próprios ascendessem a 8.337 milhões de euros, o que é demonstrativo da vontade de reinvestimento dos lucros da empresa. Cabe assinalar que o rácio de recursos próprios relativamente ao ativo total se manteve, nesse ano, em torno dos 62 %.

Evolução dos recursos próprios

milhões de euros

2022	7.529
2023	8.337

Investimentos

A empresa continuou a investir em todos os movimentos necessários para acrescentar valor aos 5 componentes. O esforço de investimento realizado foi de 1.062 milhões de euros, que foram destinados à transformação em que está imersa para poder enfrentar os desafios futuros.

Evolução dos investimentos

milhões de euros

2022	923
2023	1.062

Outros Indicadores

Fornecedores

O prazo médio de pagamento a fornecedores foi de 45 dias e o prazo de rotatividade de existências de 12 dias.

OPEX

Definido como Despesa com Pessoal e Outras Despesas e Rendimentos Operacionais (sem impostos), foi de cerca de 6.037 milhões de euros.

Fluxos de Caixa

A geração de Fluxos de Caixa, tendo em conta os investimentos realizados no exercício de 2023, foi a seguinte:

2.300 M€

Fluxos de atividades de exploração

-1.120 M€

Fluxos líquidos de atividades de investimento e financiamento

1.180 M€

Variação líquida do numerário



Mari Carmen, "Chefe" do supermercado de Avenida Europa em La Vall d'Uixó, Castellón.

GRUPO MERCADONA

Balanço de situação a 31 de dezembro de 2023*

(em milhares de euros)

ATIVO NÃO CORRENTE	8.117.615
Imobilizado intangível e material	7.685.612
Investimentos financeiros e outros ativos	432.003
ATIVO CORRENTE	5.411.541
Existências	821.719
Investimentos financeiros	204.630
Caixa e outros ativos líquidos equivalentes	4.385.192
TOTAL ATIVO	13.529.156
PATRIMÓNIO LÍQUIDO	8.336.659
Capital	15.921
Reservas	7.311.808
Resultado do exercício	1.008.930
PASSIVO NÃO CORRENTE	34.767
Passivos por imposto diferido e provisões	34.767
PASSIVO CORRENTE	5.157.730
Fornecedores	3.570.137
Credores e dívidas com Administrações públicas	980.040
Pessoal	607.553
TOTAL PATRIMÓNIO LÍQUIDO E PASSIVO	13.529.156

* Dados consolidados Mercadona e Irmãdona calculados exclusivamente para esta Memória.

GRUPO MERCADONA

Conta de Perdas e Ganhos a 31 de dezembro de 2023*

(em milhares de euros)

Valor do volume de negócios	32.861.621
Aprovisionamentos	(24.796.656)
Outras receitas	42.828
Despesas com pessoal	(4.115.139)
Outras despesas	(2.083.780)
Amortização do imobilizado	(691.839)
RESULTADO DA EXPLORAÇÃO	1.217.035
Receitas e despesas financeiras	96.230
Imparidades de instrumentos financeiros	7.914
RESULTADO FINANCEIRO	88.316
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	1.305.351
Impostos sobre lucros	(296.421)
RESULTADO DO EXERCÍCIO	1.008.930

* Dados consolidados Mercadona e Irmãdona calculados exclusivamente para esta Memória.

Projeto Legado de Juan Roig e Hortensia Herrero

Desde 2012, Juan Roig e Hortensia Herrero mantêm vivo o sonho comum de pôr à disposição da sociedade os seus conhecimentos para, através do seu apoio económico altruísta, devolver parte do que dela recebem através de projetos sustentáveis no domínio da cultura, do desporto e da formação. Só em 2023 destinaram 110 milhões de euros do seu património pessoal.

110
milhões
de euros
investidos

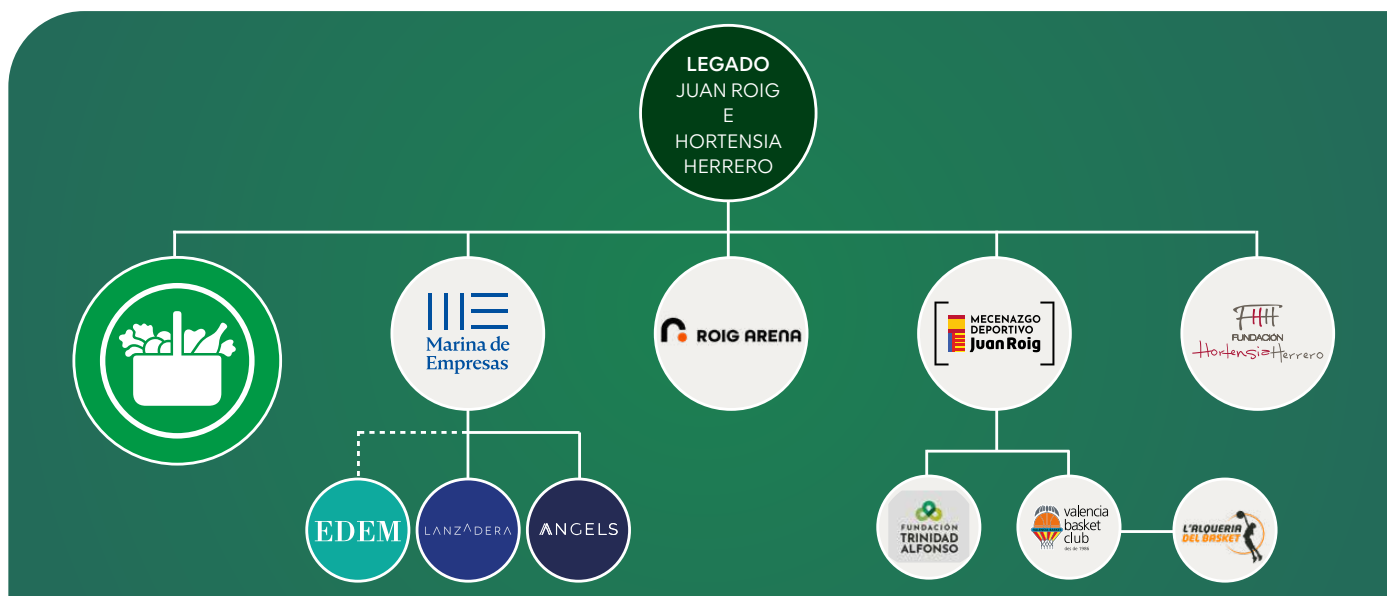
O apoio ao mecenato artístico é canalizado através da Fundación Hortensia Herrero, presidida pela vice-presidente da Mercadona. Em 2023 foram investidos 7,4 milhões de euros, o que aumenta para 47,5 milhões o esforço realizado por esta fundação desde a sua criação, e foi alcançado o marco da inauguração do Centro de Arte Hortensia Herrero, museu já de referência para a arte contemporânea e que inclui mais de 100 obras de 50 artistas, todas da “Coleção Hortensia Herrero”.

Também foi reforçado o compromisso com a promoção do desporto através da Fundación Trinidad Alfonso. Em 2023, esta entidade investiu 10,2 milhões de euros, consolidando a Maratona de Valência como a que tem mais participantes em Espanha e a quarta mais rápida do mundo. Do mesmo modo, tanto Hortensia Herrero como Juan Roig continuaram a apoiar L’Alqueria del Basket e as equipas masculina e feminina do Valencia Basket Club, com um esforço total, na época 2022-2023, de 15,85 milhões de euros,

época em que o clube *taronja* conquistou a sua primeira Liga Feminina Endesa.

Paralelamente, em 2023 continuaram os trabalhos de construção da Roig Arena, um recinto multiúsos e sustentável para celebrar eventos desportivos, culturais e de entretenimento cujo investimento total ascende a 280 milhões de euros provenientes do património pessoal de Juan Roig. Metade desse valor já foi desembolsado, e 56,7 milhões, especificamente, em 2023.

Do mesmo modo, o Projeto Legado continuou a apostar no talento e na formação, fatores essenciais para o desenvolvimento de qualquer sociedade. E esta aposta foi feita através do investimento de 14,5 milhões de euros na Marina de Empresas, um grande polo de empreendedorismo que conta com três eixos: a EDEM, centro universitário e escola de negócios; a Lanzadera, aceleradora de empresas; e a Angels, sociedade que investe em líderes empreendedores.





1. Juan Roig e Hortensia Herrero, ao lado de Fernando Roig, Trini Roig e Amparo Roig, na apresentação do Projeto FER. 2. Sala do Centro de Arte Hortensia Herrero, situado em Valência. 3. Juan Roig e Hortensia Herrero na inauguração do Centro de Arte Hortensia Herrero, ao lado das suas quatro filhas, Carolina, Amparo, Hortensia e Juana. 4. Bailarinos com bolsas de estudo da Fundación Hortensia Herrero no Campus Internacional Valencia Danza 2023. 5. Jogadoras da primeira equipa feminina do Valencia Basket Club, vencedoras da Liga Feminina Endesa 2022-2023. 6. Tariku Novales, na Maratona de Valência, após bater o recorde masculino de Espanha nesta distância. 7. Vista aérea do avanço das obras da Roig Arena em Valência. 8. Estudantes na entrada da EDEM. 9. Naia Espinosa, CEO da *startup* Dryfing, nas instalações da Lanzadera. 10. Ricardo García, empreendedor e CEO da *startup* Flipflow, a realizar uma apresentação durante o “Investors Day” impulsionado pela Angels.

Trajectoria Mercadona 1977-2023



1977

Inicia a sua atividade dentro do Grupo Cárnicas Roig, negócio impulsionado pelo Sr. Francisco Roig Ballester (1912-2003) e a Sra. Trinidad Alfonso Mocholí (1911-2006).

1990

Juan Roig e Hortensia Herrero passam a ter a maioria do capital.

1981

Juan Roig e a sua esposa, Hortensia Herrero, juntamente com os seus irmãos Fernando, Trinidad e Amparo, compram a Mercadona aos seus pais.

1996

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

1993

Implantação da estratégia comercial SPB (Sempre Preços Baixos) e do Modelo de Qualidade Total.

1997

Acordo de união com os Armazéns Gómez Serrano, Antequera (Málaga).

1999

Todos os membros da equipa com contrato sem termo: aposta no emprego estável e de qualidade.

O Projeto Mercadona continua a avançar



2016

Início da brutal transformação.
Aprova a internacionalização em Portugal.
Inauguração dos dois primeiros supermercados com o Novo Modelo de Loja Eficiente (Loja 8).

2008

Realinhamento da Mercadona com o Modelo de Qualidade Total e Carrinho de Compras (carrinho de compras de maior qualidade e mais barato do mercado).

2019

Inauguração das 10 primeiras lojas em Portugal.

2018

Desenvolvimento da estratégia Frescos Global.
Lançamento do novo serviço de vendas *online*.
Implantação da secção de Pronto a Comer.

2022

Estratégia Totaler Radical: oferecer ao “Chefe” a possibilidade de acertar com produtos de uma qualidade efetiva.

2021

Compromisso com a qualidade efetiva por parte de todos os departamentos.

2023

Mais de 100.000 colaboradores.
Desde 2016, a Mercadona investiu mais de 10.000 milhões de euros na brutal transformação.

Informação adicional relevante

Relatório de Verificação Independente

“Em cumprimento da Lei espanhola 11/2018, de 28 de dezembro, o Grupo consolidado Inmo-Alameda, S.L.U., ao qual pertencem a Mercadona, S.A. e a Irmãdona Supermercados, Unipessoal, Lda., apresentou a Declaração de Informação Não Financeira (EINF) consolidada que faz parte do seu relatório de gestão consolidado e que foi verificado pela EY, como prestador independente de serviços de verificação, e que, a 07 de fevereiro de 2024, emitiu o seu relatório de verificação sem reservas.

No âmbito desta tarefa, a EY verificou uma parte importante dos indicadores que se integram, entre muitos outros, na presente Memória corporativa. Na tabela em anexo ‘Impacto da atividade económica da Mercadona’, encontram-se os indicadores refletidos na presente Memória e que, por sua vez, foram verificados pela EY (identificados com √). Em caso de discrepância, prevalece a informação incluída no EINF”.

**Para mais informações, este relatório de verificação,
em conjunto com a Declaração de Informação Não Financeira,
estará disponível em:**



* Tal como define a norma GRI, o objetivo desta Memória é proporcionar informação verdadeira, relevante e precisa.

Impacto da atividade económica da Mercadona

N.º	Indicador	Página/Comentário	
1	Nome da organização	MERCADONA, S.A.	✓
2	Atividades, marcas, produtos e serviços	Págs. 12-21, 32-33	✓
3	Localização da sede	Calle Valencia, 5 Tavernes Blanques, Valência, Espanha	✓
4	Localização das operações	Espanha e Portugal Págs. 4-5	✓
5	Natureza da propriedade e forma jurídica	Págs. 12-13, 94-97	✓
6	Mercados servidos	Págs. 4-5, 12-13	
7	Dimensão da organização	Págs. 4-5	✓
8	Informação sobre funcionários e outros colaboradores	Págs. 4-5, 42-55 A Mercadona conta com 104.000 colaboradores efetivos (98.700 em Espanha e 5.300 em Portugal) e não tem subcontratados na atividade principal	✓
9	Cadeia de abastecimento	Págs. 4-5, 56-67, 72-73	
10	Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de abastecimento	Págs. 6-9, 14-15, 26-27, 58-61	✓
11	Informações sobre como a empresa lida com o princípio da precaução	Págs. 20-21	✓
12	Iniciativas externas	Págs. 28-29, 62-65, 86-91	
13	Relação com associações das quais a organização é membro	Págs. 17, 86-87	✓
14	Declaração do presidente	Págs. 6-7	
15	Principais impactos, riscos e oportunidades	Págs. 20-21	✓
16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	Págs. 12-21 A Mercadona rege-se pelo Modelo de Qualidade Total, que fundamenta os valores e paradigmas da empresa. Nele se define a conduta interna que todos os colaboradores partilham. Além disso, dispõe de um Código de Conduta, cuja missão é assegurar o cumprimento dos valores da empresa e da Lei	✓
17	Estrutura de governo	Págs. 8-9	

N.º	Indicador	Página/Comentário	✓
18	Cargos executivos ou com responsabilidades em aspetos económicos, ambientais e sociais	As responsabilidades nos aspetos económicos, sociais e ambientais recaem sobre os membros do Conselho de Administração, que tomam as suas decisões de forma colegial	
19	Consulta dos grupos de interesse sobre aspetos económicos, ambientais e sociais	Págs. 86-91	
20	Composição do órgão superior de governo e seus comités	Págs. 8-9	
21	Informações sobre se quem preside ao órgão superior também ocupa um cargo executivo	O presidente do Conselho de Administração preside, por sua vez, o Comité de Direção	
22	Conflitos de interesses	Não existem conflitos de interesses	
22	Conflitos de interesses	Todos os Membros do Comité de Direção são colaboradores da Mercadona e não existem situações de conflito de interesses	
23	Funções do órgão superior de governo	Págs. 8-9, 20-21	
24	Conhecimento coletivo do órgão superior de governo	Págs. 8-9	
25	Avaliação do desempenho do órgão superior de governo	Págs. 8-9	
26	Identificação e gestão dos impactos económicos, sociais e ambientais	Cada departamento submete ao Comité de Direção os aspetos económicos, sociais e ambientais relevantes relacionados com a sua atividade, especificamente, durante as reuniões de coordenação	✓
27	Eficácia dos processos de gestão de riscos	Págs. 18-21	✓
28	Análise dos aspetos económicos, ambientais e sociais	Págs. 16-21	✓
28	Análise dos aspetos económicos, ambientais e sociais	Os órgãos de governo da empresa supervisionam e aprovam tudo o que esteja relacionado com os aspetos económicos, ambientais e sociais	✓
29	Função do órgão superior de governo no relatório de sustentabilidade	Os órgãos de governo da empresa supervisionam e aprovam toda a informação que se reporta ao exterior	✓
30	Processo para transmitir as preocupações importantes ao órgão superior de governo	Cada departamento submete ao Comité de Direção os aspetos relevantes relacionados com a sua atividade, especificamente, durante as reuniões de coordenação	✓
31	Natureza e número de preocupações importantes que se transmitiram ao órgão superior	Reportam-se todas as preocupações relacionadas com a sua atividade e que estão sob a sua responsabilidade	✓

N.º	Indicador	Página/Comentário	
32	Políticas de remuneração	Págs. 46-47 A empresa conta, há vários anos, com uma Política Retributiva assente no princípio: “para a mesma responsabilidade, o mesmo salário”	✓
33	Processos mediante os quais se determina a remuneração	Págs. 44-47	✓
34	Participação dos grupos de interesse na remuneração	A empresa dispõe de um Acordo Coletivo em vigor, assinado e acordado com os representantes sindicais dos colaboradores	✓
35	Lista de grupos de interesse	Págs. 18-21	✓
36	Acordos de negociação coletiva	Págs. 50-51 Acordo laboral próprio que abrange 100 % dos colaboradores	✓
37	Identificação e seleção dos grupos de interesse	Págs. 18-21	
38	Abordagens para a participação dos grupos de interesse	Diálogo constante com todos os grupos de interesse, com o objetivo de captar e satisfazer as suas necessidades e expectativas	✓
39	Principais questões e preocupações levantadas	Págs. 18-21 A relação mantida com os grupos de interesse permite aplicar melhorias de produto feitas com os “Chefes”, inovar com os fornecedores e acrescentar conhecimentos ao setor primário para melhorar o sortido de produtos frescos	✓
40	Definição e conteúdo da Memória	A estrutura da Memória corresponde ao Modelo de Qualidade Total e informa sobre os cinco componentes da empresa (grupos de interesse)	
41	Lista de assuntos materiais	Págs. 18-21 Cada capítulo detalha as estratégias e ações realizadas e que são relevantes para cada componente (grupo de interesse)	✓
42	Reformulação da informação	Não houve alterações relevantes	✓
43	Período do relatório	1 de janeiro de 2023 a 31 de dezembro de 2023	✓
44	Data do relatório mais recente	2022	✓
45	Ciclo do relatório	Anual	✓
46	Ponto de contacto para perguntas e dúvidas sobre o relatório	Dados de contacto na contracapa	

N.º	Indicador	Página/Comentário		
47	Relação entre o salário inicial discriminado por género e salário mínimo nos locais onde se desenvolvem operações significativas	Págs. 44-47 A política retributiva responde ao princípio de equidade: “para a mesma responsabilidade, o mesmo salário”, sem distinções de género ou qualquer outra diferenciação		
48	Percentagem de despesas nos lugares com operações significativas que correspondem a fornecedores locais	Págs. 4-5, 66,106		
49	Número e percentagem de departamentos nos quais foram avaliados os riscos relacionados com a corrupção e riscos significativos detetados	Foram avaliadas 100 % das atividades e procedimentos internos dos vários departamentos, nos quais foram identificados possíveis riscos relacionados com a corrupção		
50	Políticas e procedimentos de comunicação e capacitação sobre a luta contra a corrupção	O combate à corrupção é um princípio fundamental no Modelo da Mercadona	✓	
51	Casos confirmados de corrupção e medidas	Não foram detetados casos de corrupção durante o período analisado	✓	
52	Número de sentenças por concorrência desleal, práticas monopolistas ou contra a livre concorrência e resultados das mesmas	Não foi registada nenhuma durante o período analisado		
53	Consumo energético interno	7175.700 GJ	✓	
54	Intensidade energética	526,64 GJ/MQuilitros venda		
55	Poupança no consumo energético	144,70 milhões de kWh	✓	
56	Consumo de água	Consumo total 3,66 hm ³ (dos quais 2,25 hm ³ correspondem a lojas e 1,41 hm ³ a blocos logísticos)	✓	
57	Captação de água segundo a fonte	100 % rede de abastecimento municipal Captação de águas pluviais em três plataformas logísticas, usadas para rega e lavagem	✓	
58	Emissões diretas de gases com efeito de estufa por fugas de gases fluorados	10,58 Tn CO ₂ eq/MQuilitros venda	✓	
59	Emissões indiretas de gases com efeito de estufa por consumo de energia	21,11 Tn CO ₂ eq/MQuilitros	✓	
60	Emissões diretas de gases com efeito de estufa por transporte de mercadorias	7,37 kg CO ₂ eq/m ³ de mercadoria servida à loja	✓	
61	Intensidade das emissões totais de gases com efeito de estufa	55,89 Tn CO ₂ eq/MQuilitros venda	✓	
62	Variação anual das emissões de gases com efeito de estufa	-1.950 toneladas de CO ₂	✓	
63	Emissões de substâncias destruidoras do ozono	A empresa não utiliza substâncias que destruam o ozono		

N.º	Indicador	Página/Comentário	
64	Peso total dos resíduos gerados, de acordo com o tipo e o método de tratamento	406.175 toneladas de resíduos, das quais 91 % vão para reciclagem/valorização	✓
65	Percentagem de novos fornecedores que foram avaliados com base em critérios ambientais	A Mercadona exige a todos os seus fornecedores e interfornecedores especialistas que tenham alguma certificação de boa gestão ambiental internacionalmente reconhecida (ISO 14001, EMAS ou equivalente)	
66	Número e taxa de contratações e rotação média de colaboradores, discriminados por faixa etária, género e área de atividade	Pág. 44	✓
67	Prestações sociais para os colaboradores a tempo inteiro que não são oferecidos aos colaboradores temporários ou a tempo parcial, discriminados por localizações significativas de atividade	Não existe esta diferenciação	
68	Períodos mínimos de aviso prévio para mudanças operacionais e possível inclusão dos mesmos nos acordos coletivos	Qualquer facto relevante que possa afetar a equipa é notificado aos colaboradores e aos seus representantes com uma antecedência suficiente e sempre dentro dos prazos estabelecidos pela legislação em vigor	
69	Percentagem de colaboradores que estão representados em comités formais de segurança e saúde conjuntos para a direção e funcionários, estabelecidos para ajudar a controlar e assessorar em programas de segurança e saúde	Os comités existentes representam todos os colaboradores ao mesmo nível e todos os acordos são confirmados pela Direção	✓
70	Taxa de acidentes horas perdidas e absentismo	Incidência acidentes de trabalho com baixa: 29,42 ‰ Horas perdidas: 9988254 Absentismo: 4,76 % Absentismo homens: 1,46 % Absentismo mulheres: 3,30 %	✓
71	Colaboradores cuja profissão tem maior incidência ou maior risco de doença	No geral, não se identificam colaboradores envolvidos em atividades com alta incidência ou com alto risco de doenças específicas	✓
72	Questões de saúde e segurança abrangidas por acordos formais com os sindicatos	Existem acordos em vigor com os sindicatos que incluem aspetos como melhorias na conceção dos postos de trabalho e na escolha de equipamentos e métodos de produção para garantir a segurança no trabalho, assim como fomentar a informação e a formação necessárias para minimizar os riscos em cada posto	✓
73	Média de horas de formação anuais por colaborador, discriminado por género e categoria profissional	Por funcionário: 26,6 horas de formação e 947,5 € investidos em média por pessoa em Espanha e 142 horas de formação e 3.303 € investidos em média por pessoa em Portugal	✓

N.º	Indicador	Página/Comentário	
74	Programas de gestão de competências e de formação contínua que promovem a empregabilidade dos colaboradores e os ajudam a gerir o fim das suas carreiras profissionais	Págs. 52-53	✓
75	Percentagem de colaboradores que recebem avaliações de desempenho do desenvolvimento profissional discriminados por género e categoria profissional	Pág. 44 Todos os colaboradores são avaliados anualmente no desempenho das suas funções, tanto no sentido descendente como ascendente	
76	Composição dos órgãos de governo e discriminação do pessoal por categoria profissional, género, idade, pertencentes a minorias e outros indicadores de diversidade	Págs. 8-9, 44, 48-49	✓
77	Relação entre o salário-base dos homens relativamente ao das mulheres, discriminando a remuneração mulheres vs. homens	Aplica o princípio de equidade “para a mesma responsabilidade, o mesmo salário” sem qualquer diferença em termos de género	✓
78	Número de casos de discriminação e medidas corretivas adotadas	Em 2023, a Mercadona não registou nenhum caso de discriminação através dos canais disponíveis	✓
79	Identificação de centros e fornecedores significativos nos quais a liberdade de associação e o direito de beneficiar de acordos coletivos podem ser infringidos ou ameaçados, e medidas adotadas para defender estes direitos	A empresa garante a liberdade de associação em todos os seus centros de trabalho, conforme estabelecido no acordo coletivo em vigor Não foram identificados fornecedores relevantes em situação de risco	
80	Identificação de centros e fornecedores com risco significativo de casos de exploração infantil e medidas adotadas para eliminar a exploração infantil	A empresa garante que não existe nenhum caso de exploração infantil nos seus centros de trabalho Não foram identificados fornecedores relevantes em situação de risco	✓
81	Centros e fornecedores com risco significativo de originar episódios de trabalho forçado e medidas adotadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado	A empresa garante que não existe nenhum caso de trabalho forçado nos seus centros de trabalho Não foram identificados fornecedores relevantes em situação de risco	
82	Número e percentagem de centros que foram objeto de análises ou avaliações de impactos em matéria de direitos humanos	A empresa cumpre as normas exigidas nesta matéria, de acordo com a legislação em vigor	✓
83	Horas de formação dos colaboradores em políticas e procedimentos relacionados com questões de direitos humanos relevantes para as suas atividades, incluindo a percentagem de colaboradores capacitados	Toda a equipa recebe formação sobre o Modelo da Mercadona, que inclui os valores e comportamentos dentro da empresa	✓
84	Percentagem de centros nos quais foram implementados programas de desenvolvimento, avaliações de impactos e participação da comunidade local	A empresa não dispõe deste indicador, mas as várias ações realizadas são especificadas no capítulo Sociedade (págs. 76-91)	

N.º	Indicador	Página/Comentário	
85	Centros de operações com efeitos negativos significativos, possíveis ou reais, sobre as comunidades locais	Págs. 20-21, 90 Não foram identificados centros com efeitos negativos nas comunidades locais	
86	Percentagem de novos fornecedores que foram analisados vs. critérios relacionados com os direitos humanos, práticas laborais e repercussão social	Pág. 66 85 % do sortido é de origem espanhola, obtido de fornecedores auditados segundo o Modelo da Mercadona, que inclui a satisfação das necessidades dos colaboradores	
87	Contribuições económicas realizadas para partidos políticos por país e destinatário	Não foram realizadas durante o período do relatório	
88	Número de incidências por incumprimento das normas ou dos códigos voluntários relacionados com os impactos dos produtos e serviços na saúde e segurança durante o seu ciclo de vida, discriminados de acordo com o tipo de resultado desses incidentes	Durante o período do relatório não foram identificados incidentes significativos por incumprimentos neste âmbito	✓
89	Tipo de informação exigida pelos procedimentos da organização relativamente à informação e rotulagem dos seus produtos e serviços, e percentagem de categorias de produtos e serviços significativos que estão sujeitos a estes requisitos	Págs. 30-33	✓
90	Número de incumprimentos da regulação e dos códigos voluntários relacionados com informações e rotulagem dos produtos e serviços, discriminados de acordo com o tipo de resultado	Durante o período do relatório não foram identificados incidentes significativos por incumprimentos neste âmbito	
91	Número de casos de incumprimento das normas ou dos códigos voluntários relacionados com as comunicações de marketing, como publicidade e patrocínio, discriminados em função do tipo de resultado	Durante o período do relatório não foram identificados incidentes significativos por incumprimentos neste âmbito	
92	Número de reclamações relevantes sobre violação de privacidade e fuga de dados dos clientes	A empresa não tem qualquer registo no período do relatório	✓
93	Montante das multas significativas por incumprimento das normas e da legislação relativas ao fornecimento e uso de produtos e serviços, valor monetário das multas significativas e número de sanções não monetárias por incumprimento da legislação e das normas	Não existem incumprimentos significativos das normas*	

* A empresa considera significativa qualquer sanção pecuniária acima de 50.000 €.



MERCADONA
Supermercados de Confiança

MERCADONA S.A.

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

**IRMADONA SUPERMERCADOS,
UNIPESSOAL, LDA.**

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



**PRESENÇA DIGITAL DA MERCADONA
ESPANHA**

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

**PRESENÇA DIGITAL DA MERCADONA
PORTUGAL**

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