

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

Inmo-Alameda, S.L.U. y Sociedades dependientes
31 de diciembre de 2024

En cumplimiento del Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre de 2017 y de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre de 2018 por el que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad, se incluye a continuación la información no financiera consolidada de Inmo-Alameda, S.L.U y Sociedades dependientes referida al ejercicio 2024. Para la divulgación de dicha información, se ha tomado como referencia el marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad *Global Reporting Initiative* (GRI) en su versión *GRI Standards*. Como Anexo I se incluye la relación de contenidos del Estado de Información No Financiera requeridos por la mencionada Ley 11/2018 así como el marco de referencia utilizado. Como Anexo II se incluye la información relativa a la taxonomía del ejercicio 2024 de acuerdo con la plantilla del Anexo II del Reglamento Delegado (UE) 2021/2178, modificado por el Reglamento Delegado (UE) 2023/3851.

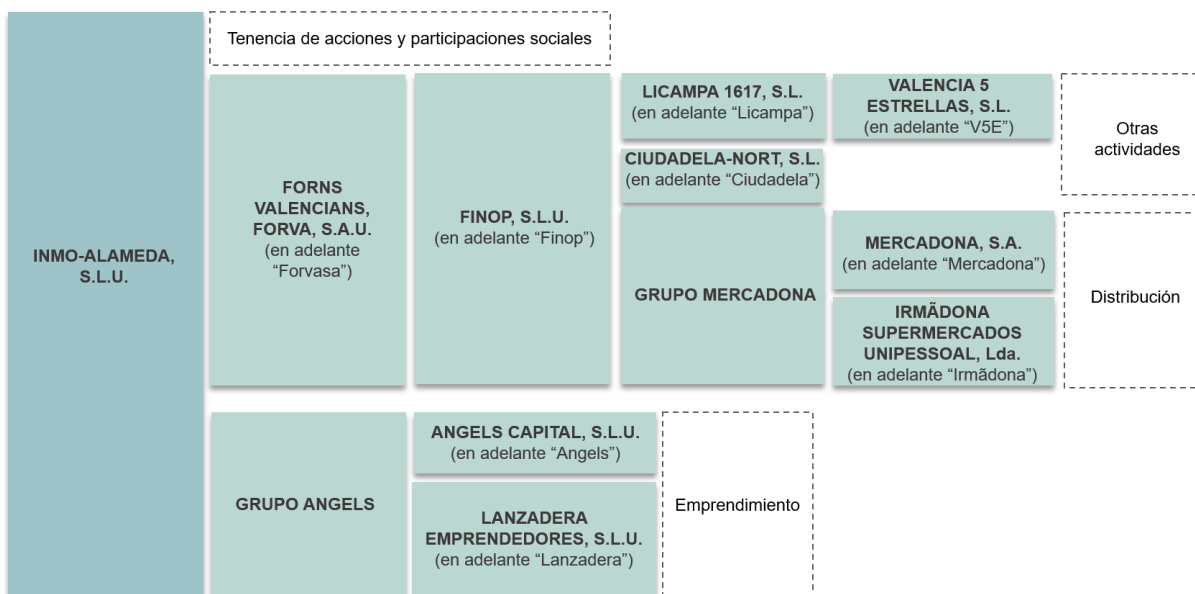
1. ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

Inmo-Alameda, S.L.U. (en adelante, el “Grupo” o “Inmo-Alameda”) es una sociedad de capital español, cuya actividad principal es la tenencia de acciones y participaciones sociales, en la que el socio único ejerce a su vez las funciones de administrador.

El alcance de la información reportada se refiere al grupo formado por Inmo-Alameda, S.L.U. y sociedades dependientes. El ejercicio económico de todas ellas coincide con el año natural.

El presente Estado de Información No Financiera se ha preparado de forma consolidada, coincidiendo las sociedades incorporadas con las incluidas en los estados financieros consolidados.

La estructura societaria del grupo consolidado es la siguiente:



Atendiendo a las actividades claramente diferenciadas que llevan a cabo las sociedades que integran el Grupo, a efectos del presente informe, se ha considerado oportuna la clasificación de las mismas en dos Subgrupos:

- El Subgrupo integrado por las sociedades de Distribución: dedicadas a la distribución al por menor de productos de alimentación en establecimientos no especializados, siendo la sociedad cabecera del mismo Mercadona, S.A. Representa más del 90% de la cifra de ingresos, trabajadores, activos o inversiones del total del Grupo Inmo-Alameda.
- El Subgrupo integrado, mayoritariamente, por las sociedades que tienen naturaleza de Holding: dedicadas a la tenencia de acciones y participaciones sociales, así como a la dirección y gestión de determinadas sociedades en las que participan.

En los distintos apartados del presente informe se entiende por:

- **“Grupo”**: hace referencia a Inmo-Alameda, S.L.U y sociedades dependientes incluidas en las Cuentas Anuales Consolidadas.
- **“Mercadona” o “Subgrupo Distribución”**: hace referencia a las sociedades Mercadona, S.A. y su participada Irmãdona Supermercados. Unipessoal, Lda.
- **“Inmo-Alameda” o “Subgrupo Holding”**: hace referencia a la sociedad Inmo-Alameda, S.L.U. y sociedades dependientes, sin incluir el Subgrupo de distribución.
- En caso de no aparecer identificada como “Grupo” o “Inmo-Alameda”, la información se entiende como exclusivamente referida al Subgrupo de Distribución.

Información General Subgrupo Distribución

Integrado por Mercadona, S.A. y su participada Irmãdona Supermercados, Unipessoal, Lda., que desarrollan su actividad en España y Portugal respectivamente, además de diversas oficinas de representación, sucursales y filiales en varios países, constituidas para dar cobertura legal a las trabajadoras y trabajadores que las integran y así puedan operar en origen en representación del Subgrupo.

Como empresa de distribución alimentaria, Mercadona, participa activamente en las asociaciones empresariales más representativas de supermercados y del sector agroalimentario, promoviendo la responsabilidad social y la innovación empresarial, así como el desarrollo de una cadena agroalimentaria sostenible.

El subgrupo cuenta con una red de 1.674 supermercados (1.614 en España y 60 en Portugal) y más de 110.000 trabajadores que atienden a los 5,9 millones de hogares que depositan anualmente su confianza en la red de supermercados, que cubren las necesidades de alimentación, cuidado personal, limpieza de hogar y cuidado de mascotas.

Con una estrategia de SPB (Siempre Precios Bajos) que permite a los clientes (“Jefes” para Mercadona) realizar sus compras de forma estable, comprando solo lo que necesitan y siempre con la máxima calidad al mejor precio, sin depender de descuentos, promociones o folletos.

A 31 de diciembre de 2024 cuenta con 1.431 tiendas eficientes (Tienda 8) tras la inauguración en 2024 de 42 nuevas tiendas (31 España y 11 Portugal) y la reforma de 29 de las existentes para adaptarlas a este modelo.

Información General Subgrupo Holding

Integrado por Inmo-Alameda y el resto de las sociedades dependientes, excluido el Subgrupo Distribución.

Angels y Lanzadera apoyan la creación de nuevas empresas mediante la formación, orientación, inversión y financiación a emprendedores, actividad que desarrollan en el polo innovador Marina de Empresas de la ciudad de Valencia.

Licampa dedicada a la construcción de un gran Arena multiespacio, multiusos y flexible, el Roig Arena, preparado para celebrar eventos, deportivos, de entretenimiento y corporativos en la ciudad de Valencia los 365 días del año, siendo Valencia 5 Estrellas la filial encargada de la gestión del Arena.

En el presente informe no se ha omitido información específica referente a propiedad intelectual.

Coyuntura

En 2024 se ha moderado la tendencia inflacionista vivida en los últimos años, lo que se ha traducido en una mayor presión sobre los precios de venta y en un aumento de la competencia en el sector en el que opera el Subgrupo de Distribución. Mercadona ha seguido centrada, por una parte, en su estrategia de ventas, ofreciendo a sus clientes productos de calidad a los mejores precios lo que se ha traducido en bajadas de precios de casi 2.000 productos que han supuesto 650 millones de euros de ahorro anual para el Jefe, y por otra en su estrategia de disciplina en costes y de optimización y mejora de procesos para proteger la rentabilidad.

2. MODELO DE NEGOCIO

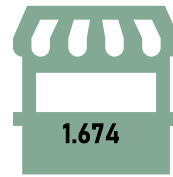
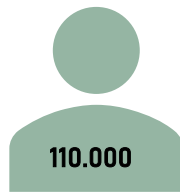
El modelo de gestión específico en el que el Grupo basa sus decisiones es el Modelo de Mercadona, que tiene como objetivo obtener resultados excelentes, al permitir decidir con agilidad cómo y cuándo se debe actuar ante una circunstancia determinada.



"EL JEFE"	Los clientes.
EL TRABAJADOR	La plantilla y su correspondiente representación sindical.
EL PROVEEDOR	Las empresas que fabrican los productos que se venden en los lineales de las tiendas y los que suministran servicios.
LA SOCIEDAD	Formada por todos los elementos de la sociedad que se relacionan con los negocios (asociaciones de consumidores, medios de comunicación, administraciones, foros empresariales, sindicatos, ONG's y entidades sociales, entre otros).
EL CAPITAL	Accionistas del Grupo.

IDEAS FUERZA

Plantilla trabajadores fijos y tiendas



Innovación



Mercadona	Angels	Lanzadera
<p>Colaborar con proveedores especialistas en el desarrollo de nuevos productos: se han impulsado 223 mejoras, 331 nuevos productos y 23 innovaciones en sus 20 centros de coinnovación.</p> <p>Ejemplos de nuevos productos e innovaciones son el Dochi sabor cheesecake y banoffee, helados recubiertos con masa de galleta y en formato snack, del especialista Helados Estiu y el steak tartar, fabricado por Elaborados Cárnicos Medina, que se han incorporado al surtido en 2024 con gran éxito.</p>	<p>Invertir en líderes emprendedores para desarrollar empresas sostenibles y conectarlos con inversores.</p> <p>Para ello ofrece un enfoque de gestión basado en el Modelo, su red de contactos, así como toda la infraestructura necesaria para acompañar al emprendedor, comenzando por las instalaciones situadas en Marina de Empresas y desarrolla iniciativas como el Foro de Inversión de Angels, el <i>Investors Day</i> y Angels Conecta.</p>	<p>Seleccionar y proporcionar a emprendedores líderes un modelo de gestión y los medios necesarios que faciliten que sus empresas evolucionen a través de un programa de aceleración sostenible.</p>

La agilidad y la sencillez en la forma de abordar el desarrollo de nuevos productos, servicios y proyectos van unidas a la capacidad de colaborar con “El Jefe” para captar nuevas necesidades, y así aunar durante el proceso creativo el conocimiento de este, de las trabajadoras, de los trabajadores y de los proveedores. En Mercadona se es consciente de que cuanto más rápido se innova, más rápido se aprende y se progresa, incrementando así el valor diferencial con respecto al resto de competidores.

Consecuencia de esta estrategia de innovación y de apuesta por la especialización es el Modelo de Coinnovación, que arrancó en 2011. Basado en compartir con los clientes, experiencias y costumbres de uso y consumo de alimentación, bebidas, limpieza del hogar, aseo personal y cuidado de mascotas, se lleva a cabo en sus 20 centros de coinnovación, donde se replican los espacios de los hogares de los Jefes en los que consumen nuestros productos (cocina, paellero, zonas de lavandería, limpieza del hogar), además de contar con zonas habilitadas para pruebas de escaparate y pruebas ciegas de producto.

Los 192 profesionales o especialistas, como se les denomina internamente, se esfuerzan en captar las necesidades desde el cliente y así ofrecer soluciones acertadas, trabajando en colaboración con los proveedores especialistas.

Durante el ejercicio 2024, se han impulsado un total de 223 mejoras, 331 novedades y 23 innovaciones de producto, habiéndose realizado 11.000 sesiones con los "Jefes" (10.000 España, 1.000 Portugal) para innovar conjuntamente. Un esfuerzo que no solo se traduce en nuevos productos sino también en mejoras de calidad de productos existentes en el surtido.

2.1 ACONTECIMIENTO EXCEPCIONAL DANA

El 29 de octubre de 2024, el fenómeno meteorológico conocido como DANA provocó graves inundaciones en las poblaciones al sur de la ciudad de Valencia (comarca de L'Horta Sud) causando más de 200 fallecidos y cuantiosos daños materiales. Siendo coherente con el Modelo de Negocio, el grupo Inmo-Alameda puso en marcha una serie de medidas para ayudar a paliar los graves daños sufridos tanto en centros propios, como en los bienes de los trabajadores, proveedores, clientes y vecinos.

"El Jefe"

Una de las prioridades de Mercadona fue garantizar el servicio en las zonas afectadas lo antes posible, contando para ello con el personal propio y el apoyo de proveedores:

- De las 21 tiendas afectadas, 11 pudieron volver a la normalidad en los 2 días siguientes y las 10 restantes lo han hecho de forma progresiva, dependiendo de la gravedad de los daños, en los siguientes tres meses.
- En el Bloque Logístico de Ribarroja se vieron afectados los almacenes de producto congelado, de importaciones y de material auxiliar, así como las líneas de pan, quedando parcialmente fuera de servicio y necesitando, en algunos casos, de una reconstrucción total. Su servicio fue suplido por el resto de los bloques logísticos.

Trabajador: Alcem-se equipo

Casi un millar de trabajadores sufrieron daños materiales por las inundaciones. Todos ellos recibieron ayudas económicas con el objetivo de paliar, en parte, estas pérdidas:

- 942 personas recibieron ayudas que compensaban en 92 casos la pérdida total o parcial de la vivienda, en 249 casos la de enseres o en 678 la de vehículos (coches y motos), siendo 120 trabajadores los que han recibido más de una ayuda.
- El importe de la ayuda ha sido el mismo para todos los trabajadores en función del daño sufrido, oscilando entre 500 euros por pérdida de bicicleta o patinete usado para su desplazamiento al trabajo y 50.000 euros por pérdida total de la vivienda.

Proveedor

El Grupo abrió tres líneas de ayuda para los 72 proveedores afectados que sufrieron daños en sus instalaciones, existencias, etc. Las medidas adoptadas consistieron en anticipar el pago de trabajos realizados, reducir temporalmente el plazo de pago habitual o realizar anticipos a compensar con servicios futuros, pudiendo combinar varias de estas medidas para un mismo proveedor.

Sociedad

Desde el inicio, las diferentes sociedades que integran el Grupo Inmo-Alameda, colaboraron con la Sociedad Valenciana, poniendo a su disposición las instalaciones necesarias para acoger a servicios de emergencia o afectados y habilitando diferentes líneas de ayuda, tanto económicas como materiales, entre ellas:

- Donación de 300 toneladas de alimentos y artículos básicos, canalizadas a través de ayuntamientos, bancos de alimentos y voluntarios. Estas donaciones se realizaron de forma coordinada con proveedores y en colaboración con el Banco de Alimentos de València y trabajando con las autoridades pertinentes.
- Donación de alimentos a los comedores sociales con los que la empresa colabora y que están ubicados en las zonas afectadas y alrededores, además de la reconstrucción de 6 de ellos.
- A través de las diferentes sociedades del grupo Inmo-Alameda surgió la plataforma Alcemse, a través de la cual los negocios afectados pudieron solicitar asesoramiento y ayudas económicas de hasta 10.000 euros. De las más de 6.500 solicitudes recibidas, que gestionaron un equipo de 200 profesionales de Marina de Empresas y Mercadona, finalmente se concedieron 4.600, mayoritariamente a autónomos y microempresas, que representaban el 70% de las solicitudes recibidas.
- Desde el Departamento de Obras de Mercadona, contando con la colaboración de más de 200 proveedores coordinados por el equipo del propio Departamento y con la autorización previa de los ayuntamientos, se realizaron labores de recuperación en zonas públicas, así como ayuda en las tareas de vaciado de residuos, limpieza, y pintura en plantas bajas, zaguanes, garajes tanto de particulares como de pequeños comercios.

2.2 MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS

El Modelo de gestión en el que se basa el Grupo implica cumplir y exigir el cumplimiento de la legalidad vigente, así como llevar a cabo todas las acciones necesarias, más allá de la normativa, que aseguren la satisfacción de los diferentes grupos de interés de la empresa, integrados en los cinco Componentes, con los que mantiene una relación basada en el dialogo transparente.

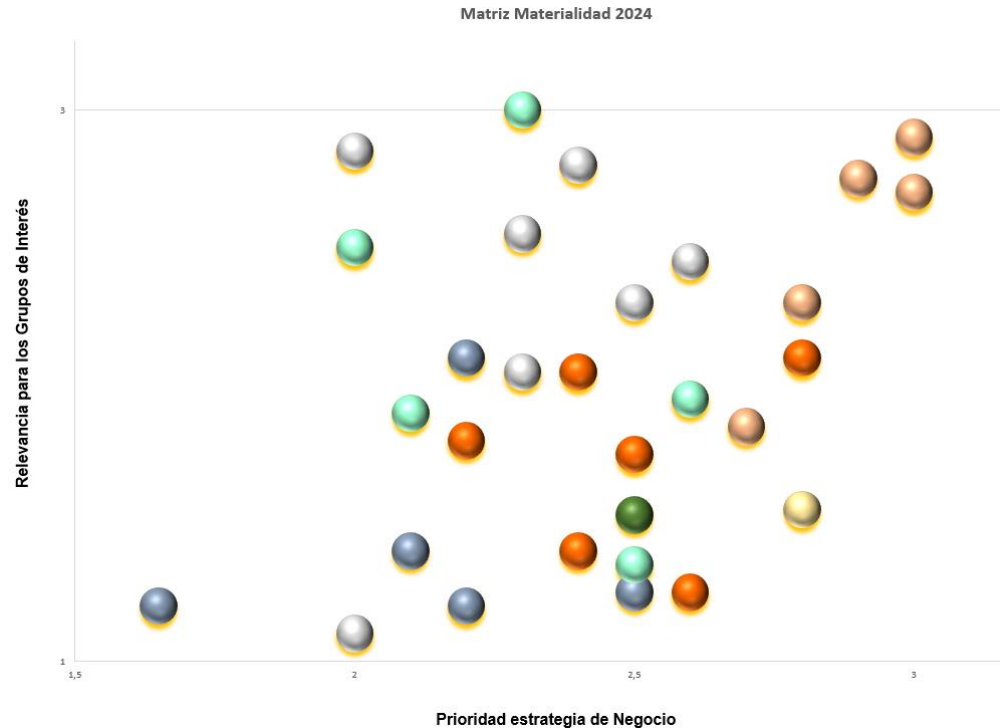
Siguiendo las recomendaciones de los estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI) se ha llevado a cabo un análisis de materialidad a través del cual se han identificado los asuntos considerados relevantes para el negocio y para los grupos de interés (“Jefe”, Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital).

La matriz de materialidad de 2024 se ha elaborado con la misma metodología de años anteriores:

Identificación	Priorización	Elaboración	Validación
Establecer y evaluar los temas materiales desde un punto de vista interno y externo.	Presentar los asuntos relevantes a grupos de interés internos y externos para valorar su relevancia en función del impacto y la influencia en sus decisiones y/o expectativas.	Desarrollar la matriz de materialidad ordenando gráficamente los aspectos materiales.	Revisar el resultado de la matriz de materialidad y contrastar que refleja de forma razonable todos los temas materiales.

TEMAS MATERIALES	
Medioambiente	
1	Gestión del desperdicio alimentario
2	Reciclaje y economía circular
3	Logística sostenible
4	Mejora de la eficiencia energética y digitalización
5	Clima y descarbonización
6	Criterios y ESG en la cadena
Social	
7	Atracción y retención del talento
8	Conciliación familiar
9	Formación
10	Salario competitivo
11	Igualdad y diversidad
12	Salud y seguridad
13	Canales internos de Información
14	Comunicación corporativa
15	Relación con proveedores
16	Seguridad alimentaria
17	Calidad
18	Atención al cliente / Servicio
19	Surtido eficiente
20	Precio Competitivo
21	Donaciones de alimentos y acción social
22	Integración en la comunidad
23	Desarrollo económico del entorno
24	Fomento y Apoyo al emprendimiento
25	Mecenazgo deportivo
Gobernanza	
26	Buenas prácticas de Gobierno Corporativo
27	Prevención del fraude y corrupción
28	Aportación tributaria y transparencia fiscal
29	Rentabilidad y solvencia financiera
30	Seguridad y protección de datos

Se han identificado **30 aspectos materiales** agrupados en **3 categorías principales** (Medioambiente, Social y Gobernanza) que se detallan en la siguiente matriz de materialidad y sobre los que se proporciona más detalle a lo largo del presente informe:



Adicionalmente, en 2024 Mercadona ha realizado un primer análisis siguiendo el enfoque de Doble Materialidad contenido en la Directiva 2022/2464 sobre información corporativa en materia de sostenibilidad. En este proceso se ha aplicado la metodología descrita por EFRAG (Grupo Asesor Europeo de Información Financiera y No Financiera para la Comisión Europea) consistente en evaluar la materialidad de impacto (cómo la actividad de Mercadona impacta en las personas y el medio ambiente) y la materialidad financiera (cómo los temas de sostenibilidad en sus vertientes ambiental, social y de gobernanza, pueden desencadenar riesgos y/o oportunidades que a su vez generen efectos financieros, positivos y/o negativos, sobre Mercadona).

2.3 PRINCIPALES RIESGOS Y ESTRATEGIAS

Se destacan a continuación los principales riesgos del Grupo y algunas de las estrategias más significativas para la mitigación de los mismos:






RIESGO	ESTRATEGIAS
<i>“EL JEFE”</i>	
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión de calidad y de seguridad alimentaria. • Contrastaciones de productos, superficies y procesos. • Simulacros “Indicios Muy Muy Graves MMG”.
Cambio de hábitos de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Surtido Eficiente y Modelo de Coinnovación. • Surtido de alimentación saludable. • Estrategia Frescos Global. • Implantación de Listo para Comer. • Impulso de la compra online a través de Colmenas, Panales y la Nueva Telecompra.
Transformación digital	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Atención al Cliente. • Innovación transversal. • Mercadona Online. • Automatización de procesos.
Protección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación Reglamento General de Protección Datos.
<i>EL TRABAJADOR</i>	
Estrategias remuneratorias y de compromiso con la plantilla	<ul style="list-style-type: none"> • Puestos de trabajo fijos. • Sueldos por encima de la media del sector actualizados anualmente en base a una política de tramos y la variación anual del IPC. • Prima por objetivos. • Formación, transparencia y promoción interna.
Conciliación	<ul style="list-style-type: none"> • Conciliación de la vida familiar, laboral y personal. • Fomento de la corresponsabilidad. • Horario 5+2 en tiendas. • Calendario anual de horarios, vacaciones y descansos conocido.
Igualdad y diversidad	<ul style="list-style-type: none"> • Principio de equidad. • Plan de Igualdad y gestión de la diversidad.
Prevención de riesgos laborales	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio médico a disposición de las trabajadoras y trabajadores. • Equipo técnico especializado en prevención de riesgos laborales. • Garantizar y hacer que se garanticen (cada uno en la parte que nos toca) los protocolos de protección establecidos por la empresa para cada proceso.
Protección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación Reglamento General de Protección Datos.

RIESGO	ESTRATEGIAS
EL PROVEEDOR	
Buenas prácticas comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Buenas Prácticas Comerciales. • Pautas de Conducta Ética para Proveedores. • Cadena agroalimentaria sostenible. • Generación de tejido industrial. • Compromiso de pesca sostenible. • Compromiso Bienestar Animal. • Coinnovación con proveedores.
Protección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación Reglamento General de Protección de Datos.
LA SOCIEDAD	
Movilidad sostenible en las ciudades	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Logística Sostenible.
Uso responsable de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Gestión Medioambiental propio. • Estrategia de prevención del desperdicio alimentario. • Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8).
Relación con comunidades locales	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo y transparencia. • Modelo de relación con las comunidades locales, ONG, entidades sociales, asociaciones de consumidores y asociaciones de intolerantes y alérgicos. • Impulsar el emprendimiento. • Gestión Proactiva de Vecinos para detectar y eliminar posibles focos de riesgo y molestias. • Gestión para solucionar de forma rápida y eficaz los <i>inputs</i>, sugerencias y quejas de la vecindad.
Medioambiente y cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Gestión Ambiental propio. • Estrategias para mejorar la sostenibilidad de la actividad en el entorno y en la cadena de suministro. • Gestión responsable de residuos. • Gestión circular de envases comerciales. • Plan de acción y reducción de las emisiones en Logística. • Modelo de Tienda Eficiente (Tienda 8). • Plan de Energía.
Legalidad inherente a los distintos aspectos de actividad del Grupo (sanidad, consumo, medio ambiente, comercio, fiscalidad, trabajo, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de prevención de delitos y anticorrupción. • Actualización de la legislación y adaptación a los procesos internos para su cumplimiento.
Protección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación Reglamento General de Protección de Datos.
EL CAPITAL	
Rentabilidad y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de gestión de riesgo financiero. • Reinversión y visión a largo plazo. • Generación de riqueza y valor compartido. • Capital consciente. • Revisión constante de los procesos internos.

2.4 GESTIÓN SOSTENIBLE





Las sociedades que integran el Grupo asumen el compromiso de impulsar las mejores prácticas en materia de sostenibilidad y desarrollar su actividad de manera responsable. Lo hacen mediante un comportamiento ético que fomenta el diálogo con la sociedad y que promueve los distintos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por la Organización de Naciones Unidas, organización que también promueve el Pacto Mundial, iniciativa de la que Mercadona es socia desde 2011.

Acciones en curso para el ODS		Componentes donde tiene impacto:
		J T P S C
Fin de la pobreza 	<ul style="list-style-type: none"> – Donaciones a bancos de alimentos, comedores sociales y otras entidades. – Tarjeta Sociedad. – Colaboración en campañas de captación de recursos en favor de entidades sociales reconocidas poniendo a disposición de los “Jefes” la posibilidad de realizar donaciones en caja. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> </div>
Hambre cero 	<ul style="list-style-type: none"> – Donaciones a bancos de alimentos, comedores sociales y otras entidades. – Tarjeta Sociedad. – Gestión de <i>stock</i> en tiendas para prevenir y reducir el desperdicio alimentario. – Política de Derechos Humanos. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> </div>
Salud y bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> – Sistema de Calidad y de seguridad alimentaria. – Surtido adaptado a colectivos con necesidades especiales. – Protocolos de salud y seguridad para todas las personas trabajadoras en los distintos puestos de trabajo. – Compromiso de Bienestar Animal. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>
Educación de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> – Formación y captación de la plantilla. – Colaboración con entidades educativas como EDEM. – Esfuerzo en conciliar la inserción de jóvenes, con sus estudios y/o especialización profesional. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>
Igualdad de género 	<ul style="list-style-type: none"> – A “igual responsabilidad, mismo sueldo”. – Plan de Igualdad. – Protocolo de apoyo y asistencia a víctimas de violencia de género. – Campaña de sensibilización por la igualdad y contra la violencia de género. – Apoyo a la lactancia. – Política de Derechos Humanos. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; text-align: center;">●</div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px;"></div> </div>

		Acciones en curso para el ODS		Componentes donde tiene impacto:				
				J	T	P	S	C
Agua limpia y saneamiento		<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de teledeteción de consumos de agua. - Tratamiento y depuración de vertidos de todos los Bloques Logísticos. - Depósitos de agua auxiliares en tiendas en zonas de alto riesgo hídrico (Garantizar Seguridad Alimentaria). - Tiendas con infraestructura de vertidos conectada a la trama urbana, para tratamiento en las EDAR Municipales. - Abastecimiento de agua 100% Municipal. - Medidas de ahorro en todos los centros. - Proyecto de caracterización y mejora de calidad de vertidos. - Política Sostenibilidad Corporativa. 	●	●	●	●		
Energía asequible y no contaminante		<ul style="list-style-type: none"> - Ahorro y eficiencia energética. - Autoproducción de energía fotovoltaica a través de la instalación de paneles. - Compra de energía renovable. 			●	●		
Trabajo decente y crecimiento económico		<ul style="list-style-type: none"> - Empleo estable y de calidad con una remuneración por encima del sector. - Contribución al crecimiento compartido en los países en los que tiene presencia. - Pautas de Conducta Ética para Proveedores. - Servicio de Prevención propio para promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todas las personas trabajadoras. - En tiendas, horarios 5+2 y calendario anual de descansos. - Política de Derechos Humanos. 		●	●	●	●	
Industria, Innovación e Infraestructura		<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Tienda Eficiente (tienda 8). - Modelo de Coinnovación. - Modelo de Innovación Transversal. - Modelo de Relación con proveedores que impulsa un <i>clúster</i> industrial. - Política de Cambio Climático. 	●	●		●		

Acciones en curso para el ODS		Componentes donde tiene impacto:				
		J	T	P	S	C
Reducción de las desigualdades						
	<ul style="list-style-type: none"> – Protocolo prevención frente acoso laboral. – Colaboración con entidades que fomentan la integración de personas con discapacidad en el mundo laboral. – Política de Derechos Humanos. 		●	●		
Ciudades y comunidades sostenibles						
	<ul style="list-style-type: none"> – Gestión proactiva de los vecinos. – Sistema de gestión ambiental propio. – Medidas de logística sostenible. – Modelo de Tienda Eficiente (tienda 8). – Gestión responsable de residuos. – Implantación <i>Smart Distribution</i> y DUM Silenciosa en ciudades. – Cubiertas ajardinadas e integración en el entorno. – Política de cambio climático. – Red de Puntos de Carga Vehículos Eléctricos. 			●	●	●
Producción y consumo responsables						
	<ul style="list-style-type: none"> – Política comercial SPB (Siempre Precios Bajos). – Modelos de producción responsable en la cadena agroalimentaria. – Estrategia de prevención el desperdicio alimentario. – Compromiso de Bienestar Animal. – Estrategia 2R: envases optimizados y reciclables. – Planes de gestión y reducción de residuos. – Gestión circular de envases comerciales. – Compromiso con la eficiencia energética. – Política de Derechos Humanos. – Política de cambio climático. 	●		●	●	●
Acción por el clima						
	<ul style="list-style-type: none"> – Plan de Acción y Reducción de las Emisiones. – Optimización logística. – Sistema de Gestión Ambiental propio. – Medición de la huella de carbono. – Política de cambio climático. 			●	●	●
Vida submarina						
	<ul style="list-style-type: none"> – Compromiso de Pesca sostenible. – Colaboración con organizaciones por la sostenibilidad de los productos de la pesca. 	●		●	●	

	Acciones en curso para el ODS	Componentes donde tiene impacto:				
		J	T	P	S	C
<p>Vida de ecosistemas terrestres</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Cubiertas ajardinadas e integración en el entorno. - Metodología para la protección de las golondrinas y el avión común. - Colaboración con proveedores para poder realizar un análisis de impactos en sistemas de producción terrestre. - Campañas de recogida de alimentos para mascotas en tiendas. 		●	●	●	
<p>Alianzas para lograr los objetivos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas con organizaciones sectoriales y sociales (AECOC, ASEDAS, CEOE, AVE, Foro Interalimentario, Fundación COTEC para la innovación, Foro de empresas Innovadoras, Fundación ÉTNOR, CIP, APED, Cámara de Comercio e Industria Luso-española, Pacto Portugués para los Plásticos, Forética, Fundación Seres...) para avanzar en el cumplimiento de los ODS's. - Colaboración con entidades que fomentan la integración laboral de personas con discapacidad. - Trabajar de la mano de los proveedores para desarrollar medidas de reducción y control de impactos. 		●		●	

3. POLÍTICAS SOCIALES Y PLANTILLA

El talento, la pasión y el alto nivel de compromiso de todas las personas que integran el Grupo son valores clave, sin los que no sería posible la evolución y transformación constante.

Las principales políticas en materia de personal son las siguientes:

a) Empleo estable y de calidad

Para poder satisfacer plenamente a los clientes, se destinan los recursos necesarios encaminados a fomentar el desarrollo, tanto personal como profesional, de cuantos forman parte de las sociedades del Grupo. A continuación se muestran los datos de la plantilla, cuya cifra total a efectos de presentación ha sido redondeada en 2023 y 2024.

La plantilla media, que no varía significativamente respecto a la de cierre de año, con **contrato indefinido** ha sido:

	2024	2023
España	103.143	98.663
Portugal	6.823	5.300
Resto de países	34	37
Total	110.000	104.000

La distribución por género:

	2024	2023
Mujeres	66.669	63.097
Hombres	43.331	40.903

La distribución por rango de edad:

	2024	2023
Hasta 29 años	17.454	16.223
Entre 30 y 39 años	30.722	30.081
Más de 40 años	61.824	57.696

La distribución por clasificación profesional, sin tener en cuenta la alta dirección, cuya información se detalla en las notas 16 y 18 de la Memoria:

	2024	2023
Personal base	97.409	92.401
Técnicos	7.806	7.014
Coordinadores	4.734	4.543

La distribución por tipo de contrato:

	2024		2023	
	Tiempo Total	Tiempo Parcial	Tiempo Total	Tiempo Parcial
Mujeres	42.636	24.033	41.150	21.947
Hombres	38.640	4.691	37.186	3.717

Los contratos a Tiempo Parcial corresponden, en su práctica totalidad, a la categoría Personal base, distribuyéndose y concentrándose por rangos de edad de forma equivalente al de los contratos indefinidos.

La distribución de nuevos contratos temporales por rango de edad, cuya distribución por género es similar a la de contratos indefinidos:

	2024	2023
Rango de contratos temporales sobre el total	5% - 10%	5% - 10%
% Menos de 29 años	60%	59%
% Entre 30 y 39 años	28%	30%
% Mas de 40 años	12%	11%

Las contrataciones temporales están vinculadas, mayoritariamente, a sustituciones (como permisos por nacimiento o vacaciones) o a refuerzos puntuales de plantilla. Asimismo, el Grupo promueve la inserción en el mundo laboral de jóvenes realizando un gran esfuerzo en el apoyo para conciliar esta con los estudios, la formación y la especialización profesional.

Porcentaje de bajas obligatorias por género:

En 2024 el número de bajas obligatorias ha representado el 3,93% de la plantilla fija media (3,48% en 2023), correspondiendo, en su práctica totalidad, a las categorías profesionales que suponen el 96% de la plantilla total (personal base y técnicos), siendo la distribución por género y franjas de edad homogénea con las de la plantilla media con contrato indefinido.

Cifras acerca de los sueldos medios (euros brutos/mes):

La equidad es un valor irrenunciable que forma parte del modelo de las empresas del Grupo, que aplican de manera transversal y se concreta en el principio de "a igual responsabilidad, mismo sueldo".

	2024	2023
Hasta 29 años	1.830	1.794
Entre 30 y 39 años	2.450	2.435
Más de 40 años	2.712	2.640

En la categoría profesional Personal base, que representa el 89% de la plantilla, el sueldo medio de mujeres y hombres ha sido 2.204 y 2.176 euros respectivamente (2.179 y 2.111 euros en 2023). En las categorías de Técnicos y Coordinadores, que suponen el 7% y el 4% de la plantilla respectivamente, los sueldos medios de mujeres y hombres han sido 3.237 y 3.482 euros para la primera categoría y para la segunda de 7.188 y 7.640 euros (en 2023, para la primera 3.176 y 3.326 euros y 6.941 y 7.317 euros para la segunda). Los sueldos medios de mujeres y hombres agrupando todas las categorías son 2.409 y 2.602 euros respectivamente.

En 2024 el Grupo actualizó sus tablas salariales, aplicando desde enero el IPC definitivo a cierre de 2023, lo que ha supuesto un incremento del 3,1% en España y del 1,4% en Portugal.

Tal como se ha comentado en apartados anteriores, 942 trabajadores se han beneficiado de una ayuda económica directa para paliar los daños sufridos a consecuencia de la DANA, reafirmando no solo el compromiso, sino también la responsabilidad del Grupo con sus trabajadores.

b) Transparencia y diálogo con trabajadores

Uno de los valores clave para todas las sociedades que integran el Grupo Inmo-Alameda es la transparencia, aplicada de manera constante en la relación con todos los Componentes a través de distintas estrategias, tales como la comunicación objetiva y periódica de la evolución del negocio, reuniones periódicas con la plantilla, la confección de la memoria anual corporativa, la rueda de prensa anual de presentación de resultados, el portal de transparencia, la participación en numerosos foros, así como diferentes informes e iniciativas de sostenibilidad en las que colabora con las asociaciones de las que son miembros.

Adicionalmente, Mercadona e Irmãdona, cuentan con el canal de comunicación interno denominado Activo2, cuya finalidad es compartir con la plantilla, novedades, resultados y otras noticias de interés, a la vez que recoger su opinión al respecto. Todos los trabajadores pueden dejar un comentario a través de las publicaciones que se hacen semanalmente en Activo2, así como opinar libremente sobre cambios en procesos y/o productos, ofrecer inputs de mejora, o informar de la implantación de los mismos. Con 8,1 millones de visualizaciones y 29.200 comentarios, además de ejemplos y publicaciones, se ha convertido en una herramienta potente de comunicación interna.

Continuando con el compromiso de agilizar los trámites administrativos, durante este ejercicio se ha realizado una mejora en Activo2, para que las trabajadoras y trabajadores de las colmenas puedan ver sus vacaciones a través de la aplicación, igualando así la opción de las que ya disponía el personal de tiendas.

El Grupo promueve un modelo de diálogo social basado en el Modelo de Mercadona y en los procedimientos y términos dispuestos en el Estatuto de los Trabajadores y la Ley Orgánica de Libertad Sindical a través de los Comités de Empresa, delegadas/os de personal y el Comité Intercentros establecido.

Los sindicatos con representación en Mercadona son UGT, CCOO, Sindicato Independiente, ELA, CIG, CSIF, OSTA, MAySA, LAB y AITB. Cuentan con Comités Intercentros (1 de empresa y 1 de Seguridad y Salud), que agrupan 111 Comités, con 1.700 y 400 delegados respectivamente.

En Portugal no se realizan elecciones sindicales y, por tanto, no existen comités. Las trabajadoras y trabajadores interesados se afilian al sindicato de su elección y es este el que defiende los intereses de sus afiliados.

Adicionalmente, Mercadona dispone de un observatorio paritario formado por las organizaciones sindicales y la empresa, con el objetivo de mejorar la flexibilidad y eficiencia en la introducción de mejoras relacionadas con la jornada laboral, su distribución y su efecto en los periodos vacacionales.

La totalidad de los trabajadores del Grupo están sujetos a los convenios colectivos que les son de aplicación. El Convenio Colectivo de Mercadona está firmado por los representantes de la Unión General de Trabajadores (U.G.T.), de Comisiones Obreras (CC.OO.) y del Sindicato Independiente (S.I.), los cuales suponen el 94% de la representación sindical. Este convenio, en vigor desde 1 de enero de 2024 y con una duración de 5 años, refuerza la importancia del crecimiento compartido y sostenible, y es el que afecta a un mayor número de trabajadoras y trabajadores, destacando en materia retributiva los principios de “equidad retributiva” (igual responsabilidad, mismo sueldo), “equilibrio Valor/Esfuerzo” (prima proporcional al tiempo trabajado) y “mantenimiento del poder adquisitivo” (vinculado al incremento de IPC del salario base y a los objetivos de la compañía). El Convenio Colectivo de Oficinas y Despachos de la Provincia de Valencia es el que aplica al resto de las empresas del grupo.

Mercadona continúa avanzando en sus políticas de aplicación del descanso semanal, pioneras en el sector, haciendo extensible el descanso de al menos ocho fines de semana largos al año, del que ya

disfrutaba el personal de tiendas, a las trabajadoras y trabajadores de las colmenas (almacenes exclusivos para la venta online) y bloques logísticos. Además, cumpliendo con otro de los compromisos adquiridos en el Convenio, se han reducido significativamente las semanas de seis días de trabajo en los bloques logísticos.

En Portugal se aplica el Convenio Colectivo APED (Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución), que cubre al 100% de las trabajadoras y trabajadores.

Al no exigir la normativa la creación de Comités de Seguridad y Salud se ha definido una formación en prevención ad-hoc, de forma que, en caso de accidente, primero se asiste a la trabajadora o trabajador y después se comunica a la aseguradora privada. En caso de accidente grave se comunica a la ACT (Autoridad para las Condiciones de Trabajo).

c) Compromiso con la igualdad, la diversidad y la conciliación

IGUALDAD

El modelo de gestión de recursos humanos de todas las sociedades que integran el Grupo defiende y fomenta valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional. Por este motivo, propicia una relación de respeto y confianza, en la que la tolerancia, la igualdad y la diversidad son valores que enriquecen a todo el Grupo.

Plan de Igualdad:

En España: el Plan de Igualdad, que va por su quinta edición tras su primera publicación en 2010, parte del compromiso conjunto de la dirección de la empresa y la representación de las trabajadoras y trabajadores por el desarrollo de unas relaciones laborales basadas en la igualdad, la calidad en el empleo y el respeto por la diversidad, en consonancia con el Modelo de Mercadona. El Plan tiene por objeto promover la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres; garantizar la ausencia de discriminación; asegurar la igualdad retributiva por trabajos de igual valor; facilitar el ejercicio de derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral; y fomentar la corresponsabilidad entre mujeres y hombres.

La mayor expresión de desigualdad es la violencia de género. Con objeto de minimizar los efectos de esta violencia y proteger a las mujeres trabajadoras víctimas de violencia de género, desde 2013 la compañía tiene un protocolo de actuación en caso de violencia de género. Este protocolo consiste en reunirse con la trabajadora de forma inmediata y ofrecer la ayuda al alcance de la empresa: asistencia, asesoramiento legal y psicológico. Además, se le indican los teléfonos de interés internos (servicio médico, jurídico, entre otros) y externos (puntos de asesoramiento que ofrece el Ministerio). También se le hace entrega y se explica un documento con la recopilación de derechos recogidos en la Ley y en el Plan de Igualdad interno, como son: la excedencia con reserva de puesto de trabajo de tres años, el derecho a un traslado, la reducción y adaptación de la jornada y la suspensión del contrato con derecho a desempleo.

En Portugal, siguiendo el Modelo de Mercadona se fomenta la igualdad de oportunidades en el acceso a la empresa, la formación y promoción, la conciliación, la retribución y demás condiciones laborales, si bien estos principios no han sido formalmente recogidos en un Plan de Igualdad. Asimismo, está disponible un Protocolo contra la Violencia Doméstica que cumple con el mismo objeto que el español, adaptado a los puntos de contacto y la legislación portuguesa.

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres:

La igualdad y el respeto de la diversidad son valores transversales en el Grupo, integrados en su Modelo de Gestión, con el convencimiento de que la aplicación del principio de igualdad en las empresas revierte positivamente en todos los Componentes del Modelo, la creencia firme de que el mejor activo y la mayor ventaja competitiva, son sin duda, las trabajadoras y trabajadores.

Forma parte de la identidad del Grupo la equidad en todos los ámbitos y a todos los efectos, rechazando cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, orientación sexual, discapacidad, edad, nacionalidad o de cualquier otro tipo.

En materia de violencia de género, desde el año 2013, Mercadona pertenece al grupo de empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, compromiso que fue renovado en 2022. En Portugal se firmó en 2020 el Pacto Empresarial contra la Violencia, que formaliza el compromiso establecido con la Secretaría de Estado de Ciudadanía e Igualdad (SECI) y con la Comisión de Ciudadanía e Igualdad de Género (CIG). Asimismo, en 2024, tanto en España como en Portugal, se ha organizado una campaña de sensibilización con motivo del 25N Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres.

INTEGRACIÓN

Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo

En España: desde 2009, se cuenta con un protocolo de acoso moral, sexual y por razón de sexo que permite identificar una situación de acoso, con el propósito de resolver posibles conflictos, y preservar la seguridad y la salud de las trabajadoras y trabajadores. La empresa y la representación de las trabajadoras y trabajadores garantizan un procedimiento de investigación bajo los principios de celeridad, eficacia y confidencialidad. El procedimiento se inicia cuando la persona afectada lo pone en conocimiento de la empresa, tras lo cual se constituye en primera instancia una Comisión de Información, que valorará el caso y, si es posible, resolverá. Tras esta valoración inicial, si se concluye la necesidad de realizar una investigación más exhaustiva, se constituye la Comisión de Instrucción de Acoso Laboral, formada por personal técnico y especialista en la materia. En el plazo de 45 días tras la interposición de la denuncia tendrán que emitir un informe de conclusiones.

En Portugal: se cuenta con un Código de Conducta destinado a prevenir el acoso laboral, consiste en una guía de referencia de los principios éticos de la empresa que está disponible en todos los centros portugueses. Las denuncias son investigadas en el seno del área responsable de Recursos Humanos, que da solución a cada conflicto.

Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Forma parte de la política del Grupo, tratar en igualdad y ofrecer las mismas oportunidades, sin hacer ninguna distinción por discapacidad, género, edad o cualquier otra condición, estableciendo políticas en contra de todo tipo de discriminación, promoviendo la diversidad y aplicando el área de Recursos Humanos, de manera transversal, el principio de igualdad de trato y de oportunidades en todos los ámbitos.

Casos de discriminación y cómo se gestionan dentro de la empresa

En España: la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad tiene atribuidas las funciones de resolución de conflictos con carácter previo a acudir a la jurisdicción competente.

En Portugal: en caso de que exista sospecha fundada del incumplimiento de lo previsto en el Código de Conducta, deberá ser inmediatamente comunicado a través del correo indicado a tal efecto. El área responsable de Recursos Humanos se encargará de realizar las actuaciones pertinentes para investigar y solventar la situación.

Política contra todo tipo de discriminación y de gestión de la diversidad

No se admiten discriminaciones por razón de sexo, orientación sexual, estado civil, discapacidad, edad, raza, convicciones políticas o religiosas, afiliación sindical o de cualquier tipo. Por parte del Grupo, así como de la representación legal de las trabajadoras y trabajadores, se promueven unas condiciones de trabajo respetuosas con la diversidad en todos los ámbitos de la compañía, estableciéndose por tanto una política de neutralidad corporativa.

Asimismo, cuenta con 671 trabajadoras y trabajadores con distintos grados de discapacidad (625 en 2023) y trabaja con diferentes centros especiales de empleo.

CONCILIACIÓN**Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable por parte de ambos progenitores**

Es responsabilidad del Grupo y de la Sociedad garantizar el acceso, tanto de hombres como de mujeres, a las medidas de conciliación, y a su vez, fomentar la corresponsabilidad y el reparto equilibrado de las cargas familiares. Se ofrecen horarios competitivos y conocidos (jornadas intensivas, trabajo a turnos, etcétera) que se ajustan a las diversas necesidades de la plantilla.

Algunas medidas concretas son:

En España:

- 1 mes de permiso por lactancia, que pueden disfrutar junto con el permiso por nacimiento.
- Posibilidad de disfrutar de excedencias para cuidado de hijos/as hasta los 12 años de edad del/la menor, así como, en caso de familiares dependientes por consanguinidad, ampliar la excedencia para su cuidado hasta 5 años.
- Quienes estén disfrutando de una reducción de jornada por cuidado de menor de 12 años, pueden continuar con un horario reducido solicitando un cambio de contrato a tiempo parcial hasta los 15 años de edad del/la menor con el compromiso por parte de la empresa de regresar a tiempo total a su término.

Algunas cifras son:

	2024	2023
Total Trabajadoras/es que han disfrutado permiso de nacimiento	3.223	3.214
- Trabajadoras que han disfrutado permiso de nacimiento	1.740	1.757
- Trabajadores que han disfrutado permiso de nacimiento	1.483	1.457
Trabajadoras/es que alargan en 30 días el permiso por nacimiento	2.729	1.827
Trabajadoras/es que disfrutaban jornada reducida	12.916	14.212

En relación con las medidas de desconexión laboral, alrededor del 95% de las trabajadoras y trabajadores, por las características de su puesto de trabajo, dispone de desconexión fuera del horario laboral. Adicionalmente el Grupo, de acuerdo con los representantes de los trabajadores, tiene establecidas medidas de desconexión laboral en el ámbito digital, aplicables a toda la plantilla.

d) Compartir beneficios con la plantilla

El Grupo, presente en España y Portugal, recompensa el esfuerzo de las trabajadoras y trabajadores con un salario que durante años y también en 2024 se ha mantenido por encima de la media del sector y es siempre superior al salario mínimo establecido reglamentariamente.

Para incentivar el liderazgo y premiar el esfuerzo personal y colectivo, cuenta con una política de retribución variable a través de la cual reconoce a las trabajadoras y trabajadores la consecución de los objetivos marcados, lo que se traduce en compartir con ellos los beneficios obtenidos en el año. De esta forma quien al cierre del ejercicio cuente con más de tres meses de antigüedad y cuya implicación durante el año le haya permitido cumplir los objetivos personales y contribuir a los globales de empresa, específicamente pactados para su puesto de trabajo, cobra una prima anual.

En 2024 esta retribución variable ha sido de, aproximadamente, 700 millones de euros incluyendo una retribución extraordinaria aprobada en este ejercicio, un ejemplo más de la política del Grupo de compartir el beneficio en un año en el que, el esfuerzo de toda la plantilla y el acierto de las estrategias implantadas han tenido como resultado un incremento de la cuota de mercado, de las ventas y del beneficio. Esta retribución extraordinaria de 2024 se complementará en 2025 con una importante subida salarial para todas las trabajadoras y trabajadores.

e) Formación para el crecimiento personal

El Grupo apuesta por la formación continua y destina importantes recursos para fomentarla, esfuerzo cuyo retorno más evidente es la implicación y calidad de los recursos humanos. Conscientes de la importancia de que todas las trabajadoras y trabajadores conozcan y entiendan los procesos del negocio, el primer paso para las personas que se incorporan directamente a un puesto especializado se corresponde con un periodo formativo durante sus primeros meses en la empresa.

La política de formación implementada, diferencia fundamentalmente entre la formación de las incorporaciones, y aquella realizada para mejorar la ejecución de un proceso específico de un puesto de trabajo y, por último, aquella formación que potencia el desarrollo de las capacidades de las trabajadoras y trabajadores. Se diferencia así, entre una formación transversal para todas las personas de la organización y otra más técnica, orientada exclusivamente a un puesto de trabajo y las responsabilidades que este lleve implícitas.

La formación de las incorporaciones se inicia con el Plan de Acogida el primer día en la compañía, donde además de la bienvenida a la trabajadora o trabajador, se incluye la formación en Prevención de Riesgos Laborales de su puesto y, en el caso de Mercadona e Irmãdona, en Seguridad Alimentaria.

Durante los primeros seis meses tras su incorporación, las trabajadoras y trabajadores reciben, por parte de su coordinadora o coordinador la formación en el modelo (cultura corporativa) que deben aplicar en su día a día y la formación específica necesaria para poder realizar las tareas correspondientes al puesto que van a ocupar. La formación, a la que se le da una orientación práctica, se realiza en su mayoría en el mismo puesto de trabajo bajo la tutela de una tutora o tutor "sabia/o" en los procesos quien garantiza que, cuando acabe el periodo de formación, la alumna o el alumno dispondrá de los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar su trabajo rutinario de una manera eficiente y autónoma.

Mejora de procesos / nuevas herramientas:

- La mejora de procesos, surtido y herramientas que las propietarias y propietarios de los procesos implantan, se trasladan a las trabajadoras y trabajadores de los puestos afectados, así como a sus coordinadoras y coordinadores, con el fin de mejorar la prescripción y el servicio a "El Jefe", ser mejores tenderos, optimizar la productividad o hacer el trabajo más fácil y seguro.
- Estas acciones formativas se llevan a cabo en los centros aplicando los nuevos procesos y con los productos que luego, con la mejora, se utilizarán. Son impartidas por personal interno sabios en el proceso, previamente formados por la propietaria o propietario de la mejora. La formación conjuga la teoría con la práctica y un periodo de rodaje antes de su implantación.
- El aprendizaje en el manejo de nuevas herramientas es principalmente práctico e impartido por personal interno sabio en su manejo. En la formación se utilizan casos del día a día para una mejor comprensión de la herramienta y agilizar su correcta utilización.
- A partir del Plan de Acción Social que Mercadona tiene implantado, se han puesto en marcha durante este ejercicio formaciones específicas para las trabajadoras y trabajadores de las tiendas de España y Portugal para garantizar una correcta gestión de las donaciones de productos de primera necesidad con las Entidades Sociales colaboradoras.

Formación externa:

- Externamente se realizan aquellas formaciones que precisan una especialización muy concreta o implican el cumplimiento de exigencias legales.

Formación directivos:

- Todas las trabajadoras y los trabajadores que promocionan y pasan a ser Directivos o que directamente se incorporan como Directivos, además de recibir la formación específica del nuevo puesto de trabajo, a través del ejemplo de su Coordinadora o Coordinador, refuerzan su formación en el Modelo y su aplicación en el trabajo rutinario del nuevo puesto.

Reuniones de empresa:

- Tienen como finalidad informar y formar a las trabajadoras y trabajadores de la empresa de las decisiones estratégicas y objetivos en los que está enfocada la organización. Igualmente se transmiten los movimientos llevados a cabo y los resultados conseguidos, con el fin de alinear a todos los integrantes de la empresa, incrementado así su compromiso y orgullo de pertenencia.

Digitalización:

- La Compañía sigue avanzando en la implantación de nuevas tecnologías que permiten digitalizar los procesos formativos. Actualmente conviven para la formación de las trabajadoras y los trabajadores diferentes formatos diseñados en función de la necesidad a cubrir: créditos de autoformación personalizados, formaciones online a través de videoconferencias y las presenciales tradicionales.

A continuación, se muestran los datos relativos a formación:

	2024	2023
Personas	552.373	278.016
Horas (en millones)	4,2	3,4
Media de horas por persona	35	33
Inversión (en millones de euros)	128	111

El número de horas de formación por categorías profesionales ha sido el siguiente:

	2024	2023
Personal base y técnicos	3.994.971	2.852.565
Coordinadores	164.466	524.374

Los datos anteriores incluyen las diferentes modalidades de cursos y han requerido para su obtención de determinadas estimaciones y procedimientos manuales al estar el proceso de digitalización de cálculo y recopilación parcialmente desarrollado.

f) Oportunidades de promoción interna

La estrategia de recursos humanos prioriza por la promoción interna, siendo uno de los grandes valores de las empresas del Grupo, creando empleo de calidad con progresión profesional y dando la oportunidad a sus trabajadoras y trabajadores de desarrollar su carrera profesional cubriendo puestos de mayor responsabilidad. Todo esto, respetando siempre los valores de igualdad y diversidad integrados en su modelo de gestión, por medio de la selección basada en el mérito, capacidades y desempeño en el trabajo.

Ejemplo de la apuesta por el talento interno son las 1.894 personas de Mercadona e Irmãdona que han promocionado este año, con un 53% de mujeres y un 47% de hombres asumiendo puestos de mayor responsabilidad. De esta manera, se contribuye a la satisfacción de las trabajadoras y trabajadores y, también, al resto de Componentes, puesto que conocen y aplican el modelo de gestión.

	2024	2023
Mujeres	1.011	1.234
Hombres	883	991

g) Salud y seguridad en el trabajo

El Grupo dispone de una política de prevención de riesgos laborales donde la seguridad y salud de la plantilla es una condición básica para poder cumplir con los objetivos de satisfacer a los cinco componentes ("El Jefe", El Trabajador, El Proveedor, La Sociedad y El Capital).

El Plan de Prevención está elaborado conforme al compromiso de la empresa sobre perspectiva de género, donde la igualdad y el respeto a la diversidad son valores transversales para Mercadona, manteniendo el firme convencimiento de que su aplicación revierte positivamente en todos los componentes del Modelo de Mercadona.

Para ello se apuesta por un sistema que asegure la evaluación continua de los puestos de trabajo y tareas derivadas del mismo, generando con ello espacios de trabajo seguros, así como la actualización de la formación a los nuevos riesgos y la mejora en la transmisión de la misma para facilitar que se interiorice.

La gestión de la prevención y la salud laboral en los diferentes puestos de trabajo es uno de los pilares en los que se forman todos los Directivos de la empresa, siendo conscientes en todo momento de los protocolos de actuación para velar por la seguridad y salud de su plantilla.

De la misma forma, y con el objetivo de conseguir esta integración de las acciones preventivas, las empresas del Grupo trabajan en el desarrollo de una labor de concienciación continua y transversal, centrada en definir cómo actuar para evitar comportamientos inseguros, detectar condiciones de trabajo que puedan suponer un riesgo para la plantilla o para terceros y tener las herramientas necesarias para proceder en situaciones de emergencia. Además de ello, mantienen una colaboración continuada y directa que hace partícipes de estas actividades preventivas y de emergencias a los servicios de bomberos en los ejercicios de diferentes simulacros.

Mercadona entiende que el desarrollo y mejora continua de estrategias en materia de prevención y salud es una decisión estratégica y dirigida al objetivo de incrementar sustancialmente la cultura del Grupo en materia preventiva en coherencia con el Modelo empresarial donde el Trabajador se ubica secuencialmente en segundo lugar, tras "El Jefe", como componente a satisfacer. Como ejemplo de este compromiso con la satisfacción del trabajador creando entornos de trabajo que cuenten con las condiciones óptimas, durante este año se han climatizado todos los almacenes de los bloques logísticos, acción que contribuye a la mejora en las condiciones de trabajo.

Actuaciones preventivas:

La empresa mantiene un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales mediante un servicio de prevención propio formado por un equipo de mujeres y hombres en las diferentes responsabilidades médicas y técnicas, que permite:

- La prevención de los accidentes laborales y enfermedades profesionales, realizando las acciones correctoras y preventivas necesarias.
- La mejora de las condiciones de trabajo mediante la integración de la seguridad y salud en la concepción de los puestos de trabajo.
- Considerar las condiciones de trabajo, así como la utilización de los equipos de trabajo y de protección individual adecuados.

Durante este ejercicio, se ha contado con la colaboración de servicios de prevención externos como Quirón Prevención, Previs, Preving y Cualtis, que han contribuido en el ámbito de la vigilancia de la salud, de la formación, de la prescripción de criterios y en el desarrollo de nuevos procesos.

Cabe destacar el papel relevante del servicio de prevención durante la gestión de la DANA, dotando a las trabajadoras y los trabajadores que realizaron tareas de limpieza para recuperar la vuelta a la normalidad, de los equipos de protección necesarios para proteger su salud desde el primer momento. Mercadona adoptó, adicionalmente, una serie de medidas orientadas a la protección del componente Trabajador, entre ellas modificar el horario o días de aperturas en tiendas con riesgo de inundación, adelantar el horario habitual de cierre de tiendas para evitar desplazamientos en poblaciones sin iluminación exterior o facilitar un transporte seguro a la plantilla.

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

La política de prevención de Mercadona incluye la implantación de un Sistema de Gestión de Riesgos Laborales que permite la vigilancia periódica y específica de la salud de sus trabajadoras y trabajadores, que se materializa en diversas actividades como los reconocimientos médicos en función del puesto de trabajo y la adaptación del puesto a la persona según los resultados de dicha vigilancia de la salud, circunstancias sobrevenidas y la situación de embarazo. Durante 2024, ha habido 96 casos de enfermedades profesionales y se produjo el fallecimiento de un trabajador por causas naturales, en su horario laboral en tienda.

Los reconocimientos médicos deben ser específicos a los riesgos a los que está expuesto el trabajador y se realizan:

- Inicialmente (incorporación de una persona a la empresa).
- Periódicamente (en función de los riesgos y la normativa vigente).
- De retorno al trabajo tras larga ausencia (enfermedad, excedencia).

Algunos datos acerca de la salud y seguridad en el trabajo:

		2024	2023
Evaluación de riesgos de los nuevos centros y de las reformas realizadas en supermercados, centros logísticos y oficinas		72	79
Incidencia de accidentes de trabajo (nº de accidentes con baja por cada 1.000 trabajadoras y trabajadores)	Total	26,55 ‰	29,42 ‰
	Mujeres	26,02 ‰	26,30 ‰
	Hombres	27,38 ‰	29,98 ‰
Frecuencia (por cada 1.000.000 trabajadoras y trabajadores)	Total	15,80 ⁰ /00000	15,85 ⁰ /00000
	Mujeres	16,32 ⁰ /00000	14,68 ⁰ /00000
	Hombres	15,46 ⁰ /00000	17,68 ⁰ /00000
Gravedad (nº de días perdidos por accidente por cada 1.000 horas de trabajo durante el año)	Total	0,74 ‰	0,78 ‰
	Mujeres	0,73 ‰	0,73 ‰
	Hombres	0,76 ‰	0,86 ‰
Horas perdidas de absentismo laboral		10.648.968 (4,79%) ⁽¹⁾	9.988.254 (4,76%) ⁽¹⁾

(1) % jornadas perdidas por bajas IT respecto al caudal necesario.

4. MEDIOAMBIENTE Y SOCIEDAD

En todos los aspectos relacionados con medioambiente y sociedad, el subgrupo de distribución es el de mayor impacto respecto al conjunto de sociedades integradas en el presente informe. Es por ello que la información que a continuación se detalla está, principalmente, referida a estas sociedades ya que la correspondiente al resto no es significativa.

4.1 PRINCIPIOS GENERALES: SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

a) Características generales

Mercadona dispone de un Sistema de Gestión Ambiental propio, cuyo objetivo es identificar y analizar los focos de riesgo derivados de su actividad e incorporar medidas diseñadas para prevenir y reducir los impactos ambientales generados.

Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente, y en su caso, en la salud y la seguridad:

Los principales impactos ambientales identificados, debidos a la actividad de distribución son:

- Emisiones de gases de efecto invernadero.
- Consumo de agua.
- Vertidos de aguas residuales.
- Generación de residuos.
- Consumo de materias primas.

Se han implantado sistemas de prevención y gestión que incluyen, entre otras, medidas de reducción de emisiones en el proceso logístico y en sus instalaciones, prevención de vertidos accidentales, prevención de la contaminación de suelos por hidrocarburos, reducción de la generación de residuos y la mejora de la gestión de residuos peligrosos y no peligrosos, tanto en tiendas como en bloques logísticos.

Respecto al consumo de materias primas, el Grupo, dedicado a la tenencia de participaciones o la distribución alimentaria no hace un consumo directo relevante de materias primas, aunque sí tiene un impacto en la cadena de valor y por ello, ha identificado líneas de actuación relativas a la gestión de envases, la prevención del desperdicio alimentario y la biodiversidad.

Mercadona, con el objetivo de mejorar los procesos logísticos, tiene instaladas en los bloques logísticos líneas de fabricación de pan cuyo consumo de Materias Primas en 2024 está cifrado en un total de 79.000 toneladas, principalmente harina.

b) Gobernanza ambiental / Políticas ESG

La Política de Sostenibilidad Corporativa, aprobada en el presente ejercicio, recoge los principios y compromisos que emanan del modelo de negocio en materia de sostenibilidad. Esta política ha sido aprobada por el Consejo de Administración de Mercadona, y la supervisión y control de los compromisos que en ella se recogen corresponden a la Comisión de Auditoría.

Las estrategias que tienen por objetivo dar cumplimiento a los objetivos que se recogen en estas políticas se elaboran en las distintas divisiones relacionadas con la sostenibilidad social y ambiental. En total, este equipo está compuesto por más de 40 personas y cuenta con la colaboración transversal de todos los departamentos implicados.

c) Impactos, riesgos y oportunidades

Garantías vs riesgos ambientales:

El modelo de negocio de Mercadona incluye la prevención de riesgos ambientales como parte de la satisfacción del subcomponente "Medio Ambiente".

En este sentido, cuenta con:

- Plan de control de fugas y sustitución de gases refrigerantes: permite el abandono progresivo del uso de los HFCs en favor de sistemas de refrigeración basados en CO₂, reduciendo las emisiones y evitando fugas a la atmósfera.
- Sistema de optimización logística de la flota de camiones: las estrategias de optimización logística de Mercadona incluyen la búsqueda de combustibles alternativos y de modos de transporte más eficientes que permitan transportar más con menos recursos. Mercadona incluye las emisiones de logística en su huella de carbono y monitoriza las mejoras para conseguir una reducción neta dentro de los planes de descarbonización.
- Sistemas automatizados de control de consumos energéticos y de agua con mecanismos de alerta: estos sistemas de detección temprana se enmarcan en la estrategia ambiental para controlar y reducir consumos dentro de los procesos de la compañía y poder identificar los principales puntos de mejora.
- Seguro de responsabilidad civil frente a accidentes que deriven en daños ambientales.

Análisis de Riesgos Climáticos

- En el ejercicio 2023 se realizó el primer análisis de resiliencia climática, lo que permitió detectar los principales riesgos y oportunidades relacionados con el clima, de los cuales, 12 fueron aplicables a la actividad de Mercadona, haciendo uso de los modelos de desempeño de las variables climáticas en los escenarios SSP2-4.5 y SSP5-8.5 derivados del IPCC-AR6. Se emplearon criterios de valoración (impacto potencial, exposición al peligro, vulnerabilidad y capacidad adaptativa al riesgo) y estableció un umbral de riesgo material para los SBM-3_05 horizontes temporales corto (2021-2040), medio (2041-2060) y largo plazo (2081-2100). 7 de los peligros potenciales analizados resultaron con un nivel de riesgo residual material.
- Adicionalmente, este análisis supuso el primer paso para iniciar el diseño de un plan de seguimiento interno de riesgos climáticos más concreto y eficaz, permitiendo avanzar un paso más en la estrategia de divulgación en materia de acción climática.
- Para el estudio, se tuvieron en cuenta la totalidad de activos que forman parte del negocio de la distribución en España y Portugal, concretamente, 1.751 activos repartidos entre tiendas físicas, bloques logísticos, colmenas, oficinas y centros de coinnovación.
- El año 2024, Mercadona ha llevado a cabo un nuevo análisis actualizado de riesgos físicos para evaluar la exposición de sus nuevos activos, utilizando como base metodológica el análisis de 2023.

En total se identificaron como aplicables a las actividades de Mercadona, 12 peligros climáticos físicos:



Acontecimiento climático extraordinario:

Durante 2024, el peligro climático más significativo fue la DANA que tuvo lugar el día 29 de octubre, que afectó principalmente a la provincia de Valencia, así como a otras CC.AA. como Castilla - La Mancha, Andalucía, Aragón y Cataluña. A través de este análisis se ha podido observar que, incluso considerando el modelo de análisis de riesgos físicos más desfavorable en relación con las inundaciones, es decir el escenario SSP 5-8.5 a largo plazo (2080-2100), ninguno de los centros considerados en la matriz base del año 2023 estaban sometidos a exposición extrema de inundación. Sin embargo, el impacto de la DANA en 2024 demostró que estos riesgos, aunque se considerasen poco probables, se han materializado con graves consecuencias. El balance global de activos afectados de Mercadona derivados de este fenómeno fue de 34. De igual manera, también se ha podido contrastar cómo este riesgo no solo ha afectado a los activos propios de Mercadona, sino también a parte de su cadena de valor, concretamente a 72 proveedores.

Las primeras estimaciones de las pérdidas económicas globales que se derivan de este fenómeno son también una información relevante para comprender la magnitud que puede alcanzar la materialización de un determinado riesgo climático, en este caso las inundaciones asociadas al fenómeno de una DANA.

Procedimientos de evaluación o certificación medioambiental:

En el Grupo Mercadona, se ha realizado y verificado el cálculo de la huella de carbono según el estándar ISO 14064 desde 2015. El cálculo de la huella de carbono de 2023 ha sido verificado por TECNOS, S.A.U, que ha certificado una reducción de emisiones del 22,3% de 2015 a 2023 en los alcances 1 y 2 de las misiones de Mercadona (emisiones directas y emisiones indirectas por energía importada de gases de efecto invernadero).

Certificaciones energéticas de tiendas:

Se realizan inspecciones periódicas para evaluar el desempeño energético de las instalaciones (frío, climatización, iluminación, Listo para Comer, horno, etcétera), realizar la calificación energética de las tiendas y proponer medidas de ahorro.

El año 2024 ha concluido con 13 Medidas de Ahorro Energético (MAEs) implantadas, con una inversión particular para el ahorro de energía de 3,5 millones de euros (MAEs adicionales a las que se implementan de serie en las nuevas Tiendas Eficientes), logrando reducir el consumo energético de las instalaciones manteniendo el confort, las prestaciones y la productividad.

Medidas de ahorro energético de tiendas:

- **MAE 1:** Automatización funcionamiento de resistencias antivaho en islas y armarios de congelados.
- **MAE 2:** Reducción del nivel de iluminación en la Sala de Ventas: Fase I, al 90%.
- **MAE 3:** Optimización del consumo de los hornos de Listo para Comer, en modo hibernación.
- **MAE 4:** Revisión de las temperaturas de confort en la sala de ventas.
- **MAE 5:** Reparametrización de las compuertas de aire exterior.
- **MAE 6:** Apagado del programa horno pizzas de Listo para Comer.
- **MAE 7:** Optimización Término Potencia contratada.
- **MAE 8:** Reducción del nivel de iluminación en la Sala de Ventas: Fase II, al 75%.
- **MAE 9:** Reparametrización recuperador de calor Uds. de climatización.
- **MAE 10:** Apagado luces de cortesía bajo mostrador y muralitas Listo para Comer y horno.
- **MAE 11:** Apagado de hornos y puesto no presencial en Listo para Comer.
- **MAE 12:** Independizado murales reposición.
- **MAE 13:** Reparametrización clima modo ventilación.
- Inversión en sistema de tecnología SMARKIA de telecontrol de consumos.

4.2 CONTAMINACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

El Consejo de Administración de Mercadona ha aprobado en el presente ejercicio una Política de cambio climático que recoge las prioridades y compromisos para hacer frente al cambio climático y que se traducen en las estrategias y datos que se explican a continuación.

a) Suma de emisiones directas, de gases de efecto invernadero en toneladas métricas de CO₂ equivalente

Emisiones totales (tCO₂e) Total cadena (clasificadas por categorías de emisión de acuerdo con la norma ISO 14064):

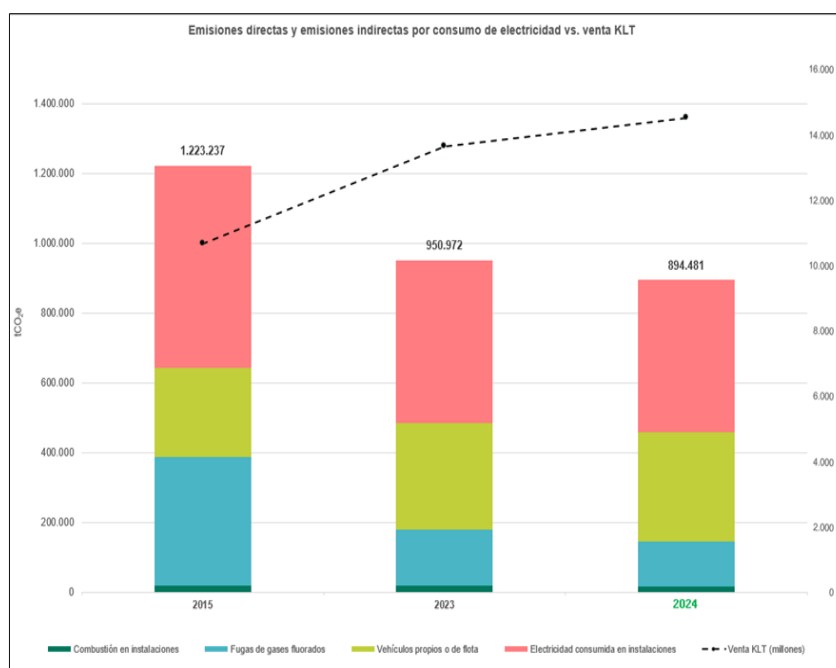
Categorización por tipo de alcance	Categorización por categoría de emisión	2015 (año base)	2023	2024*
Alcance 1	1. Emisiones y remociones directas	642.667	485.409	457.577
Alcance 2	2. Emisiones indirectas por energía importada	580.571	465.563	436.904
Alcance 3	3, 4 y 5: Resto de emisiones indirectas		5.115.544	6.668.942
Emisiones totales		1.223.237	6.066.516	7.563.423

**Datos 2024 pendientes de verificación y de la publicación de factores de emisión oficiales de MITECO*

b) Emisiones reducidas desde 2015 hasta 2024

Mientras que la venta en volumen (kilitros) ha aumentado un 36% entre 2015 y 2024, Mercadona ha alcanzado una reducción de emisiones del 27% en este mismo periodo y una reducción del 6% respecto al año anterior, en las categorías de emisión 1 y 2 (emisiones y remociones directas de GEI y emisiones indirectas por energía importada).

El siguiente gráfico representa la evolución de las emisiones directas y de las emisiones indirectas por consumo de electricidad durante los ejercicios 2015-2024 respecto a la venta en kilitros:



c) Metas de reducción establecidas a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y medios implementados para lograrlo:

Mercadona está abordando su plan de transición climática como parte de la hoja de ruta, que junto con otras medidas que está aplicando le permitan avanzar en la descarbonización, para alcanzar la neutralidad climática en 2050 (sobre el año base 2015). Tras alcanzar una reducción de un 27% en la huella de carbono en 2024, el siguiente paso es conseguir un 36% adicional en procesos propios con horizonte 2030. Para ello está apostando, entre otras medidas, por instalaciones fotovoltaicas en tiendas y almacenes, medidas de eficiencia energética en las instalaciones, eliminación progresiva de los HFCs para instalar sistemas de refrigeración por CO₂ transcrito, gestión inteligente de la flota de transporte y compra de energía verde en los contratos de suministro eléctrico. Concretamente, las acciones abordadas hasta la fecha se han centrado en:

Evitar emisiones a la atmósfera por fugas de gases refrigerantes:

Mercadona ha trabajado a lo largo de los últimos años en implantar sistemas de frío industrial en tiendas con tecnologías basadas en gases refrigerantes respetuosos con el medioambiente, principalmente basados en CO₂ transcrito. Las instalaciones cuentan con detectores de fugas y un plan de mantenimiento exhaustivo que realizan sus propios frigoristas de forma que se asegura un estado óptimo de la instalación y una respuesta rápida ante un mal funcionamiento de ésta. Con estas medidas se han logrado reducir, por fugas de gases fluorados 238.275 tCO₂e respecto a 2015 lo que equivale a una reducción del 66%.

Asimismo, en los equipos de frío de camiones se ha completado el proceso iniciado en años anteriores para el cambio progresivo del gas R-404 al R-452, más respetuoso con el medio ambiente.

Evitar emisiones en el transporte de mercancías:

Como consecuencia de su actividad principal y con el objetivo de poner a disposición de "El Jefe" productos con la máxima frescura, el transporte de mercancías sigue realizándose mayoritariamente por carretera, tanto a través de proveedores cuya flota de vehículos trabaja prácticamente en su totalidad para el Grupo, como con vehículos contratados y con furgonetas propias de reparto online.

Conscientes de los impactos que este medio de transporte genera, Mercadona tiene implantadas numerosas estrategias que persiguen el objetivo general de "transportar más con menos", motivo por el que la flota contratada está compuesta en mayor medida por camiones tráiler, que permiten reducir el número de viajes y, por tanto, la contaminación en las ciudades.

Para la distribución a tiendas y carga en proveedores, Mercadona contó en 2024 con 5 camiones eléctricos y 79 camiones de gas en la flota contratada, de los cuales 62 son camiones GNL (Gas Natural Licuado) y 17 camiones GNC (Gas Natural Comprimido), además de contratar 10 bitráiler y 33 megatráiler. Adicionalmente se han realizado 10.800 cargas en tren que han permitido disminuir emisiones al eliminar, mediante esta alternativa, transportes por carretera (1 carga = 1 tráiler).

A estas acciones se suma que el 100% de la flota de camiones corresponden al último modelo, EURO VI más respetuosos con el medioambiente. Mercadona persigue que la flota de los proveedores de transporte, así como la flota propia de vehículos, garantice los últimos estándares de eficiencia en motor que generan menos emisiones que los modelos antiguos.

Por otro lado, parte de la flota propia de furgonetas de reparto online y telecompra son bifuel, por lo que permiten el uso de GLP y diésel, lo que reduce el consumo de combustible. Desde 2022 se están incorporando furgonetas microhíbridas que reducen el consumo y son más eficientes, contando ya con 734 unidades.

Mercadona, los transportistas y los fabricantes de camiones con los que colaboran, están trabajando en la búsqueda de vehículos de energías alternativas, como la eléctrica o el hidrógeno y como parte de esta iniciativa ha colaborado en la primera prueba de tráiler de hidrógeno en España, realizando un viaje de servicio a tienda en Madrid.

Con los movimientos reflejados en el Plan de Acción 'Lean&Green' España, se han evitado 221.735 tCO₂e de emisiones desde el año 2015. En esta línea, se ha conseguido una reducción del 37,5% en 2024, logrando la 3ª estrella Lean & Green.



Mercadona persigue soluciones que, aunando sostenibilidad económica, social y ambiental, cumplan las necesidades de capacidad de carga, autonomía en transporte refrigerado y tiempos de recarga reducidos, todas ellas medidas diseñadas y aplicadas de forma que le permitan alcanzar la neutralidad en materia de emisiones en 2050.

Emisiones evitadas en el consumo de electricidad:

Las nuevas tiendas de Mercadona ("Tienda 8") incorporan numerosas medidas de eficiencia energética, como puertas en los muebles de congelado, sistemas de refrigeración que usan CO₂ como refrigerante, alumbrado LED, gestión inteligente de los consumos y mejoras en el aislamiento de los edificios.

Mercadona ha continuado apostando por las energías renovables consiguiendo además una reducción del 4% del consumo de electricidad de red respecto al año anterior. A través de los contratos de energía y de la generación propia la compañía ha logrado que, en 2024, el 20% de la electricidad consumida por el Grupo Mercadona sea de origen renovable. Todo ello ha contribuido a lograr evitar, respecto a 2015, la emisión a la atmósfera de 143.667 tCO₂e por consumo de electricidad.

Asimismo, se está trabajando en la electrificación de procesos, lo que ha tenido como resultado que la combustión en instalaciones solo represente un 2% de las emisiones totales.

4.3 ECONOMÍA CIRCULAR, PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Mercadona tiene el compromiso de utilizar y consumir recursos de forma eficiente, favorecer la reducción de la generación de residuos y garantizar la correcta gestión de estos, de tal forma que, siempre que sea posible técnica y económicamente, puedan ser aprovechados en otros procesos. Estos compromisos se materializan en la Política de economía circular, aprobada en el presente ejercicio por el Consejo de Administración de Mercadona.

Fruto de estos compromisos y consciente del impacto que puede tener su actividad a lo largo de la cadena de valor y, en aplicación de los criterios y procesos correspondientes de diligencia debida, asume como esenciales los siguientes principios:

- Identificar los riesgos e impactos reales y/o potenciales derivados de las actividades llevadas a cabo por Mercadona, así como su interacción con la cadena de valor, relacionados con el uso de recursos y la economía circular.
- Prevenir y mitigar los impactos y riesgos identificados, así como aprovechar las oportunidades, mediante el desarrollo y mejora de los planes de acción necesarios.
- Evaluar el cumplimiento de los planes de acción, así como las medidas de prevención y circularidad, llevando a cabo un seguimiento adecuado de estos.

- Comunicar el desempeño en materia de Economía Circular a través de medios y canales que sean accesibles por la sociedad en general.

Así mismo, Mercadona proporciona formación en economía circular y gestión de residuos tanto a sus trabajadoras y trabajadores, como a aquellos agentes de la cadena de valor que considere necesario para el buen desempeño de los planes de acción abordados. Para conseguir tal fin, Mercadona está trabajando en cumplir y promover **estrategias de:**

- **Prevención:** a través de fomentar un uso responsable de los recursos, dirigiendo los esfuerzos a reducir el uso de aquellos que no añadan valor y optimizar el consumo de los necesarios a lo largo de la cadena. En esta estrategia juega un papel fundamental la fase de diseño de productos y procesos.
- **Circularidad:** a través de implementar medidas, una vez incorporados los recursos en los procesos, para mantener el valor de estos durante el mayor tiempo posible, a través de la reutilización, reciclaje o valorización, con el objetivo de devolver los materiales a los procesos productivos y reducir la necesidad de recursos primarios siempre que sea viable técnica y económicamente.

Estas estrategias, se concretan en los siguientes **planes de acción**, enfocados a los flujos de recursos más relevantes:

Envases comerciales:

Mercadona tiene convenios de colaboración con varios pools de envases comerciales reutilizables (Logifruit, PLS Pooling, CHEP, LPR, IPP, Poolback...) y con sus proveedores para generar un circuito cerrado en el que los envases se reutilizan tantas veces como sea posible (hasta su fin de vida). Los envases reutilizables, una vez han sido utilizados en el proceso de suministro de los productos a los diferentes centros, se envían a los almacenes por logística inversa. Allí son reacondicionados (lavados, higienizados y si es necesario reparados) y transportados a los proveedores para ser reutilizados, con el objetivo de aumentar la vida útil de cada unidad. De esta manera, se consigue crear un circuito de envases reutilizables, contribuyendo al fomento de la economía circular. Mediante la estrategia de prevención se reduce el consumo de materias primas, ya que los envases se reutilizan repetidamente.

Por otra parte, dentro de la estrategia de circularidad se recicla todo el residuo de envase comercial de un solo uso que acompaña al producto de venta en toda la cadena. Para ello, los residuos de envases comerciales utilizados en los procesos logísticos son separados y clasificados por materiales (cartón, plástico y madera) en todas las tiendas y son enviados por logística inversa a los bloques logísticos. Desde allí se entregan directamente a un reciclador especializado en este tipo de residuos. Con esta actuación se favorece que estos materiales, una vez reciclados, puedan volver a emplearse en la fabricación de nuevos recursos, favoreciendo la reducción de materias primas vírgenes.

Envases domésticos

Mercadona ha elaborado, con la ayuda de asesores externos, una guía con los criterios que permiten clasificar los envases según su reciclabilidad. El objetivo es favorecer que los envases domésticos de marca propia sean reciclables y que sus materiales se puedan volver a convertir en nuevos recursos, reducir el uso de materias primas vírgenes y consolidar una estrategia de circularidad aguas abajo de la cadena de valor.

Por otra parte, se están incorporando en todos los envases pictogramas que informan al cliente sobre el contenedor en el que deben ser depositados una vez consumido el producto. Con este movimiento se facilita que el consumidor pueda separar correctamente los residuos de envase en los hogares. Esto ayudará a que mejoren los flujos separados de residuos (menos impropios depositados en los contenedores) para poder aprovechar posteriormente los materiales reciclados como materia prima en la fabricación de nuevos recursos.

Desperdicio Alimentario

Mercadona dispone de diferentes actuaciones para prevenir el desperdicio alimentario generado en sus instalaciones ubicadas en España y Portugal. Desde los almacenes se abastece a todos los puntos de venta, que a su vez dan servicio a más de 5,8 millones de hogares. Por ello, es muy importante una buena gestión de los productos, con el objetivo de generar el mínimo residuo posible.

La prevención del residuo alimentario es una prioridad, tanto por el impacto asociado al uso de recursos necesarios para la producción de alimentos (suelo, recursos hídricos, energía, impacto en la biodiversidad...), como por la generación de emisiones de Gases de Efecto Invernadero emitidas, tanto en la fase de producción/transformación de los alimentos, como en su disposición final como residuos.

En el eje de la prevención, una de las herramientas empleadas en los puntos de venta, tanto en España como en Portugal, es Pr-PSV (Previsión-Pedido, Servido, Vendido) para la gestión de pedidos de alimentos frescos (Secciones de Fruta y Verdura, Carne y Pescado), mediante la cual las tiendas modulan los pedidos diarios a Bloques Logísticos en base a la previsión de venta. Esta herramienta informática, desarrollada internamente, toma como referencia los datos históricos de venta, teniendo en cuenta factores como días de mayor afluencia de "Jefes", calendario según eventos y festivos, estacionalidad o meteorología, entre otros.

Otro pilar fundamental en el eje de la prevención son las donaciones a Entidades Sociales, con las que Mercadona lleva colaborando desde hace años y cuyo alcance, impactos y objetivos se exponen de forma detallada en el apartado referente a las acciones con la sociedad.

Por otra parte, los alimentos que ya no son aptos para el consumo humano se entregan a gestores autorizados para su transformación en ingredientes que sean incorporados en piensos y otros productos destinados a la alimentación animal.

Por último, cuando los productos de alimentación no pueden ser vendidos, ni donados para consumo humano, ni valorizados para consumo animal, son gestionados como residuos alimentarios. Los residuos orgánicos considerados desperdicio alimentario se entregan, siempre que es posible, a gestores autorizados para su transformación en abono o energía.

Un factor clave en la Estrategia de Prevención es la sensibilización y formación a empleados y clientes. Para ello:

- Se imparte formación específica a las trabajadoras y los trabajadores sobre buenas prácticas de manipulación durante los procesos en tiendas y almacenes, siendo muy cuidadosos en el cumplimiento de los métodos de trabajo que garantizan el mantenimiento de la cadena de frío y la adecuada conservación de aquellos productos que así lo requieran.
- Sensibilización a los "Jefes" a través de canales de comunicación propios (página web y Redes Sociales), con la publicación de recetas de aprovechamiento y contenidos enfocados a la reducción del desperdicio de alimentos en los hogares.
- Participación en la iniciativa coordinada por AECOC "La alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala" de la que Mercadona forma parte desde sus inicios en 2012 junto a más de 500 empresas colaboradoras. Además, Mercadona es participante desde su primera edición en la "Semana contra el desperdicio alimentario", liderada también por AECOC, que tiene como objetivo poner en valor la importancia de los alimentos y de hacer un buen uso de ellos. Mercadona, a través de su amplia red de tiendas y mediante todos sus medios de cartelería, megafonía y plataformas online (web y redes sociales), apoya esta campaña de sensibilización y concienciación.

Como eslabón en contacto directo con los consumidores, en todas las tiendas de la Compañía se aplica la Política SPB (Siempre Precios Bajos). Se trata de una estrategia comercial que no contempla ofertas ni promociones, basada en garantizar el mínimo precio unitario de los productos, para fomentar un consumo responsable que no incite a comprar y almacenar más de lo necesario. Esta política comercial se puso en marcha en 1993 con el objetivo de garantizar la compra con la mayor calidad al menor precio.

Gestión de residuos:

Los principales flujos de residuos dentro de las operaciones de una cadena de distribución agroalimentaria como Mercadona: son los residuos de envases comerciales de un solo uso y los residuos de los productos que no acaban vendiéndose o valorizándose.

A ambos se les aplican actuaciones de prevención y circularidad específicas (ya explicadas en los apartados anteriores). A continuación, se detallan de forma más específica estos flujos:

- Residuos de envases comerciales:

En la cadena logística de Mercadona se emplean diferentes envases y embalajes: primarios (de venta), secundarios (agrupan envases primarios en el punto de venta) y terciarios (utilizados en la logística y el transporte). Todos ellos son necesarios para proteger los productos de posibles daños a lo largo de las fases del proceso de suministro, generándose el residuo de envase una vez estos han sido utilizados.

Una vez que los envases comerciales (secundarios y terciarios) de un solo uso se han desechado (cartón, plástico y madera) son clasificados y almacenados en la tienda para posteriormente ser enviados a los almacenes por logística inversa para su almacenamiento. Los residuos de envases de un solo uso son recogidos por gestores autorizados para su correcta gestión y tratamiento (reciclaje) para ser transformados en materias primas recicladas que puedan ser introducidas de nuevo en el mercado.

- Residuo Sólido Urbano (RSU):

Son aquellos residuos que se generan dentro de un entorno urbano. Los residuos sólidos urbanos pueden ser de diferentes tipos, dependiendo de su origen y composición.

De acuerdo con el origen y derivado de la actividad de distribución, los residuos generados en los centros de Mercadona son residuos comerciales. Respecto a la composición de los residuos sólidos urbanos que se pueden generar en los diferentes centros, pueden ser: residuos orgánicos, residuos plásticos, etc.

En todos los centros, la compañía tiene ubicado un cuarto de contenedores, donde se almacenan los residuos sólidos urbanos generados hasta que son recogidos por un gestor autorizado. El espacio reúne todas las condiciones de almacenamiento óptimas y presenta los medios para realizar la limpieza y desinfección de los contenedores y del propio espacio.

La recogida del RSU en los diferentes centros ubicados a lo largo de toda la geografía se realiza de forma privada o municipal. La recogida del RSU privado se realiza a través de los servicios de un gestor autorizado para la recogida, gestión y correcto tratamiento de los residuos.

La recogida municipal se realiza a través del gestor contratado por el municipio (ayuntamiento u organismo público) que tiene asumidas las competencias en esta materia.

Además, también existen otros flujos de residuos, con menor impacto en volumen, pero que también se gestionan con el objetivo de maximizar su valor y siguiendo la legislación vigente.

- Aceite de cocina usado:

El aceite usado procedente de las frituras generado en tiendas por la elaboración de comida preparada es almacenado en bidones que suministra el gestor autorizado y especializado en el tratamiento de este tipo de residuos. El gestor realiza la retirada de los bidones llenos de aceite usado para posteriormente procesarlo y tratarlo para producir biodiésel. De esta manera el aceite tratado se utiliza como recurso o materia prima para generar un producto nuevo.

- Separador de grasas:

Los vertidos de grasa generados en tiendas por la elaboración de comida preparada se almacenan en un separador de grasas evitando que vayan directamente a la red municipal. Para la limpieza y mantenimiento del separador de grasas se contratan los servicios de un gestor especializado. Además, el gestor autorizado se encarga de la correcta gestión del residuo.

- Residuos de Mantenimiento:

Los procesos de mantenimiento en toda la Cadena de Montaje de Mercadona generan diferentes tipos de residuos, especialmente en los almacenes de los bloques logísticos. Por un lado, se generan residuos peligrosos (envases que contienen restos de sustancias peligrosas o están contaminados por ellas, aerosoles usados, residuos de pintura y barnices, etc.) de acuerdo con las características de peligrosidad del Anexo I de la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados. Por otro lado, también se pueden generar otros residuos no peligrosos (chatarra, etcétera) procedentes de reparaciones del mobiliario o la sustitución de equipos que finalizan su vida útil.

Los diferentes tipos de residuos peligrosos y no peligrosos son almacenados y acondicionados en el Punto Limpio ubicado en cada uno de los centros de acuerdo con el art. 21 de la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados. Estos residuos son recogidos y gestionados a través de un gestor autorizado para su tratamiento y valorización.

○ Residuos aportados por "El Jefe":

Desde 2021, Mercadona colabora con Arecafé (Alianza para el Reciclaje de las Cápsulas de Café), poniendo a disposición de los "Jefes" más de 1.630 puntos de recogida de cápsulas de café. Todas las tiendas de Mercadona e Irmãdona disponen de papeleras para depositar las cápsulas de café usadas. Una vez a la semana las bolsas con las cápsulas de café almacenadas son enviadas al bloque logístico por logística inversa. En el bloque logístico se almacenan cápsulas de café usadas procedentes de diferentes centros para optimizar la logística. Posteriormente, el gestor autorizado realiza la recogida para destinar los restos de café a compostaje y el aluminio y plástico son recuperados y valorizados.

Mercadona está adherida a ERP (European Recycling Platform), SCRAP (Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor) para la recogida y correcta gestión de las pilas y sus residuos proporcionando y suministrando las papeleras para su almacenamiento en, tiendas, bloques logísticos, colmenas, etc. Una vez al mes todas las pilas usadas que depositadas en las papeleras se envían por logística inversa al bloque logístico correspondiente, punto en el que son recogidas por el gestor autorizado que tiene contratado ERP para su correcta gestión y tratamiento.

Residuo total generado (TN)			393.621
Residuos no enviados a eliminación, desglose por residuos peligrosos y no peligrosos y tipo de tratamiento	Preparación para la reutilización	Peligrosos	0
		No peligrosos	1.714
	Reciclaje	Peligrosos	97
		No peligrosos	194.675
	Otras opciones de recuperación	Peligrosos	1.158
		No peligrosos	162.601
	Total	Peligrosos	1.255
		No peligrosos	358.990
Residuos destinados a la eliminación, desglose por residuos peligrosos y no peligrosos	Incineración	Peligrosos	0
		No peligrosos	2.346
	Vertedero	Peligrosos	1
		No peligrosos	22.391
	Otras operaciones de eliminación	Peligrosos	271
		No peligrosos	8.368
	Total	Peligrosos	272
		No peligrosos	33.105
Residuo no reciclado			33.377
Porcentaje de residuo no reciclado			8%
Cantidad total de residuos peligrosos			1.527

En 2023 se generaron 1.116 tn de residuos peligrosos, 405.058 tn de residuos no peligrosos, 15.701 tn de subproducto y también se gestionaron 965 tn de residuos (RAP)

Desde septiembre de 2021, Marina de Empresas tiene instalados puntos de recogida selectiva de residuos (plástico, cartón y orgánico) en todo el recinto, además de fuentes de agua en las que se pueden rellenar las botellas reutilizables de vidrio que han sido entregadas a todos los usuarios (estudiantes, emprendedores, trabajadoras y trabajadores).

4.4 USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

a) Energía

Los tres pilares fundamentales para reducir los consumos energéticos son el ahorro y la eficiencia energética, el aprovechamiento de fuentes de energía renovables y la movilidad sostenible para avanzar hacia un futuro más verde.

A través de un enfoque estratégico en la gestión de la energía, el Grupo aspira a convertirse en un referente en el sector, demostrando que es posible reducir el impacto negativo en el planeta sin comprometer el éxito empresarial.

El consumo eléctrico total de Mercadona en 2024 ha sido de 1.900 GWh (6.840.000GJ), desglosado en:

- España 96,4% - 1.831 GWh (6.591.600 GJ)
- Portugal 3,6% - 69 GWh (248.400 GJ)

Medidas de Ahorro Energético (MAEs) y eficiencia energética (EE):

El año 2024 ha sido un período de logros significativos en lo referente a la reducción del consumo de energía en las instalaciones. El Grupo continúa trabajando en continuar reduciendo la demanda de energía, e implementando MAEs en la producción de frío, sistemas de climatización, iluminación y otras medidas para ser cada día más eficientes como, por ejemplo:

- Mejora envolvente aumentando el espesor del aislamiento.
- Vestíbulo previo de acceso a tienda (evitar corrientes de aire desde el exterior hacia dentro).
- Climatización por zonas con sistemas free-cooling/free-heating y recuperación de calor.
- Control de renovación de aire en sala de ventas mediante instalación de sondas de calidad ambiente.
- Mejora de los muebles de frío.
- Iluminación LED.
- Optimización del consumo de ventilación.
- Automatización del encendido/apagado de las instalaciones mediante detectores de presencia.

El ahorro energético en 2024 derivado de las medidas de ahorro energético implementadas en las tiendas, bloques logísticos y colmenas ha sido de 175 millones de kWh (9%). Adicionalmente, se está implantando un Software de Gestión de Energía para automatizar el control del consumo en todos los centros y mejorar con ello el actual Sistema de Gestión de Energía.

Instalaciones Fotovoltaicas:

La apuesta creciente por el uso de energías renovables se ha materializado durante 2024 en un total de 259 nuevas instalaciones fotovoltaicas (253 en tiendas, 5 en bloques logísticos y 1 oficina), sumando una potencia instalada de 148 MWp (unos 300.000 módulos fotovoltaicos). Este movimiento hacia la transición energética ha conllevado una inversión total en el año 2024 de 45 millones de euros.

Durante el ejercicio de 2024 la generación de energía fotovoltaica ha supuesto un ahorro de energía de 130 GWh de los cuales 121 GWh corresponden a España y 9 GWh a Portugal.

Durante los próximos años, el Grupo prevé continuar apostando por energías limpias y más respetuosas con el medio ambiente. Una vez completada la hoja de ruta, se estima disponer, de una potencia total de 250 MW en fotovoltaica, con un volumen generador de 310 GWh por año, lo que supondría una capacidad de autoconsumo del 15% de la energía total consumida anual.

Puntos de carga para vehículos eléctricos:

○ Expansión de la Red en España:

Este año se han alcanzado logros significativos en la expansión de la infraestructura de puntos de carga para vehículos eléctricos (PCVE). Mercadona ha ejecutado nuevas instalaciones para la carga de vehículos eléctricos en 444 tiendas y 8 centros de trabajo, ofreciendo un servicio de recarga semirrápida que proporciona una recarga útil tanto a los “Jefes” como a las trabajadoras y trabajadores. Para estos movimientos se han invertido este año 5,4 millones de euros en las instalaciones de tiendas y 0,5 millones de euros en los centros de trabajo, que van desde bloques logísticos, hasta Colmenas y oficinas.

Con este movimiento se ha convertido en una de las mayores redes de recarga pública-privada para vehículos eléctricos, contando actualmente con más de 4.980 puntos de recarga, distribuidos en 1.201 tiendas (1.145 en España y 56 en Portugal), 17 bloques logísticos, 6 Colmenas (incluyendo la minicolmena de Boadilla del Monte) y 3 oficinas.

○ Mejora del Servicio:

Como parte del compromiso con la satisfacción de los “Jefes”, Mercadona ha mejorado significativamente el servicio que presta aumentando la capacidad de recarga de los PCVE, pasando de ofrecer 3,7 kW a 22 kW, lo que representa multiplicar por 6 la velocidad de recarga. Mercadona cuenta con la colaboración de Iberdrola y Repsol para garantizar el correcto funcionamiento y operación de los cargadores.

○ Expansión de la Red en Portugal:

Durante este año se ha seguido expandiendo la red de recarga en Portugal, donde 56 tiendas cuentan ya con estas instalaciones, con un total de 112 PCVE. Se trata de un servicio consolidado que cuenta con más de cuatro años de antigüedad y que experimenta año tras año una mayor aceptación por parte de los “Jefes” portugueses.

○ Perspectivas para el año 2025:

En 2025, se continuará invirtiendo en la mejora e instalación de nuevos PCVE con una asignación presupuestaria estimada de 4 millones de euros. Este compromiso permitirá seguir brindando un servicio de calidad y mantenerse a la vanguardia de las infraestructuras de recarga para vehículos eléctricos.

b) Agua

En este último ejercicio, Mercadona ha continuado su compromiso con la sostenibilidad y la gestión responsable de los recursos naturales. El principal consumo de agua en tiendas se produce durante los procesos de limpieza, uso sanitario y generación de hielo para la sección de pescadería. Por su parte, en bloques logísticos los consumos principales se centran en la producción de frío industrial, en la fabricación de pan y en el lavado de cajas y camiones.

Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales:

El sistema de teled medida previamente implementado en todas las tiendas permite monitorear y controlar los consumos energéticos y de agua en las tiendas de forma más eficiente y en tiempo real, facilitando así la detección de fugas e incidencias en la red y actuar en consecuencia. Asimismo, se está en constante comunicación con la entidades locales y administraciones públicas para detectar cambios normativos que impliquen restricciones en el consumo.

	Unidades	Total		España		Portugal	
		2024	2023	2024	2023	2024	2023
Abastecimiento municipal	%	100		100		100	
Consumo Total Cadena	Hm ³	3,16	3,66	2,92	3,57	0,24	0,09
Consumo Total Tiendas	Hm ³	2,26	2,25	2,09	2,17	0,17	0,08
Consumo Total Bloques logísticos	Hm ³	0,90	1,41	0,83	1,40	0,07	0,01

Origen del agua consumida:

El 100% del agua que se consume en las tiendas de la cadena proviene del abastecimiento municipal.

Vertidos de aguas residuales:

La empresa cuenta con métodos para la prevención y control de vertidos y protocolos de control de parámetros de vertido. El agua residual de los procesos es vertida a la red de saneamiento y realizándose controles rutinarios para controlar los parámetros de vertido.

Se han instalado estaciones depuradoras de aguas residuales (EDAR) en los bloques logísticos de Ribarroja, Huevar, Ingenio, Parc Sagunt, Vitoria, Mercapalma, Villadangos, Antequera, Póvoa de Varzim, Almeirim, San Isidro, Ciempozuelos, Abrera y Guadix. El objetivo de estas plantas de tratamiento consiste en devolver las aguas libres de contaminantes para que prosigan su ciclo hidrológico, reduciendo así el impacto medioambiental.

c) Protección Biodiversidad

Mercadona, dada su actividad en el sector de distribución alimentaria tiene un papel importante en la mitigación y adaptación de sus procesos a la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas.

El compromiso en la lucha contra la pérdida de biodiversidad implica integrar la conservación en el desarrollo de sus estrategias, colaborar con grupos de interés, fomentar la sensibilización y comunicación, y establecer medidas de reducción de los impactos debidos a su actividad. En esta línea, Mercadona también está trabajando para eliminar la deforestación asociada a su actividad y a la de su cadena, dándole prioridad a las materias primas de mayor riesgo.

Como parte de su modelo de relación, Mercadona sigue formando parte de la Iniciativa Española Empresa y Biodiversidad (IEEB) del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITERD) y forma parte del grupo de consulta de TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) en España.

Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad e impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas:

- Integración de cubiertas ajardinadas en patios de manzana y jardines verticales en las fachadas de las tiendas como medida para combatir el efecto 'isla de calor', ayudar a conservar la biodiversidad o capturar el CO₂. Además de fomentar una buena relación y convivencia con los vecinos de los barrios donde están presentes los supermercados, la cubierta ajardinada ejerce una función de atracción de una mayor biodiversidad, ya que los jardines urbanos que tiene instalados son un punto de descanso para aves en su proceso de migración.
- Mercadona trabaja por la protección de la biodiversidad a través de la instalación de medidas de mejora como cajas nido, comederos para aves, bebederos u hoteles para insectos, consiguiendo así un entorno urbano más sostenible y haciendo compatible su actividad con la adaptación de algunas especies de aves a vivir en los jardines urbanos.
- Acuerdos y compromisos de compra de productos de la pesca y de bienestar animal, cuyo objetivo es mantener la biodiversidad y los ecosistemas mediante procesos que mejoran la sostenibilidad de las especies y la protección de los ecosistemas que los rodean.

4.5 TAXONOMÍA DE INVERSIONES SOSTENIBLES

a) Introducción

La Unión Europea dentro de su plan de acción de finanzas sostenibles, aprobó en junio de 2020 el Reglamento 2020/852, también denominado Reglamento de Taxonomía relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles. En virtud de dicha norma, el Grupo, en su condición de Entidad de Interés Público debe reportar información sobre las actividades que se consideran medioambientalmente sostenibles.

Los seis objetivos definidos en el Reglamento son los siguientes:

- Contribución sustancial a la mitigación del cambio climático.
- Adaptación al cambio climático.
- Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos.
- Transición hacia una economía circular.
- Prevención y control de la contaminación.
- Protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas.

Se debe divulgar la proporción de actividades económicas elegibles, no elegibles y alineadas, según la Taxonomía, en relación con tres indicadores clave (KPIs):

- La proporción de ingresos relacionados con las actividades elegibles medioambientalmente sostenibles respecto del volumen neto de la cifra de negocios.
- La proporción de inversión en activos fijos (CapEx) de actividades elegibles medioambientalmente sostenibles con respecto del total de adiciones de inmovilizado.
- La proporción de gastos operativos (OpEx) relacionados con dichos activos respecto del total de gastos operativos.

En el anexo del reglamento Delegado 2021/2039 se indicaban los criterios técnicos de elegibilidad y alineamiento de las actividades relacionadas con los 2 primeros objetivos, mientras en el Reglamento Delegado 2023/2486 de 27 de junio de 2023 se regulaban las actividades de los 4 objetivos restantes.

En 2023 se exigía analizar la elegibilidad y alineamiento de las actividades relativas a los dos primeros objetivos (contribución sustancial a la mitigación del cambio climático y la adaptación al cambio climático), mientras que de los cuatro objetivos restantes solo se deberá analizar la elegibilidad de estas actividades. Este año 2024 se ha ampliado el criterio, debiendo reportar elegibilidad y alineamiento de todas las actividades en relación con los seis objetivos establecidos por la Taxonomía.

b) Alcance

Para el cálculo de la proporción de elegibilidad, así como para el análisis de las actividades elegibles, se ha tenido en cuenta la totalidad de las sociedades que integran el Grupo Inmo-Alameda consolidado, que a estos efectos está formado por todas las sociedades que integran el Grupo.

c) Explicación del proceso de cálculo de los indicadores

1. Elegibilidad y alineamiento

El Grupo se dedica básicamente a la actividad de distribución y esta actividad no se considera elegible para la Taxonomía. Por tanto, solo hay actividades complementarias a la principal, que puedan considerarse elegibles.

Actividades Elegibles

Las actividades elegibles incluidas en 2024 abarcan los 6 objetivos definidos en los Reglamentos, si bien el Grupo no considera elegible ninguna de las actividades que contribuyen a los 4 objetivos relacionados en el Reglamento 2023/2486, que este año, de las cuales se reporta alineamiento, por primera vez, por lo que la información es comparable con el año anterior.

El Grupo ha considerado que estas actividades son elegibles para los 2 primeros objetivos de la Taxonomía, pero sólo contribuyen, es decir, están alineadas con el objetivo de mitigación y no con la adaptación al cambio climático.

Las actividades complementarias que realiza el Grupo en el desempeño de su actividad principal consideradas Elegibles por la Taxonomía según los Reglamentos son las siguientes:

Listado de Actividades Elegibles

	Descripción de actividades del Grupo:
5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en	Recogida y transporte de cartón, plástico y poliespán, así como otros materiales no peligrosos como escombros, madera y chatarra.
6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	Turismos y furgonetas, para la movilidad de personas, tanto comerciales como de asistencia técnica de mantenimiento e informática.
6.6 Servicios de transporte de mercancías por carretera	Incluye el transporte de mercancías de las colmenas o de las tiendas físicas con vehículos ligeros a los domicilios de los "Jefes", tanto por compras online, telecompra o servicio a domicilio.
7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	En las reformas de tiendas y algunas aperturas sobre edificios construidos, se mejora tanto el aislamiento de cubiertas y fachadas como la instalación de equipos de iluminación y climatización más eficientes.
7.4 Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	Tanto para la recarga de vehículos eléctricos propios en tiendas y almacenes como para el servicio de los "Jefes" en los parkings de las tiendas.
7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	Sistemas de control de funcionamiento de equipos eléctricos sobre consumo, averías, presencia, etc. en tiendas y almacenes.
7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	Instalación de paneles solares fotovoltaicos, en cubiertas de tiendas, almacenes y oficinas.

Actividades Alineadas

Las actividades complementarias descritas que se han considerado como elegibles, para que tengan la consideración de alineadas según el Reglamento Delegado 2020/2039, deben cumplir los siguientes requisitos:

- Contribuir de forma sustancial a uno de los seis objetivos medioambientales.
- No causar un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos medioambientales.
- Cumplir con las garantías mínimas sociales.

Para no perjudicar al resto de objetivos (DNSH), todas las actividades elegibles deben cumplir el Apéndice A del Reglamento Delegado 2021/2039, donde se enumeran los riesgos climáticos físicos para los que la empresa debe tener un estudio que los identifique.

Durante 2023 se realizó el primer análisis de riesgos climáticos de todos los activos inmobiliarios (tiendas, oficinas, almacenes y colmenas), en el que se analizaron los 28 peligros climáticos físicos indicados, de los que se identificaron 12 aplicables. Para el estudio se usaron los modelos de desempeño de las variables climáticas en los escenarios SSP2-4.5 y SSP5-8.5 derivados del IPCC-AR6, se emplearon criterios de valoración (impacto, exposición, vulnerabilidad y capacidad adaptativa) y se estableció un umbral de riesgo material para los horizontes temporales corto (2021-2040), medio (2041-2060) y largo plazo (2081-2100). Como resultado, se identificó que 7 de los riesgos potenciales presentaban un nivel de riesgo residual material. Aquellos riesgos que resultan más críticos son los asociados a peligros relacionados con el calor extremo y la falta de agua. En 2024 se ha revisado el estudio anterior con la actualización de los activos (incorporando nuevos o desechando abandonados) sin que hayan cambiado las conclusiones del análisis, por lo que se considera que se sigue cumpliendo el requisito del citado Apéndice A.

Como ya se ha hecho referencia en otros apartados del presente informe, a finales de octubre tuvo lugar un fenómeno meteorológico extremo que provocó que se materializaran los riesgos agudos de precipitaciones fuertes y como consecuencia de las mismas inundaciones pluviales que afectaron a diferentes centros de venta y logísticos en la zona sur de la ciudad de Valencia.

El Grupo ha completado gran parte de los requerimientos relativos a las garantías mínimas sociales, entre otros: compromisos con la aplicación de los Derechos Humanos en su cadena de valor, mecanismos de denuncia, defensa de los intereses de los consumidores, mecanismos anticorrupción y de defensa de la competencia, así como de compromiso en el pago de sus obligaciones fiscales. Al cierre del presente ejercicio, se encuentran en proceso de desarrollo y aprobación los procedimientos de debida diligencia, tal y como se explica más adelante en el capítulo del proveedor, para garantizar que se cumplen los requerimientos respecto a Derechos Humanos en toda la cadena de valor.

Es por todo lo expuesto que se ha considerado que, una parte importante de las actividades elegibles, cumplen los requisitos técnicos para considerarse alineadas al cumplir el Apéndice A del Reglamento Delegado 2021/2039.

2. Cálculo del indicador de ingresos

Las actividades principales, generadoras de los ingresos del Grupo, no están recogidas en la Taxonomía. Es la actividad complementaria elegible de venta de residuos, separados en origen, la que genera ingresos adicionales, principalmente el cartón, el plástico, el poliestirén, la madera y la chatarra, cuyas ventas se contabilizan en cuentas específicas. Su reciclado y posterior reutilización por empresas especialistas, supone una valorización de estos además de colaborar a la economía circular.

3. Cálculo del indicador de CapEx (*inversión en activos fijos*)

Para el cálculo de este KPI, se incluye en el denominador la totalidad de las compras de inmovilizado del ejercicio antes de depreciaciones, amortizaciones y correcciones valorativas, es decir la totalidad de las adiciones al activo fijo del grupo durante el año. En el numerador se incluye la inversión en activos fijos asociados a actividades elegibles para la Taxonomía.

Para cada tipo de actividad el numerador incluye:

- *5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen:* fundamentalmente consiste en la inversión en trituradoras de papel y cartón en tiendas y de prensas y fosos en los bloques logísticos.
- *6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros:* adquisiciones de turismos y furgonetas de asistencia técnica de mantenimiento e informática.
- *6.6 Servicios de transporte de mercancías por carretera:* adquisición de vehículos ligeros destinados al Servicio a Domicilio de la compra de los “Jefes”, bien desde las “colmenas” o desde las tiendas tradicionales, con equipamiento de frío para el transporte tanto de productos perecederos como no perecederos.
- *7.3 Instalación, inversión en equipos de eficiencia energética:* inversiones en aquellas instalaciones que contribuyen a la mejora de la eficiencia energética en edificios que se renuevan y mejoran, descartando las inversiones en aperturas de tiendas y almacenes en edificios de nueva construcción, al no poder considerarse renovación o mejora:
 - Instalaciones eléctricas y de iluminación.
 - Instalaciones frigoríficas.
 - Instalaciones de climatización.
 - Aislamiento del cerramiento (cubiertas y fachadas).
 - Instalación de ventanas y puertas.
- *7.4 Inversión en estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios:* inversiones para la adquisición e instalación de puntos de recarga de vehículos eléctricos, tanto de vehículos eléctricos propios (en bloques logísticos y tiendas) como los que el Grupo pone a disposición de los “Jefes” y trabajadores en los *parkings* de tiendas, almacenes y oficinas.
- *7.5 Inversión en la instalación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios:* Inversión en el sistema de conexión de todos los equipos de tienda y almacenes para el seguimiento y control remoto de todos ellos, internamente llamado *Control de Señales* en Tiendas y *SCI (Sistema Control Instalaciones)* en almacenes que comunica y monitoriza los diferentes sistemas denominados Datalogger.
- *7.6 Inversión en la Instalaciones de energía renovable:* inversión en instalaciones fotovoltaicas en tiendas, bloques logísticos, colmenas y oficinas.

4. Cálculo del indicador de OpEx (*gastos operativos relacionados con inmovilizado*)

Para el cálculo del KPI, en el denominador se incluyen los arrendamientos, gastos de renovación de edificios, mantenimiento y reparaciones del resto del inmovilizado, incluidos en las cuentas de Mantenimiento y Reparaciones, recogidas en el epígrafe “Servicios exteriores” de la cuenta de pérdidas y ganancias de los estados financieros adjuntos.

En el numerador se han considerado los gastos relacionados con los activos indicados en el punto anterior. El numerador de cada tipo de actividad incluye:

- *5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen:*
 - Repuestos y mantenimiento de trituradoras de cartón en tiendas.
- *6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros:*
 - Revisiones, reparación y mantenimiento de turismos y furgonetas.
 - Alquiler de una parte de la flota de vehículos, en régimen de renting.
- *6.6 Servicios de transporte de mercancías por carretera:*
 - Revisiones, reparación y mantenimiento de furgonetas de reparto a domicilio, así como de sus equipos de frío.
 - Alquiler de vehículos para el servicio a domicilio desde tiendas o colmenas.
- *7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética:* gastos correspondientes a la instalación de equipos eficientes energéticamente en los edificios

rehabilitados por reforma o en aperturas del ejercicio 2024 realizadas sobre edificios preexistentes.

- Instalaciones eléctricas y de iluminación.
 - Instalaciones frigoríficas.
 - Instalaciones de climatización.
 - Aislamiento del cerramiento (cubiertas y fachadas).
 - Instalación de ventanas y puertas.
- 7.4 *Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios*: gastos de mantenimiento y reparación de los mismos.
- 7.5 *Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios: mantenimiento, actualización de los sistemas de control*: se incluyen los gastos de mantenimiento de los sistemas de control remoto.
- 7.6 *Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable*: gastos de mantenimiento de las placas solares.

5. Cómo se evita la doble contabilización

Se evita la doble contabilización a través de dos vertientes:

- *Entre KPIs*: las fuentes de información para la elaboración del numerador y el denominador de los KPIs son diferentes.
- *Entre actividades elegibles*: para el cálculo se han utilizado la totalidad de adquisiciones de inmovilizado y la totalidad de gastos operativos asociados al mantenimiento y reparación del mismo. Posteriormente se han clasificado, de forma individualizada, para cada una de las actividades elegibles, bien por órdenes de trabajo (ejecuciones) o por partidas individuales, eliminando todas las partidas individuales incluidas en las ejecuciones y así evitar la doble contabilización en inversión y gasto.

d) Tablas de resultados de los indicadores

1. Proporción de los ingresos procedentes de servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía en el ejercicio 2024.

Dado que las actividades principales del Grupo no están recogidas en la Taxonomía, entre las actividades secundarias que son elegibles, aquella que genera ingresos es la de recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen (en miles de euros):

A.1. Actividades económicas medioambientalmente sostenibles ⁽¹⁾	Total Ingresos	Ingresos actividad elegibles	Proporción Ingresos Elegibles	Ingresos actividad alineados	Proporción Ingresos Alineados
<i>5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen</i>		43.125	0,12%	43.125	0,12%
Ingresos de las actividades	35.607.098	43.125	0,12%	43.125	0,12%

2. Proporción de las CapEx procedentes de servicios asociados a actividades económicas elegibles según a la taxonomía en el ejercicio 2024 (en miles de euros):

A.1. Actividades económicas medioambientalmente sostenibles ⁽¹⁾	CapEx total	CapEx actividades elegibles	Proporción CapEx Elegible	CapEx actividades alineadas	Proporción CapEx Alineado
<i>5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen</i>		3.440	0,3%	3.440	0,3%
<i>6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros</i>		4.589	0,4%	0	0,0%
<i>6.6 Servicios de transporte de mercancías por carretera</i>		38.189	3,3%	0	0,0%
<i>7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética</i>		30.336	2,6%	14.948	1,3%
<i>7.4 Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios</i>		4.839	0,4%	4.839	0,4%
<i>7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios</i>		2.758	0,2%	2.758	0,2%
<i>7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable</i>		35.547	3,0%	35.547	3,0%
CapEx de las actividades	1.172.756	119.699	10,2%	61.534	5,2%

3. Proporción de los OpEx procedentes de servicios asociados a actividades económicas elegibles según a la taxonomía en el ejercicio 2024 (en miles de euros):

A.1. Actividades económicas medioambientalmente sostenibles ⁽¹⁾	OpEx total	OpEx actividades Elegibles	Proporción OpEx Elegible	OpEx actividades Alineadas	Proporción OpEx Alineado
<i>5.5 Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen</i>		852	0,1%	852	0,1%
<i>6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros</i>		7.424	0,8%	0	0,0%
<i>6.6 Servicios de transporte de mercancías por carretera</i>		9.936	1,1%	0	0,0%
<i>7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética</i>		8.359	0,9%	3.529	0,4%
<i>7.4 Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios</i>		331	0,04%	331	0,04%
<i>7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios</i>		2.758	0,3%	2.758	0,3%
<i>7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable</i>		2.128	0,2%	2.128	0,2%
OpEx de las actividades	919.549	31.789	3,5%	9.599	1,0%

⁽¹⁾ En el Anexo II se incluye la información relativa al volumen de negocios, CapEx y OpEx del ejercicio 2024 de acuerdo con la plantilla del Anexo II del Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de divulgación, modificado por el Reglamento Delegado (UE) 2023/3851.

Contextualización de los resultados obtenidos

La actividad principal generadora de ingresos es la de distribución y esta no se considera elegible para la Taxonomía, por tanto, las actividades elegibles son subactividades de soporte a la principal. La única elegible generadora de ingresos es la recogida de residuos no peligrosos, que suponen el 0,12% (0,08% en 2023) del total de la cifra de negocio.

En el cálculo del CapEx, un 10,2% de las adiciones de inmovilizado del Grupo pueden atribuirse a actividades elegibles de la Taxonomía (10,3% en 2023), de las cuales el Grupo entiende que un 5,2% cumplen los criterios de alineamiento para la Taxonomía (es decir, un 51%).

En cuanto al OpEx, un 3,5% de los gastos operativos relacionados con el mantenimiento de los elementos de inmovilizado están asociados a estas actividades elegibles (3,8% en 2023). Es una pequeña parte del OpEx del Grupo, al tratarse de actividades complementarias a la actividad principal, de los cuales un 1,0% cumplen los criterios de alineamiento (29%).

1. Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen

A lo largo de la cadena de valor y hasta llegar a “El Jefe”, los productos van protegidos con plásticos, cartones, y/o poliespán tanto para evitar golpes como para mantener la temperatura y la seguridad alimentaria. Cuando se ponen a disposición para la venta en tiendas, se retiran las protecciones y se separan por componentes, que, a través de la logística inversa, se devuelven a los bloques logísticos para la posterior recogida por las empresas autorizadas para su reciclaje.

Todos los residuos que se generan en tiendas por la actividad comercial y se trasladan de forma separada a los bloques logísticos, se recogen por los operadores especializados también de forma separada para su reciclado, dando así cumplimiento al criterio técnico de selección de contribución sustancial a la mitigación del cambio climático, al transportarse por separado y destinarse a su reutilización o reciclado.

Es esta la única actividad elegible que genera ingresos, derivados de la valorización de estos residuos, que supone el 0,12% de los ingresos del Grupo, cifra sensiblemente superior a la de 2023 debido, principalmente, al incremento en el precio de mercado de estos residuos.

Para realizar esta actividad es necesario el uso de trituradoras en tiendas y de prensas en bloques logísticos, instalaciones que suponen una inversión continua en todos los centros del Grupo, que representa un 0,3% del CapEx y cuyo mantenimiento es el 0,1% del OpEx del Grupo.

La exigencia de no causar perjuicio significativo al resto de objetivos (DNSH) queda cubierta con el cumplimiento del Apéndice A del Reglamento Delegado 2021/2039 ya mencionado en el apartado 4.1 anterior.

Tampoco se mezclan los residuos de obra, que son transportados directamente a operadores especializados para su reciclado por los operadores especializados, teniendo a su vez la consideración de alineados. En este caso, aunque se realiza la actividad taxonómica, no generan ni inversión en activos ni mantenimiento de los mismos, por lo que no tiene reflejo en los KPIs.

2. Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros

El resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 0,4%, y para el indicador de OpEx ha sido de un 0,8%.

Para el cálculo del numerador del KPI CapEx de esta actividad se han considerado las adquisiciones de elementos de transporte categorizados como turismos destinados a la movilidad de personas tanto en funciones comerciales, administrativas o de asistencia técnica y mantenimiento. Asimismo, para el cálculo del numerador del indicador de OpEx se han tenido en cuenta los gastos de mantenimiento y reparaciones asociados a los mismos vehículos relacionados en el CapEx.

La totalidad de la flota está compuesta por 1.556 turismos y 430 furgonetas, si bien esta actividad, al no cumplir con los criterios de ser vehículos de nulas o bajas emisiones, no puede ser considerada alineada.

En 2024 el grupo ha iniciado un proceso de cambio en la gestión de la flota de vehículos utilizando la figura del *renting* en sustitución a la compra. Movimiento que se espera que continúe progresivamente en los próximos años. Este proceso está condicionando las proporciones de inversión (CapEx) que disminuye frente al arrendamiento (OpEx) que aumenta, ambos respecto al año anterior.

3. Servicio de Transporte de mercancías por carretera

El resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 3,3%, y para el indicador de OpEx ha sido de un 1,1%.

Para el cálculo del numerador del KPI CapEx de esta actividad se han considerado las adquisiciones de furgonetas, destinadas al reparto de productos a domicilio y la venta online, que ha supuesto un incremento respecto al año anterior por el propio aumento de la venta online, así como por la renovación de la flota para garantizar las temperaturas y por tanto la calidad de los productos servidos. Mercadona cuenta con una flota de 2.379 furgonetas, de las que 1.245 son ECO (dual fuel o MHEV) y 1 eléctrica. Asimismo, para el cálculo del numerador del indicador de OpEx se han considerado los gastos de mantenimiento y reparación asociados a los mismos vehículos.

Al igual que la actividad anterior, al no cumplir con los criterios de ser vehículos de nulas o bajas emisiones, (salvo la furgoneta eléctrica que por su importancia relativa se ha considerado irrelevante) no puede ser considerada alineada.

4. Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética

La reforma y mantenimiento de las tiendas y almacenes provoca que el resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 3,3% de las inversiones, y para el indicador de OpEx ha sido de un 1% de los gastos.

En este punto, se han incluido las inversiones en inmovilizado que se han realizado en los diferentes capítulos recogidos en esta actividad: cerramiento de edificios (puertas, ventanas, cubiertas o fachadas), así como instalaciones de climatización, iluminación o frigoríficas, en los edificios en los que se ha producido una renovación por reforma o mantenimiento de los mismos.

Durante el ejercicio 2024 se han reformado 29 tiendas para su transformación en Tienda 8. El total de Tiendas 8 en la cadena es de 1.431 tiendas. Este modelo de tienda supone una mejora energética del 40% con respecto al modelo de tienda convencional. Adicionalmente se sigue implementando, en las tiendas frío industrial con tecnologías basadas en gases refrigerantes que no contaminan el medio ambiente, principalmente basados en CO₂ transcrito.

El 30 de noviembre a través de la resolución de Preguntas Frecuentes, la Comisión Europea consideró que el baremo de alineamiento de esta actividad debía equipararse a la equivalente de fabricación (3.5) con lo que aumenta considerablemente las exigencias de alineamiento, cuyo cumplimiento debe justificarse documentalmente. Ante la imposibilidad temporal de dicha justificación el Grupo ha considerado una gran parte de estas inversiones como no alineadas. Para próximos ejercicios será posible la justificación del correspondiente alineamiento.

El Grupo considera que cumplen los criterios de alineamiento un 2,6% de las inversiones y un 0,9% de los gastos taxonómicos.

En los criterios de no causar perjuicio significativo al resto de objetivos (DNSH) para considerarse alineados estos son tanto el Apéndice A, que el grupo cumple con el Mapa de Riesgos Climáticos ya mencionado, como el Apéndice C que se cumple por no utilizar materiales contaminantes.

5. Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios

El resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 0,4%, y para el indicador del OpEx ha sido de un 0,04%.

Para el cálculo del numerador del KPI CapEx de esta actividad, se han considerado las inversiones en Puntos de Carga de Vehículos Eléctricos (PCVE). Al cierre de 2024 se habían instalado más de 4.980 puntos de recarga. El indicador de OpEx corresponde a los gastos de mantenimiento de los correspondientes activos.

La exigencia de no perjudicar al resto de objetivos (DNSH) se limita al cumplimiento del Apéndice A, por lo que la actividad se considera alineada en su totalidad.

6. Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios

El resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 0,2%, mientras que para el indicador de OpEx ha sido de un 0,3%.

El Grupo sigue avanzando en la instalación de sistemas de control centralizado del funcionamiento de los equipos, tanto de tiendas como de los bloques logísticos, así como detectores de presencia que puedan reducir el consumo eléctrico.

La exigencia de no perjudicar al resto de objetivos (DNSH) se limita al cumplimiento del Apéndice A, por lo que la actividad se considera alineada en su totalidad.

7. Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable

El resultado obtenido en el cálculo del indicador de CapEx ha sido de un 3,0%, mientras que para el indicador de OpEx ha sido de un 0,2%.

En el ejercicio 2024 el Grupo ha realizado 259 nuevas instalaciones (253 en tiendas y 5 en bloques logísticos y 1 en oficinas) alcanzando una potencia instalada de 148 MWp (unos 300.000 módulos fotovoltaicos). La previsión de cara a futuros ejercicios es aumentar la instalación de placas solares, hasta alcanzar los 310 GWh/año, dado el compromiso asumido por el Grupo respecto a su apuesta por energías limpias y más respetuosas con el medio ambiente.

La exigencia de no perjudicar al resto de objetivos (DNSH) se limita al cumplimiento del Apéndice A, por lo que la actividad se considera alineada en su totalidad.

4.6 MODELO DE CALIDAD CON SEGURIDAD ALIMENTARIA

La Cultura sobre Seguridad Alimentaria (CSA, requisito del Reglamento (UE) 382/2021 de la Comisión de 3 de marzo de 2021) es el conjunto de actitudes, valores y creencias en materia de Seguridad Alimentaria que se comparten en una compañía. En Mercadona, el Modelo de Calidad Total es el que define la cultura de la empresa. Ofrecer una calidad contundente en los productos es uno de sus principales valores, y la Seguridad Alimentaria es un requisito imprescindible para garantizar la calidad de cualquier producto.

Año tras año, se destinan importantes recursos a garantizarla. Desde hace más de 15 años, Mercadona tiene implantado un Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria orientado a garantizar el máximo nivel de calidad e inocuidad de todos sus productos y de sus procesos, dando así fe de la cultura de seguridad alimentaria implementada en todos los eslabones de la empresa, ya que el Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria desarrollado, cuelga del Modelo de Calidad Total.

Este Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria está basado en los principios del Sistema de Gestión APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) que se engloba dentro de la misión de la empresa de garantizar la Calidad Contundente de los productos que se ofrecen a los clientes ("Jefes"). El Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria consiste en alcanzar 3 objetivos: 0 defectos, 0 riesgos y 0 crisis y para garantizarlos dispone de 3+1 estrategias: Preventiva, Reactiva, Contrastar y Despliegue de Sociedad.

a) Estrategia Preventiva

Esta estrategia consiste en visualizar los posibles peligros en toda la Cadena de Montaje de Mercadona y trabajar para evaluar y prevenir los riesgos derivados.

Hace años se creó la herramienta REMER (Riesgos Emergentes) para alimentación y no alimentación con la que se monitorizan posibles riesgos, y está en constante mejora haciéndola cada vez más sencilla, pero a su vez captando más información.

La compañía tiene digitalizada la carpeta de registros de APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) en todos los supermercados de España mejorando el caudal y la garantía del dato.

El equipo de técnicos, que forman parte de la plantilla, imparte personalmente la formación interna en Seguridad Alimentaria y desarrollan el manual del sistema de gestión APPCC y los métodos de trabajo necesarios en toda la Cadena de Montaje de Mercadona.

Mercadona dispone de una amplia cartera de expertos en distintas materias y dos Comités Científicos interdisciplinares que realizan una labor crucial en materia formativa y consultora para la prevención de riesgos alimentarios, además de ser piezas claves en la evaluación de riesgos fundamentales para la gestión.

La compañía continúa trabajando de la mano con institutos tecnológicos y laboratorios de reconocido prestigio como AINIA, CNTA, Aquimisa, Eurofins, Silliker y Anfaco, entre otros.

b) Estrategia Reactiva

Consiste en garantizar el objetivo de minimizar el efecto de los indicios de seguridad alimentaria en los 5 Componentes de la Empresa.

Con el objetivo de retroalimentarse de los problemas de calidad con seguridad alimentaria de los productos, Mercadona dispone, además de la línea de atención al cliente, de una herramienta informática a través de una *tablet* (INTIE), que proporciona información inmediata a los responsables del producto y permitiendo una gestión ágil. También el Modelo cuenta con herramientas para captar información de otras fuentes como autoridades sanitarias, redes de alerta, proveedores, redes sociales. La compañía tiene digitalizada la gestión de actas de sanidad y adaptada la herramienta INTIE para captar la información de las inspecciones sanitarias realizadas por la Administración.

Mercadona e Irmãdona cuentan también con un método interno de Gestión de Indicios de Seguridad Alimentaria y también se realizan simulacros.

c) Estrategia Contrastar

Esta estrategia tiene una doble misión, por un lado, contrastar el cumplimiento del Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria de Mercadona, a la vez que cumplir con el requisito legal dentro del APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) de la empresa. Se dispone de un Plan Anual de Control de Seguridad Alimentaria y Calidad que contempla, como verificación del sistema de APPCC, controles de proceso, analíticas de superficies y productos elaborados en los propios supermercados, completando más de 26.000 controles al año, habiendo visitado 695 tiendas en 2024.

	2024	2023
Controles de productos frescos y/o de importación	7.422	7.823
Otros controles de proceso (superficies)	18.361	25.327
Controles de procesos logísticos	827	649

d) Estrategia Despliegue de Sociedad

El equipo técnico realiza una importante labor de campo basada en conocer a las Administraciones Públicas relacionadas con la calidad y seguridad alimentaria y que estas conozcan a la compañía, tanto en España como en Portugal. Es una estrategia transversal para las 3 estrategias anteriores: Preventiva, Reactiva y Contrastar.

Mercadona participa activamente en los comités de Seguridad Alimentaria de: AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial), ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), ENAC (Entidad Nacional de Acreditación), AINIA (Instituto Tecnológico Comunidad Valenciana), AVI (Asociación Valenciana de Innovación), CNTA (Centro Tecnológico Navarra), SESAL (Sociedad Española de Seguridad Alimentaria), IFS (certificación en seguridad alimentaria) y APED (Asociación Portuguesa de Empresas de Distribución), y trabaja en colaboración con las autoridades de seguridad alimentaria y con la ayuda de universidades, laboratorios y centros tecnológicos.

Este Modelo de Calidad con Seguridad Alimentaria se ha digitalizado recientemente para poder ser conocido y compartido, si fuera necesario.

Dentro de la estrategia preventiva, como se ha explicado anteriormente se dispone de sendos comités científicos, para España y para Portugal compuestos por:

Dña. Pilar Vinardell (Departament de Fisiologia-Farmàcia, Universidad Barcelona), Dña. Ana Troncoso (Catedrática de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Sevilla), Dña. Ana Canals (Sanidad Exterior, Ministerio de Sanidad, en proceso de jubilación), D. Andrés Otero (Departamento de Higiene y Tecnología de los Alimentos, Universidad de León), D. Juan José Badiola (Dpto. Patología Animal, Facultad de Veterinaria, Universidad de Zaragoza), D. Andreu Palou (Catedrático y Director del Laboratorio de Biología Molecular, Nutrició i Biotecnología de la Universitat de les Illes Balears), D. Arturo Anadón (Director del Dpto. Toxicología y Farmacología Facultad de Veterinaria, Universidad Complutense de Madrid), D. Daniel Ramón (Vicepresidente I+D Salud y Bienestar de la empresa ADM), D. José Miguel Mulet (Profesor de la Universidad Politécnica de Valencia), D. Jose Juan Rodríguez (Profesor Nutrición y Bromatología de la Universidad Autónoma de Barcelona).

En Portugal el comité está formado por Dña. Paula Teixeira (Microbiología Universidad Católica Porto), Dña. Alexandra Silva (Directora Técnica Laboratoiro de Control Microbiológico, Universidad de Lisboa), Dña. Fernanda Vilarinho (Instituto Nacional de Salud Dr. Ricardo Jorge, Lisboa), Dña., Sandra Mourinha Chaves (CEO Laboratorio Wenow, Lisboa), Dña. Inés Pádua (Médico alergóloga), D. Duarte Torres (Profesor Facultad de Ciencias de Nutrición, Universidad de Porto).

Estos comités de expertos realizan una labor crucial en materia formativa y consultora para la prevención de riesgos alimentarios, además de ser pieza clave en la evaluación de riesgos fundamentales para la prevención y gestión.

Todos los miembros del CCM están conectados a través de herramientas digitales como *WhatsApp* para comunicaciones más rápidas y se ha creado un *SharePoint* donde se comparte información de interés, eventos, publicaciones, etcétera, aunque se realizan generalmente dos reuniones anuales.

4.7 GESTIÓN SOCIAL Y RESPONSABLE

El modelo que siguen las empresas del Grupo es un modelo de gestión ético y responsable que genera valor, basado en un compromiso estable, sostenible e integrador, que busca la creación de valor para la sociedad, a través de la generación de empleo y riqueza, la apuesta por el crecimiento conjunto y una distribución equitativa. El Grupo, mediante su actividad, genera numerosos impactos en la sociedad y a lo largo de toda la geografía española y portuguesa. En este sentido, genera puestos de empleo tanto directos como indirectos a través de su actividad.

Ejemplos de sus políticas sociales y sus resultados son:

a) Diálogo y transparencia

El Grupo, para fortalecer sus vínculos con la sociedad, favorece el diálogo con la misma, a través de una relación de cercanía y proximidad, con el objetivo de detectar la contribución que, dentro de su actividad, puede aportar a los entornos en los que tiene presencia. Asimismo, mantiene lazos de colaboración firmes y estables y apuesta por la escucha y la transparencia como bases sobre las que construye la convivencia (desde la máxima de que "para poder recibir, primero hay que dar").

Gracias a conocer de primera mano las inquietudes de cuantos forman parte de su entorno (vecindad, consumidores, asociaciones e instituciones, entre otros), detecta y satisface sus necesidades.

b) Relación con los consumidores

Mercadona e Irmãdona mantienen una actitud de escucha constante y fomentan el diálogo, al tiempo que aprovechan diferentes canales para difundir información, sobre las compañías, que consideran de interés para sus clientes. Disponen de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) formado por 82 personas, con un teléfono gratuito, buzón de correo electrónico y diversos canales abiertos en las distintas redes sociales, por los que se atienden y canalizan todas las dudas y cuestiones que plantean los Jefes tanto en España como en Portugal.

Una vez recibidas, se tramitan inmediatamente por medio de los mecanismos establecidos y se estudian individualmente para su posterior resolución por los departamentos implicados, para que las estudien individualmente y busquen la mejor solución para el Jefe.

En 2024, el Servicio de Atención al Cliente de Mercadona e Irmãdona gestionó todas las consultas recibidas, un total de 233.500 inputs, (datos similares al ejercicio anterior) que fueron derivadas a cada departamento concreto para su posterior análisis.

Con el objetivo de profesionalizar los puestos de trabajo y que las trabajadoras y trabajadores estén actualizados en sus respectivas áreas y como una de las formas de mantener un buen clima laboral, se lleva a cabo una formación continua, consistente en actualizaciones de la herramienta de gestión, metodología específica del *call center*, cómo llegar a la excelencia en la atención a los clientes y temas legales acordes a su trabajo diario.

Asimismo, en los perfiles oficiales de redes sociales de la compañías (Facebook, X, YouTube, Instagram y LinkedIn) se han mantenido 369.000 conversaciones con los "Jefes", 309.000 en España y 60.000 en Portugal. Este trabajo, fruto del diálogo abierto que se mantiene con ellos, ha permitido detectar puntos de mejora y consolidar al SAC como una de sus herramientas principales para reforzar la satisfacción de los clientes. En este ámbito también se ha implantado una nueva herramienta para los perfiles en redes sociales que permite dar una mejor atención a los clientes y extraer, con mayor exactitud, los datos y la información.

Se mantiene en la página web una sección FAQ, que incluye gran variedad de respuestas, tanto de los servicios de la compañía, como de los productos. Se sigue trabajando con el objetivo de poner al alcance de los clientes las máximas preguntas frecuentes posibles que aporten contenido de valor.

Con el objetivo de retroalimentarse a través de "El Jefe", se dispone de una herramienta informática a través de una *tablet*, que proporciona información inmediata a los responsables del producto distinguiendo, además, entre calidad y seguridad alimentaria y permitiendo una gestión ágil. De estas quejas, las que inicialmente son catalogadas como posible riesgo de seguridad alimentaria, se envían por mensaje de texto a las personas responsables para empezar a gestionarse y así dar una respuesta más rápida y ágil ante posibles problemas.

Las empresas que forman el Grupo llevan años fomentando la participación y colaboración, a través de la promoción de acciones individuales o conjuntas, con las asociaciones de consumidores más representativas tanto del ámbito nacional, como del autonómico, provincial y local.

Las asociaciones de consumidores son para el Grupo la voz de una gran parte de los consumidores españoles y portugueses. Escucharlos, conocer sus necesidades y ofrecerles soluciones que le añadan valor a través del diálogo y la cercanía con ellos, tanto desde las tiendas como a través de las asociaciones de consumidores que los representan, forma parte de la misión como prescriptores. El trabajo conjunto con estas permite descubrir las inquietudes y tendencias del consumidor, además de fomentar y participar en actividades formativas e informativas con el objetivo final de mejorar la protección y satisfacción de los consumidores para que puedan realizar su compra de forma responsable.

Por otro lado, Mercadona e Irmãdona mantienen un compromiso responsable con el consumidor y es por ello que, para protegerlo de posibles riesgos, se informa siempre en los etiquetados de la posible presencia de alérgenos, incluso si están presentes en poca cantidad (trazas).

Paralelamente, se ha continuado trabajando en la mejora del surtido e identificación de productos sin alérgenos, con el objetivo de facilitar la incorporación en los lineales, y con todas las garantías, de productos aptos para los "Jefes" con necesidades especiales en alimentación, cómo alergias e intolerancias (serían los afectados por los 14 alérgenos), siguiendo así la tendencia iniciada hace más de una década con el colectivo celíaco, respecto a la incorporación en el surtido de productos sin gluten. Como con el resto de los productos, se trabaja junto a los proveedores para tener definido desde el Jefe el surtido necesario, para ofrecerle la mejor opción y que acierte a la hora de hacer su compra garantizando los ingredientes, trazas y alérgenos que contiene cada producto.

Esta preocupación también se traslada a los procesos internos a través de la prohibición de usar guantes con polvo de látex, siguiendo las directrices definidas en el sistema de gestión de seguridad alimentaria APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos).

Se fomenta y ofrece recursos para llevar una alimentación saludable a través de ideas y recetas bajo el mensaje "Tu cesta equilibrada"; además de acercar información útil a asociaciones de consumidores, administraciones y otros agentes sociales. Al tiempo, se ha formado a todos los equipos de la empresa implicados en la estrategia Saludable, la cual facilita una alimentación saludable a los Jefes, ofreciendo un amplio surtido que hace accesible una cesta equilibrada que cubra todas las necesidades que requiere para su salud: Teniendo en cuenta, Qué necesita para alimentarse, Cuánto necesita para su alimentación y Cómo necesita cocinarlo el Jefe.

Siempre teniendo en cuenta que los productos estén buenos, se mejoran las recetas de los productos, igual que se introducen nuevas soluciones que cumplan con Ser Bueno/Saludable escuchando a los Jefes y se trabaja para que la información nutricional sea más entendible para los Jefes, para lo que se ha perfeccionado el etiquetado con el fin de clarificar sus valores nutricionales, así como las cantidades y formas de cocinado.

Se facilita el consumo responsable de ciertos alimentos a través de formatos por porciones. Al tiempo que se introduce en el surtido productos pensados por raciones desde el origen de su creación. Siempre partiendo de las necesidades del Jefe.

Todas estas medidas, contribuyen a introducir mejoras nutricionales en un surtido que se adapta constantemente a las nuevas necesidades y tendencias, y con el que ofrece a los "Jefes" alternativas para llevar una vida saludable apoyada en una alimentación variada y equilibrada.

Conscientes de la importancia y relevancia que tiene la nutrición para la sociedad, Mercadona sigue manteniendo su compromiso con la Estrategia Nacional sobre Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS), a través de acciones con los proveedores fomentando diferentes iniciativas con el fin de promover una alimentación saludable y que incluye medidas como la reformulación de productos (como la reducción de sal y azúcares), la mejora del etiquetado nutricional y acciones formativas. Dentro de este ámbito, otro año más, Mercadona sigue como adscrito al código de autorregulación de la publicidad (código PAOS). En Portugal, se sigue trabajando en el Plan de colaboración para la mejora de los alimentos y bebidas EIPAS elaborado por la DGS (Dirección General de Salud).

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

En Mercadona se trabaja para tener un Surtido Eficiente, definido desde “El Jefe”, para ofrecerle la mejor opción y que acierte a la hora de hacer su Compra Total. Es por ello que en 2024 se han dado de baja productos que no forman parte de la Misión (ejemplo, funda de lavado), y productos que son duplicidades de otros (ej. Conejo Troceado, mismo tornillo con diferentes tamaños, y se ha dejado un solo tamaño). También se han dado de alta productos que satisfacen las necesidades de muchos Jefes (ejemplo, Pizza BBQ Pack-2).

El modelo de Tienda 8 se adapta a las estrategias de accesibilidad que recomienda el Comité Español Representante de Personas con Discapacidad (CERMI) para facilitar el proceso de compra a las personas con discapacidad. La zona de aparcamiento dispone de plazas para “Jefes” con discapacidad con itinerario peatonal señalizado. Los pasillos son amplios, con un mínimo de 1,80 metros para mayor comodidad y los baños están adaptados a personas con movilidad reducida. Asimismo, todas las tiendas ponen a disposición de los clientes carros adaptados a su tipo de discapacidad física con el objetivo de facilitar su compra habitual.

En enero de 2024, Mercadona inicio la implantación de un proyecto relacionado con la mejora del etiquetado, en el que también participan proveedores. La compañía tiene diferentes formas de llevarlo a cabo pues algunos proveedores cuentan con equipos de diseño con los que se trabaja directamente y con otros proveedores, Mercadona trabaja con agencias de diseño y también tiene diseñadores internos para dar ese soporte y llevarlo a cabo. El aporte de valor ofrecido es estudiar de una forma global cual es la mejor identificación e información que buscan los Jefes en los productos en los lineales, compartirla y cruzarla con el conocimiento que los proveedores tienen de los productos, para así definir juntos la información del producto.

En cuanto a la información que se indica en el etiquetado, hay una parte específica y de obligado cumplimiento legal donde los proveedores son los que garantizan cuál es la información a indicar (por ejemplo, los ingredientes o los valores nutricionales) y otra parte de información que desde Mercadona se crea para todos los productos y se encarga de incluir (por ejemplo, la marca propia Hacendado).

Se está llevando a cabo una mejora de la información (ingredientes, información nutricional, modo de preparación, etcétera), que consiste en optimizar la lectura a los “Jefes”, haciendo la letra más grande y usando colores e imágenes que hagan muy fácil encontrar la información que busca “El Jefe”. El número de referencias modificadas y/o actualizadas en 2024 ha sido de 3.000.

c) Gestión proactiva con la vecindad

La relación que mantienen las empresas del Grupo con la vecindad está basada principalmente en el respeto y entendimiento mutuo. Por ello, mantiene un importante compromiso con los vecinos de sus entornos, en línea con los valores fundamentales de su ética empresarial, y tiene muy en cuenta las diferentes preocupaciones y necesidades de cada barrio, a las que ha tratado de dar solución con sus proyectos. A través de un diálogo constante, les permite detectar las necesidades que les plantean y armonizar su actividad comercial, con el objetivo de que no interfiera ni genere ningún impacto molesto en aquellos entornos y barrios en los que tiene presencia.

Mercadona puso en marcha en 2014 el proyecto “Gestión Proactiva con los Vecinos”, herramienta preventiva donde se revisan los focos de riesgo y que ha permitido prevenir que se produzcan posibles molestias, continuando con el esfuerzo de contrastación, para que sea posible anticiparse a posibles focos:

	2024	2023
Contrastaciones de los procesos de carga y descarga en tiendas	21.005	20.561
Chequeos en procesos internos de las instalaciones y supermercados	4.891	5.386
Sugerencias, quejas y mejoras procedentes de los vecinos recibidas	394	359
Resueltas satisfactoriamente en menos de 30 días naturales	74%	75%

d) Contribuir a una sociedad más sostenible

Durante este año, se ha seguido impulsando la construcción de jardines urbanos que Mercadona ha instalado en las cubiertas de las tiendas, así como los jardines verticales integrados en algunos centros, iniciativa que puso en marcha en 2015 para mejorar la convivencia con los vecinos y aislar tanto acústica como visualmente parte de sus instalaciones. Al cierre del ejercicio, cuenta con un total de 22 jardines urbanos naturales. Para su construcción y diseño, se han utilizado especies autóctonas de bajas necesidades hídricas, que contribuyen a reducir tanto la contaminación como el denominado “efecto isla de calor”, ya que son un excelente aislante. Esta iniciativa, además de aportar beneficios medioambientales a la comunidad, supone la integración sociolaboral de personas con discapacidad intelectual de la Fundación Capacis en la Comunidad de Madrid, que participan en la construcción de los jardines urbanos y se encargan de su mantenimiento.

Mercadona, en España, forma parte del clúster de Impacto Social, de Cambio Climático y de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad de Forética. También participa en el grupo de trabajo de Derechos Humanos, de Impacto Social de Fundación Seres y en el grupo de trabajo de Derechos Humanos de Pacto Mundial. Así mismo, este año se ha unido a la asociación Foros de Comercio Ético, iniciativa de colaboración para promover mejores condiciones de trabajo dentro del sector agroalimentario español.

Igualmente, en Portugal forma parte del clúster ODS5 Igualdad de Género de GRACE (Asociación de Empresas Responsables).

e) Integración en la sociedad

Mercadona e Irmãdona impulsan el comercio de proximidad de las zonas y barrios en los que tienen presencia y mantienen un compromiso especial con la convivencia de formatos tradicionales.

Igualmente, se participa activamente en las asociaciones empresariales más representativas de supermercados y del sector agroalimentario (de ámbito estatal, autonómico, provincial y local), promoviendo la responsabilidad social empresarial, la innovación empresarial y la cadena agroalimentaria sostenible.

Por su parte, Mercadona, impulsa desde 2001 la revitalización de los mercados tradicionales con las 34 tiendas que se mantienen en mercados municipales.

Con motivo de la DANA en Valencia, desde el Departamento de Obras de Mercadona se pusieron en marcha, como ya se ha comentado, iniciativas para ayudar en la recuperación, no solo de los establecimientos propios sino, además y con la autorización de los ayuntamientos la recuperación del entorno, tanto de zonas públicas (como calles, jardines, plazas, colectores...) como privadas (vaciado de residuos, limpieza y pintura de plantas bajas, zaguanes, y comercios) implicando a más de 200 proveedores.

Asimismo, dentro del compromiso de la empresa con la Sociedad, Mercadona ha dado respuesta mostrando su solidaridad ante otras emergencias acontecidas en 2024, entre ellas el incendio del edificio de Campanar en la ciudad de Valencia el pasado 22 de febrero, en la que Mercadona y sus trabajadoras y trabajadores mantuvieron abierto su supermercado durante la madrugada para dar alimentos y productos a los bomberos y vecinos afectados, así como para atender a los servicios de emergencia.

f) Social y responsable

Uno de los compromisos que mantiene con la sociedad es compartir con ella la riqueza generada, por eso, a lo largo del año, Mercadona ha mantenido este compromiso por medio de un Plan de Acción Social propio construido desde su compromiso con la Sociedad y los distintos interlocutores del entorno con los que mantiene un diálogo continuo.

Entre ellos, la compañía trabaja con un modelo de relación estable y organizado con distintas entidades sociales reconocidas de España y Portugal con las que, a través del consenso y entendimiento mutuo, desarrolla proyectos de colaboración en todas las Comunidades, Ciudades Autónomas y Distritos basados en la atención a distintos colectivos y usuarios en riesgo de exclusión social.

Estos proyectos de colaboración abarcan iniciativas como la donación diaria de productos y alimentos, que ha ascendido en 2024 a 25.204 toneladas, así como la activación de campañas de captación de recursos a favor de los Bancos de Alimentos, en las que se ponen a disposición de los Bancos de Alimentos los puntos de venta para la recaudación de fondos, dando la posibilidad a sus clientes de donar a favor de una causa solidaria.

A la hora de iniciar la colaboración con las distintas entidades sociales para la donación de productos, Mercadona realiza un trabajo de campo inicial para conocer instalaciones, personal, servicio prestado (alimentación, higiene, pernoctaciones, etcétera), volumen de usuarios atendidos, tipo de entidad (como residencias, comedores, colectivos vulnerables) a fin de adaptar la colaboración al perfil de entidad concreto.

Para la puesta en marcha de estas iniciativas y con el objetivo de cubrir necesidades específicas de las entidades sociales con las que la compañía mantiene relación, Mercadona cuenta con distintos recursos:

- Equipo humano: Equipo de Acción Social a nivel nacional con delegados territoriales encargados entre otros asuntos de hacer seguimiento en las zonas a las entidades sociales y equipo en tienda y bloque logístico encargado dentro de su rutinario a la gestión de productos a donar.
- Herramientas informáticas: indicadores de seguimiento y análisis de datos.
- Métodos procedimentales para la ejecución del proceso diario de donar y otras herramientas formativas.
- Canales oficiales de comunicación.
- Económicos: inversión en proyectos sociales y digitalización.

Estos compromisos se ven reflejados en el incremento de colaboración con más de 70 nuevas entidades sociales a lo largo de 2024, en España y Portugal, alcanzando un total de 847 entidades con las que el Grupo colabora.

Durante 2024 el Grupo ha realizado donaciones por un importe superior a los 108 millones de euros (69 millones de euros en 2023) de los que 65 millones de euros corresponden a Mercadona (de los cuales 3,4 millones de euros han sido en Portugal) y el resto a Inmo-Alameda.

Las entidades receptoras de las ayudas de Mercadona se corresponden principalmente con bancos de alimentos, comedores y organizaciones sociales de distinta cobertura como Cruz Roja (Cruz Vermelha en Portugal), siendo fundamentalmente alimentos y productos de primera necesidad.

Igualmente, ambas sociedades colaboran en campañas de captación de recursos a favor de entidades sociales que operan en España y Portugal atendiendo a beneficiarios finales. Ejemplo la Recogida de Primavera o la Gran Recogida de Alimentos de noviembre en España y otras equivalentes en Portugal donde los Jefes donaron en 2024 más de 3,5 millones de euros las compañías transforman íntegramente en alimentos para las entidades participantes.

En 2024, Irmãdona amplió su relación de colaboración con 19 nuevas entidades sociales para la donación diaria de alimentos y productos básicos desde sus centros, y ha cerrado el año colaborando con 89 entidades a las que realiza entregas desde sus 60 tiendas y bloques logísticos.

g) Proyecto Legado y colaboración con la Sociedad

Bajo la premisa de que el verdadero éxito parte de compartir y poner al servicio de los demás los conocimientos y recursos de los que se disponen, en 2012 comenzó a desarrollarse el Proyecto Legado.

Dicha iniciativa nace con el propósito de fomentar el espíritu empresarial y compartir el modelo de negocio del Grupo a través de distintas organizaciones que desarrollan proyectos destinados a este fin, entre las que se encuentran las siguientes:



La ubicación del polo emprendedor del Grupo, formado por EDEM (Escuela de Empresarios, dedicada a la formación en gestión y talento empresarial), Lanzadera (aceleradora de apoyo a emprendedores, la cual les facilita la conexión con corporaciones) y Angels (sociedad que invierte en líderes emprendedores y les ayuda a conectar con inversores) en la Marina de Valencia, ha ayudado a la reactivación económica de la zona y de la ciudad, no solo por la inversión realizada, sino también por el impacto de la actividad de las empresas creadas y participadas y el apoyo al ecosistema emprendedor de la ciudad, y del país.

Marina de Empresas ampliará sus instalaciones en la Marina de Valencia, en la antigua base del Alinghi. El futuro edificio, que será de nueva construcción, tendrá una superficie de 7.600 metros cuadrados con espacios de trabajo para cerca de 1.000 personas. Se invertirán alrededor de 15 millones de euros.

Adicionalmente, colabora con diferentes entidades del ecosistema emprendedor local y nacional con el objetivo de promover el emprendimiento y la inversión en España, favoreciendo la visibilidad de las empresas pertenecientes a Marina de Empresas y la conexión de estas con agentes de interés para su crecimiento, tanto aportando contenido con su presencia en eventos de referencia (Valencia Digital Summit, South Summit, 4YFN, The Gap in Between, entre muchos otros eventos), como posibilitando la participación de las empresas y difundiendo las diferentes convocatorias que puedan resultar provechosas para las mismas.

Debido a la catástrofe provocada por la DANA en Valencia, como ya se ha indicado, desde Marina de Empresas se ha articulado una iniciativa denominada "Alcem-se", con una dotación de 35 millones de euros, destinada a ayudar a pymes, comercios, startups y autónomos afectados por la Dana. El objetivo de la iniciativa es el de reactivar lo antes posible el tejido económico de las zonas afectadas, intentando así reducir al máximo el número de empresas que cierran.

Otra iniciativa que forma parte del Proyecto Legado es Licampa 1617, empresa que fue creada expresamente para promover la construcción en Valencia de un Arena, con el objetivo de contribuir a elevar la notoriedad y reputación de la ciudad y de la Comunitat Valenciana, dotándola de un Arena cubierto de referencia nacional e internacional para la celebración de eventos deportivos, culturales y de entretenimiento. Durante 2024 han continuado las obras, iniciadas en 2020 del "Roig Arena", con una inversión total prevista para el proyecto de más de 280 millones de euros.

Fomenta igualmente el Mecenazgo Deportivo por medio de la Fundación Trinidad Alfonso, con la que ha contribuido a convertir a Valencia en la ciudad del *running*, con el mejor maratón de España y uno de los 10 mejores del mundo, entre otras iniciativas deportivas. Y también a través del Valencia Basket, al que lleva apoyando desde 1986, uno de los referentes del baloncesto europeo tanto masculino como femenino. A ellos se une L'Alqueria del Basket, el mayor centro de formación de baloncesto de Europa.

En este contexto, el talento de las personas es uno de los principales motores del desarrollo de la sociedad, por lo que promueve iniciativas, tanto interna como externamente, con las que contribuye a fomentarlo. Detectar, retener e impulsar el talento, contribuir a gestionar el conocimiento y las nuevas ideas es fuente de eficiencia y productividad y, por tanto, una clara apuesta por el futuro de la sociedad.

En el ámbito de la formación y desarrollo del talento, las empresas del Grupo mantienen desde hace años una relación estrecha con EDEM Escuela de Empresarios, fundación de la cual Mercadona, Forvasa, Inmo-Alameda y Angels son Patronos. A través de su participación e implicación en ella, contribuyen a la formación de empresarios, directivos y emprendedores irradiando los valores fundamentales del Modelo.

EDEM Escuela de Empresarios forma parte, junto a la aceleradora Lanzadera y la sociedad de inversión Angels, de Marina de Empresas, una iniciativa que impulsa el talento de las personas para potenciar tejido empresarial que mejore la sociedad.



Marina de Empresas ha lanzado una plataforma de empleo para facilitar a las empresas la captación de talento, la plataforma, que pone en valor el talento generado en todo su ecosistema, cuenta con perfiles de alumnos y exalumnos de EDEM y de emprendedores que han sido impulsados por Lanzadera, además, la plataforma está diseñada para que las empresas puedan realizar sus procesos de selección de una forma más rápida y corta.

Lanzadera ha apoyado durante 2024 más de 300 empresas y más de 1.500 nuevos proyectos desde sus inicios. Realiza un programa de aceleración, dando a las empresas la posibilidad de realizar a la vez una o varias pruebas de concepto con las corporaciones con las que Lanzadera colabora.

Las empresas seleccionadas cumplen con un programa diseñado para un mínimo de 6 meses, prorrogables. Además, en función de las necesidades, métricas y la madurez de cada empresa, Lanzadera realiza un diagnóstico y prescribe un itinerario personalizado para cada emprendedor con el objetivo de ayudarles a crecer de una forma firme y sostenible.

Los proyectos impulsados por Lanzadera cuentan con el apoyo de más de 50 empresas tanto a través de los "Acuerdos Corporate", como con los "Acuerdos de Partners", mediante los cuales las empresas ponen su conocimiento y tecnología a disposición de los emprendedores.

Lanzadera colabora con Fundación Lab Mediterráneo, (proyecto impulsado por AVE), para promover la transformación digital en la Comunidad Valenciana, desde donde coorganiza eventos y sesiones de trabajo con ese objetivo.

Por su parte, Angels ha continuado invirtiendo en nuevas empresas: Dost y Zexel. Desde su fundación, Angels ha invertido en 62 compañías que provienen, mayoritariamente, de programas de aceleración de Lanzadera. Angels cierra el ejercicio 2024 con 50 empresas en cartera y habiendo ganado desde que se fundó 40 millones de euros entre desinversiones y dividendos.

Angels organiza un foro de inversión mensual en el que varias empresas de Lanzadera se presentan frente a más de 300 inversores de manera online y presencial. En septiembre celebró el Investor Day, un evento realizado en Marina de Empresas con más de 300 inversores de toda España que conocen de primera mano a las empresas de Lanzadera escogidas para el evento.

Adicionalmente, Mercadona, junto a EDEM Escuela de Empresarios y la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), apoya año tras año el emprendimiento a través del patrocinio de la categoría "Premio

al Emprendedor” de los Premios Rei Jaume I. En la edición de este año 2024 el ganador ha sido el empresario Víctor Amarnani, CEO y fundador de BigBuy Group.

4.8 IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Durante este ejercicio, se ha tributado en concepto de impuesto sobre beneficios, un total de 515 millones de euros (346 millones de euros en 2023), que corresponden en su práctica totalidad a España, siendo el importe correspondiente a Portugal 1,8 millones de euros (1,5 millones de euros en 2023). El beneficio consolidado después de impuestos ha sido de 1.331 millones de euros (985 millones de euros en 2023), de los que 1.301 millones de euros corresponden a España (978 millones de euros en 2023).

El Grupo trabaja tanto con proveedores comerciales como no comerciales y de servicios, además de transportistas, que asumen un papel relevante en la cadena de suministro, pues su implicación conjunta ha permitido seguir promoviendo y consolidando un proyecto de crecimiento compartido que, año tras año, genera valor.

Este esfuerzo, además del impacto directo positivo que supone, produce un impulso que indirectamente repercute en la actividad de las zonas en las que se encuentra presente y que se traduce en la creación de industria, servicios y empleo; en la generación de riqueza y en la consolidación de las economías locales.

Además, se ha continuado estrechando vínculos con los sectores estratégicos de la industria agroalimentaria española, como son el agrícola, pesquero y ganadero, a quienes considera motores de crecimiento para el conjunto del país, reforzando con todos ellos su apuesta por la estabilidad, la planificación, la proyección de futuro, la seguridad en la compra y la especialización.

En 2024, la Compañía ha seguido devolviendo a la Sociedad parte de lo que de ella recibe. Así lo demuestra su aportación al PIB de España, siendo de 33.349 millones de euros, cifra que representa un 2,1% del PIB nacional total, según estima el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Asimismo, Mercadona contribuye a la generación de empleo no únicamente mediante su propia contratación directa, sino de forma indirecta (empleo que generan todos los proveedores de la Cadena de Valor) e inducida (empleo para abastecer el consumo asociado a las rentas generadas directamente por Mercadona e indirectamente por los proveedores de la cadena de valor). En este caso, la aportación total ha alcanzado los 743.707 puestos de trabajo, representando el 3,71% del empleo total de España.

La estimación de estos impactos exige realizar un análisis de la estructura productiva del país que permita cuantificar las interrelaciones existentes entre sectores y los efectos que las compras e inversiones de Mercadona tienen en el resto de las ramas de actividad. La estimación se realiza utilizando la metodología input-output, basada en la última tabla input-output de España elaborada por el INE, que cuantifica los requerimientos de inputs que un sector demanda del resto de sectores para satisfacer su producción.

El impacto de la actividad económica de Mercadona y su entorno en España, según los cálculos del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) ha sido:

	2024	2023
Aportación individual al PIB (millones de euros)	7.911	7.042
Aportación conjunta al PIB (millones de euros)	33.349 (2,1 % del PIB)	30.768 (2,1 % del PIB)
Puestos de trabajo individuales	110.000	104.000
Puestos de trabajo totales (por la actividad directa, indirecta e inducida)	743.707 (3,71 % empleo en España)	725.947 (3,66 % empleo en España)

5. EL PROVEEDOR

5.1 EL PROVEEDOR

El proveedor es uno de los pilares fundamentales del Grupo que ocupa un lugar muy relevante dentro del proceso de transformación en el que están inmersas Mercadona e Irmãdona, para impulsar de forma eficiente el surtido y el desarrollo de la cadena de suministro.

Mercadona lleva años colaborando con proveedores especialistas para, entre todos, construir una cadena agroalimentaria sostenible y un importante clúster industrial. Un ecosistema emprendedor que, a través del intercambio de conocimientos y de la apuesta por la innovación conjunta, incorpora prácticas y procesos cada vez más eficientes para fomentar los principios de la economía circular y reduciendo el impacto en el cambio climático.

El conjunto de estrategias y métodos utilizados para en las relaciones con los proveedores se basan en ser transparentes y fomentar la confianza mutua y relación a largo plazo. Las estrategias son las siguientes:

- Dar, Pedir, Exigir
- Aplicar Modelo Calidad Total
- Decisiones conjuntas: Compras + Prescripción + IP+PATE
- Garantizar el servicio siempre
- Cadena de montaje sencilla
- Surtido eficiente
- Mejora continua

Mercadona está adherida al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, acuerdo voluntario que se enmarca en la Ley de Medidas para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria. Este proyecto, impulsado por el entonces Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente (MAPAMA) en colaboración con distintas asociaciones de toda la cadena agroalimentaria nacional, supuso un avance en la promoción de prácticas comerciales justas.

Irmãdona, a su vez, está adherida al Código de Boas Prácticas Comerciales para la Cadena de Suministro Agroalimentaria, suscrito el 12 de diciembre de 2016 por las organizaciones: APED, CAP, CCP, CIP, CNA y CONFAGRI.

Gracias a su apuesta por la especialización, Mercadona puede ofrecer a "El Jefe" un surtido eficiente que garantiza en cada producto la calidad, el servicio y un precio competitivo, apostando por un crecimiento responsable, fruto de dar respuestas a necesidades reales de los clientes y de poner en marcha únicamente las iniciativas que aporten valor. Para ello, en 2024 ha contado con el apoyo de proveedores especialistas en frescos y secos, con cuya colaboración conjunta puede desarrollar e innovar productos que sean la mejor opción en calidad y precio para "El Jefe", así como con otros proveedores, no comerciales, de servicios y transportistas.

Mercadona ha continuado desarrollando el modelo de relación con el proveedor, que se basa en la responsabilidad compartida, la colaboración y la agilidad como atributos claves para desarrollar e innovar. Este modelo contribuye a consolidar un proyecto socialmente responsable y de crecimiento compartido que genera valor en los entornos en los que tiene presencia y se rige por los siguientes principios:

- Relación a largo plazo: contrato indefinido siempre que se cumplan las condiciones pactadas.
- Desarrollo del producto con "El Jefe" y para "El Jefe" con iniciativas de coinnovación: productos que aporten diferenciación Hacendado y que cumplan siempre con calidad definida y garantizada cada día, servicio y precio de compra competitivo.
- Procesos de elaboración sostenibles y socialmente responsables: aplicando buenas prácticas de protección ambiental y producción responsable, con proyectos basados en Economía Circular o en el uso eficiente de recursos para ajustar al máximo el consumo de materias primas.

Durante estos doce meses, se ha reforzado este compromiso y se ha seguido colaborando en la construcción de este ecosistema generador de industria y motor de desarrollo para todos los implicados. Con este objetivo, en 2024 se ha colaborado con 2.100 proveedores de producto y más de 13.500 proveedores no comerciales y de servicios, entre los que se encuentran 300 transportistas, que en su conjunto han seguido impulsando el proyecto empresarial. Un proyecto que persigue el crecimiento a través de la calidad, la estabilidad, la seguridad en la compra y la especialización.

Por otra parte, Mercadona trabaja igualmente con proveedores de otros países (además de España y Portugal) para poder ofrecer a “El Jefe” siempre la mejor opción existente en el mercado. Para ello, tiene presencia en 13 países, además de España y Portugal, donde 34 personas de la plantilla llevan años trabajando con los mejores proveedores especialistas, cuyos productos, integrados en el surtido de Mercadona, permiten satisfacer las necesidades de sus clientes garantizando la máxima calidad y el mejor precio. En este marco, la compañía ha abierto una delegación permanente en Bruselas, lo que le permite tener una mayor visibilidad y poder compartir y explicar mejor su modelo ante las instituciones europeas.

El compromiso de los propios proveedores y la estrecha relación con continuas visitas por parte de los gerentes de compras en sus instalaciones ha provocado que en 2024 no se haya considerado necesaria la realización de auditorías sobre cuestiones sociales y ambientales, más allá de las certificaciones externas exigidas.

Medioambiente

Para mejorar el comportamiento medioambiental de la cadena de suministro con el entorno, se solicita a los proveedores que colaboran con Mercadona certificaciones medioambientales. Estas certificaciones garantizan, además del cumplimiento de la legislación vigente, la protección del medioambiente a través de medidas de mejora continua y prevención de riesgos ambientales asociados a sus procesos.

Todos los proveedores de tornillo de venta deben aceptar y firmar las Pautas Éticas de Conducta que tenemos publicadas en nuestra web donde se incluyen compromisos como:

- Cumplir la legislación medioambiental correspondiente en materia de residuos, emisiones, vertidos, cambio en el uso del suelo forestal, degradación de suelo, etc.
- No iniciar ninguna actividad sin disponer de la licencia de actividad.
- Gestión adecuada y autorizada de los residuos, y reaprovechamiento de los mismos.

5.2 DERECHOS HUMANOS

Como parte de su enfoque en derechos humanos, Inmo-Alameda exige un compromiso firme con la eliminación del trabajo forzoso y del trabajo infantil.

Mercadona e Irmãdona, conscientes de su responsabilidad y los posibles impactos que puede generar su actividad, mantienen un firme compromiso con el respeto de los Derechos Humanos a lo largo de toda su cadena de valor. Apuestan por un trabajo digno, libre de discriminación y de explotación en todos los eslabones que componen las cadenas de valor de ambas compañías.

Fruto de ello, el Consejo de Administración de Mercadona ha aprobado en el presente ejercicio una Política de Derechos Humanos la cual recoge el compromiso de la compañía de respetar los Derechos Humanos en el desarrollo de la actividad empresarial en todos sus ámbitos de actuación.

Del mismo modo, Mercadona e Irmãdona comparten y exige a todos y cada uno de sus proveedores con los que colaboran el cumplimiento de unas Pautas de Conducta Ética para Proveedores. Estas Pautas están alineadas con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y se traducen en la exigencia de un firme compromiso en materia de derechos humanos y ética laboral, seguridad e higiene en el trabajo, medioambiente y sostenibilidad, así como la promoción de la igualdad en cualquier país que opere. En caso de incumplimiento, se reserva el derecho a finalizar la relación comercial de manera inmediata, previa comunicación por escrito al proveedor.

Asimismo, como parte de su proceso de diligencia debida en materia de derechos humanos, junto con los instrumentos ya mencionados, la Compañía está trabajando en un análisis de riesgos en base al cual podrá desarrollar planes más sólidos de prevención y mitigación, así como evaluación a sus proveedores, priorizando por aquellos en los que exista un mayor riesgo potencial.

5.3 BIENESTAR ANIMAL

Mercadona dispone de un Compromiso de Bienestar Animal propio que se fundamenta en los principios de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) sobre Bienestar Animal, basados en garantizar el cumplimiento de las “cinco libertades fundamentales” de los derechos de los animales:

1. Libre de sed, hambre y malnutrición.
2. Libre de estrés físico o térmico.
3. Libre de miedo o angustias.
4. Libertad para expresar pautas normales de comportamiento.
5. Libre de dolor, lesiones o enfermedades.

Fruto de este compromiso, la carne, los huevos y la leche de Mercadona e Irmãdona proceden de proveedores certificados en estándares reconocidos y avalados de Bienestar Animal, tanto en la fase de granja, como durante el transporte y posterior sacrificio.

Además, el 100% de los huevos frescos serán de gallinas libres de jaulas criadas en sistemas no combinados (sin jaulas que se puedan volver a cerrar). La Compañía ya ofrece referencias de huevos de gallinas libres de jaula (camperas y suelo) en toda la cadena, estando en pleno proceso de transformación.

Asimismo, los proveedores de carne y leche de Mercadona están adheridos a los Planes Nacionales de Resistencia de Antibióticos (PRAN) impulsados por la Agencia Española del Medicamento y por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, mientras que todos los proveedores con centros de sacrificio cuentan con sistemas de grabación y almacenamiento de imágenes en sus instalaciones con el fin de asegurar las buenas prácticas.

5.4 AGRICULTURA SOSTENIBLE

La agricultura sostenible es una demanda ética y social irrenunciable. Es un requisito necesario para garantizar la calidad de los productos que Mercadona ofrece a sus clientes y por ello está firmemente comprometida en trabajar con los proveedores en esta materia. Cuenta con un sistema de gestión responsable de la agricultura basado en una mayor sostenibilidad, cuidado del medioambiente y en la consecución de una economía circular rentable.

Con el objetivo de desarrollar dichos sistemas sostenibles de producción, Mercadona trabaja en relación directa con sus proveedores para:

- Garantizar la seguridad alimentaria.
- Promover ecosistemas saludables.
- Apoyar la gestión sostenible de la tierra, el agua y los recursos naturales.
- Mejorar la sostenibilidad de los productos agrícolas que ofrece a sus clientes, la cual se encuentra alineada con los requisitos normativos europeos.
- Abordar situaciones especiales de riesgo como la reciente sequía en áreas determinadas.
- Satisfacer las necesidades, tanto de las generaciones presentes como de las futuras, a través de procesos de producción eficientes y contrastados mediante sistemas de certificación reconocidos internacionalmente.

5.5 PESCA SOSTENIBLE

La sostenibilidad, no solo en el caso de los productos del mar, es un factor cada vez más importante para el consumidor que valora cada vez más aspectos como el origen, la sostenibilidad o la producción responsable. Siendo conscientes de ello, las empresas se están adaptando para satisfacer estas nuevas demandas con más innovación y desarrollo de productos cada vez más saludables y sostenibles, que reduzcan el impacto ambiental y social en toda su cadena.

En un mundo cada vez más consciente de los desafíos globales, las afecciones del cambio climático a la biodiversidad en general, y a los océanos en particular, hacen que las empresas desempeñen un papel fundamental en el cumplimiento de los ODS. Es por ello que Mercadona es socia del Pacto Mundial desde 2011 y trabaja de forma constante en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) más relacionados con su actividad.

Fruto de este compromiso, Mercadona fomenta la sostenibilidad tanto en el ámbito de la pesca extractiva como en el de la acuicultura a través de colaboraciones directas con sus proveedores para garantizar el cumplimiento de la legislación vigente y el compromiso de Compra de Productos de la Pesca, cuyo objetivo es conseguir mejorar la sostenibilidad de los productos procedentes de la pesca extractiva y de la acuicultura que ofrece a sus clientes a través de medidas como:

- El compromiso propio y de sus proveedores de trabajar conjuntamente para garantizar el cumplimiento legal y las medidas de ordenamiento en vigor.
- Sistema de control de la trazabilidad desde el punto de captura hasta su venta.
- Protocolos de medidas de control que respeten tallas mínimas, paros biológicos y vedas.
- Fomentar productos de acuicultura sostenible a través de estándares de buenas prácticas reconocidos internacionalmente.
- Eliminar del surtido especies amenazadas o en peligro de extinción, o provenientes de ecosistemas seriamente amenazados.
- Apoyar la mejora continua y las mejores técnicas disponibles en cuanto a métodos y artes de pesca.
- Apoyar la incorporación de nuevos productos que cumplan los criterios de sostenibilidad.

Como muestra, todos los proveedores de acuicultura de Mercadona están certificados en estándares de sostenibilidad reconocidos internacionalmente que evalúan sus procesos y avalan los aspectos medioambientales, sociales y de seguridad alimentaria asociados a su actividad.

Adicionalmente, Irmãdona sigue adherida a la iniciativa “Comprobante Compra en Lonja”, creada en 2010 por Docapesca, con el objetivo de contribuir a la valorización del sector portugués de la pesca, a favor de una retribución más justa al pescador y promoviendo, a su vez, una alimentación saludable con productos frescos y de proximidad.

Una muestra de acciones realizadas en el ámbito de la pesca sostenible es la colaboración con el Proveedor Especialista Ecurís y con la International Seafood Sustainability Foundation (ISSF), con la que se garantiza la total procedencia del atún en conserva Hacendado de caladeros responsables y sostenibles. Asimismo, el salmón fresco proviene de piscifactorías que han sido certificadas en seguridad alimentaria, medio ambiente y bienestar animal; y el proveedor que lo suministra, Leroy Seafood, es auditado anualmente para verificar su compromiso con todos los principios de conservación. O nuestro proveedor Mascato que lleva años liderando el proyecto de mejora (FIP) para adaptar los métodos de pesca del pez espada y el tiburón azul con el fin de asegurar la trazabilidad y la sostenibilidad de la especie.

5.6 PRÁCTICAS DE PAGO

Todas las sociedades que integran el Grupo Inmo-Alameda, cumplen con la normativa vigente relativa a los periodos de pago, asegurando el cumplimiento de los requisitos legales establecidos.

El cálculo de los aplazamientos de pago efectuados a proveedores se detalla en la Memoria del Consolidado del Grupo Inmo-Alameda y Sociedades dependientes (Nota 13. Deudas a largo y corto plazo). Actualmente no existe ningún procedimiento judicial pendiente por demoras en los pagos.

6. GOBERNANZA

6.1 BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA

El Gobierno Corporativo del Grupo se sustenta en el Modelo de Calidad Total. Este se erige como un pilar fundamental, guiado por valores y principios éticos que establecen un éxito a largo plazo. Cumpliendo con la transparencia y la responsabilidad, el Modelo de Mercadona se basa en la satisfacción de los cinco Componentes: “El Jefe” (cliente), Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital.

Las diferentes sociedades que integran el Grupo cuentan con los órganos de administración encargados del gobierno, la organización y la representación de éstas, de acuerdo con sus propios estatutos y la legislación aplicable, tanto la Ley de Sociedades de Capital como la Ley de Auditoría de Cuentas.

La administración de la sociedad cabecera del Grupo recae en el administrador único D. Juan José Roig Alfonso, quien ejerce las funciones de representación en el resto de las sociedades.

La sociedad dependiente Mercadona que, de acuerdo con el artículo 3.5 b) de la ley 22/2015 de Auditoría de Cuentas, tiene la consideración de Entidad de Interés Público debido a su tamaño y unido a la diversidad de accionistas, es la que cuenta con una estructura organizativa y de administración más compleja. Es por ello que a continuación se explica la composición y funciones de la misma. El Gobierno Corporativo de Mercadona se representa como sigue:



Junta General

La Junta General de Accionistas de Mercadona, regulada por los Estatutos Sociales de la compañía, así como por el resto de legislación aplicable, constituye un componente esencial de la estructura de Gobierno Corporativo de la empresa.

Entre las competencias de la Junta General de Accionistas están las siguientes:

- Censura de la gestión social: tiene la competencia de censurar la gestión social, permitiendo a los accionistas expresar sus opiniones y evaluar el desempeño general de la empresa.
- Aprobación de cuentas: tiene la competencia de aprobar las cuentas correspondientes al ejercicio anterior. Este proceso brinda transparencia respecto a la situación financiera de la empresa.
- Aplicación del resultado: tiene la responsabilidad de decidir sobre la distribución de los resultados obtenidos, definiendo políticas clave para la reinversión o distribución de beneficios.
- Elegir y cesar libremente, en cualquier momento, a los miembros del Consejo de Administración.

La convocatoria y celebración de la Junta General de Accionistas se rige por los términos estipulados en los Estatutos Sociales de la empresa.

En Mercadona, la Junta General ordinaria se celebró el pasado 6 de marzo de 2024.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración es el máximo órgano de gestión y representación. Dado el origen de la empresa, está formado por miembros de las familias accionistas, tanto a título individual como en representación de las sociedades del grupo matriz, que garantizan la continuidad de sus valores empresariales. Es competente en todos aquellos asuntos concernientes a la vida de la sociedad, poniendo en marcha las políticas y estrategias de la misma.

De acuerdo con los Estatutos Sociales de Mercadona, este se compone de un número de miembros no inferior a 3 y máximo de 11. Tras los nombramientos de la Junta de Accionistas del pasado 6 de marzo de 2024, el Consejo de Administración quedó formado por los siguientes miembros:

- Presidente y Consejero Delegado: Inmo-Alameda, S.L.U. representada por D. Juan José Roig Alfonso
- Vicepresidenta: D^a. Hortensia María Herrero Chacón
- Secretaria: Lanzadera Emprendedores, S.L.U. representada por D^a. Carolina Roig Herrero
- Consejera: Angels Capital, S.L.U. representada por D^a. Hortensia Roig Herrero
- Consejera: Herrecha Inversiones, S.L.U. representada por D^a. Desamparados Roig Herrero
- Consejera: Forn's Valencians, Forva, S.A.U. representada por D^a. Juana Clara Roig Herrero
- Consejero: Finop, S.L.U. representada por D. Juan José Roig Alfonso
- Consejero: Portovan, S.L.U. representada por D. Fernando Roig Alfonso
- Consejero: D. Rafael Gómez Gómez

En la actualidad el Consejo de Administración está formado por nueve miembros, cuatro hombres y cinco mujeres (>55% de personas de género femenino).

Todos los integrantes del Consejo de Administración disponen de conocimientos y experiencia en el sector idóneos para el ejercicio del cargo, siendo elegidos, según lo establecido en el artículo 14 de los Estatutos Sociales, por un periodo de 5 años de duración.

El Consejo de Administración se reúne al menos una vez al trimestre. En el ejercicio 2024 las reuniones celebradas por el Consejo tuvieron lugar los días 26 de enero, 6 de marzo, 9 de mayo, 13 de septiembre y 11 de diciembre.

Comisión de Auditoría

Dada la consideración de Entidad de Interés Público que posee Mercadona, y de conformidad con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital y en la Ley de Auditoría de Cuentas, está obligada a tener una Comisión de Auditoría.

La Comisión de Auditoría fue creada en virtud del acuerdo adoptado por el Consejo de Administración de la Compañía el 21 de junio de 2016, y se encuentra regulada en el artículo 14 ter de los Estatutos Sociales de la Compañía.

Por tanto, entre las funciones que competen a la Comisión de Auditoría destacan las siguientes:

- Informar a la Junta General de accionistas sobre materias que sean competencia de la Comisión de Auditoría y, en particular, sobre el resultado de la auditoría.
- Supervisar la eficacia del control interno de la sociedad, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos.
- Supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera.
- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de selección, nombramiento, reelección y sustitución del auditor de cuentas.

- Establecer las oportunas relaciones con el auditor para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan suponer amenaza para su independencia, para su análisis por la Comisión y recibir anualmente del auditor la declaración de independencia.
- Emitir anualmente, previo a la emisión del informe de auditoría de cuentas, un informe en el que se expresará una opinión sobre si la independencia de los auditores de cuentas o sociedades de auditoría resulta comprometida.

La Comisión de Auditoría está compuesta por 3 miembros, dos mujeres y un hombre, todos ellos consejeros no ejecutivos y con conocimientos y experiencia en contabilidad y/o auditoría, así como con conocimientos técnicos pertinentes en relación con el sector de la distribución, que constituye la actividad principal de Mercadona.

Sus miembros, al cierre del ejercicio 2024 son:

- Presidente: D. Rafael Gómez Gómez
- Secretaria: Lanzadera Emprendedores, S.L.U. representada por D^a. Carolina Roig Herrero
- Vocal: Forns Valencians, Forva, S.A.U. representada por D^a. Juana Clara Roig Herrero

Comité de Dirección

Liderado por el Consejero Delegado, asegura el buen funcionamiento de la organización y la determinación y el cumplimiento de las políticas y de los procedimientos establecidos por el Consejo de Administración.

La política seguida en el nombramiento de los Directores Generales que componen el Comité de Dirección, de acuerdo con el Modelo, se fundamenta en la promoción interna desde los diferentes niveles de responsabilidad, atendiendo a los méritos alcanzados en el desempeño de sus funciones. En la actualidad, el Comité de Dirección está formado por 7 miembros, 2 mujeres y 5 hombres, con la siguiente distribución:

Directamente relacionadas con aspectos específicos del negocio de distribución

- Departamento Tiendas y Recursos Humanos: D. José Jordá.
- Departamento Compras y Prescripción Secos: D. Paco Espert.
- Departamento Compras Mar, Fruta, Verdura, Horno y Listo para Comer: D. Rafael Berrocal.
- Departamento Logística: D. David Cid.

De carácter transversal

- Departamento Obras y Expansión: D^a Pilar Sanz.
- Departamento Informática: D^a Patricia Tobía.
- Departamento Financiero, Relaciones Externas y Legado: D. Héctor Hernández.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA LA PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Con el objetivo de mantener un compromiso con estándares éticos, Mercadona cuenta con un Código de Conducta Interno que establece los principios éticos de desempeño y proporciona unas directrices claras, a las trabajadoras y trabajadores, sobre valores éticos, compromisos y buenas prácticas, dentro del marco de referencia de la compañía, basándose en los pilares de transparencia, responsabilidad y control, valores compartidos por todo el Grupo. Asimismo, Irmãdona, como empresa perteneciente al Grupo Mercadona y con idéntica actividad, comparte los valores y principios establecidos en el Código de Conducta Interno de Mercadona.

Las medidas adoptadas para la lucha contra la corrupción y el soborno se engloban dentro del Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales aprobado por el Consejo de Administración el 4 de mayo de 2018.

En cumplimiento del artículo 31 bis del Código Penal, Mercadona ha elaborado un Programa de Prevención de Delitos cuyo principal objetivo es prevenir, o en su caso, mitigar la comisión de delitos por parte de los empleados y directivos cuando actúan en nombre de la compañía en sus actividades laborales.

En este contexto normativo se engloban las medidas adoptadas por Mercadona para la lucha contra la corrupción y el soborno incluidas en el Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales que incluye, además, los siguientes procedimientos y políticas:

- **Un Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) y su correspondiente Estatuto que regula su función**

El CCN es un órgano con poderes autónomos de iniciativa y control, que tiene encomendada la función de supervisar el funcionamiento y cumplimiento del Modelo de Organización y Gestión para la Prevención de Riesgos Penales. Lo integran las principales divisiones corporativas que gestionan aspectos clave en dicha materia (área jurídica, área recursos humanos y área financiera).

El Estatuto del CCN cuenta con un sistema de recusación, abstención o remoción de sus miembros, que garantiza su imparcialidad, independencia, objetividad y confidencialidad de la información recibida por su condición de miembro integrante. Reporta al Comité de Dirección del que depende orgánicamente y dispone de recursos materiales y humanos propios necesarios para actuar con independencia funcional y organizativa.

Durante el año 2024 el CCN se ha reunido en dos ocasiones de forma ordinaria (mayo y noviembre) con el objetivo de hacer un repaso de todas las tareas desarrolladas durante el semestre y desarrollar un plan de acción en orden a cumplir con su cometido.

- **Un Canal Interno de Comunicación y Denuncia** en el que las trabajadoras y trabajadores, clientes, proveedores y otros terceros implicados pueden comunicar aquellas conductas o hechos de los que se tenga conocimiento, relacionados con una actuación u omisión presuntamente delictiva o generadora de un riesgo de imputación penal para las compañías o para cualquiera de sus miembros.

Durante el primer semestre de 2023 este canal fue adaptado para cumplir con la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Este canal se encuentra disponible en la web corporativa de Mercadona cumplimentando un formulario de denuncia que después se remite a todos los integrantes del CCN.

Un canal similar está disponible en la web corporativa de la compañía en Portugal. Para el cumplimiento del Decreto- n.º 109-E/2021, de 9 de diciembre, a lo largo del año de 2024 se procedió a la Formación en Compliance a las trabajadoras y los trabajadores de Irmãdona, donde se les explicaron los temas de corrupción y de otras infracciones conexas, además de las políticas previstas en el Código de Conducta que deben respetar.

La formación es impartida a todos los nuevos gerentes y forma parte del plan de formación de las nuevas incorporaciones. El contenido y duración de dicha formación se define en función de cada gerencia. Adicionalmente, se ha reforzado el acceso a la información a través de Activo2, donde se incluyó de forma permanente la explicación relativa al Programa de Cumplimiento Normativo, a los pilares del Código de Conducta y a los comportamientos delictivos que deberán denunciarse a través del Canal de Denuncias.

- **Un Código de Conducta y unas Pautas de Conducta Ética** donde se establecen unos criterios básicos de actuación con los que se han comprometido como empresa procurando que las empleadas/os y directivas/os los apliquen en el desempeño de sus actividades laborales.

- **Un Procedimiento Sancionador** en el que se recogen las faltas y sanciones que en el ámbito de los riesgos penales pueden afectarles. Asimismo, el Convenio Colectivo de Mercadona (2024-2028) contempla, como falta muy grave, el incumplimiento de las normas de prevención de riesgos penales establecidas por la empresa en su Código de Conducta.
- **Una Política sobre Ventajas y Beneficios Económicos (política de regalos) y de Pautas de Comportamiento con las Administraciones Públicas y Particulares** cuyo principal objetivo es evitar conductas por parte de la plantilla que puedan suponer actos de corrupción entre particulares y soborno con miembros de las Administraciones Públicas.

Todas aquellas trabajadoras y trabajadores que, debido a su actividad pueden estar expuestos a riesgos penales, han recibido formación en Compliance Penal y, además, tanto el Código de Conducta como las políticas implantadas están disponibles en la intranet de Mercadona para que puedan ser consultadas en cualquier momento.

Durante 2023 y 2024, el CCN no ha detectado, en el Grupo, casos de corrupción, ni soborno, ni de discriminación o vulneración de los Derechos Humanos de los que se pueda derivar responsabilidad penal para la compañía. Asimismo, tampoco se han detectado casos de incumplimientos de carácter medioambiental en estos dos años.

- **Medidas adoptadas para prevenir el blanqueo de capitales.**

Ninguna de las sociedades que integran el Grupo son sujetos obligados a efectos de la Ley 10/2010, de 28 de abril, (Ley n.º 83/2017, de 18 de agosto en el caso de Portugal) de Prevención del Blanqueo de Capitales. No obstante, el delito de blanqueo de capitales sí que se encuentra analizado (como el resto de los delitos de los que puede responder la persona jurídica) dentro del Informe de Identificación de Riesgos elaborado y está focalizado el riesgo de materialización en su departamento financiero.

- **Contribuciones a Partidos Políticos**

Ni Mercadona, ni Irmãdona contribuyen ni directa ni indirectamente en la financiación de ningún partido político. El Programa de Prevención de Delitos implantado en la empresa resalta expresamente el delito de financiación ilegal de partidos políticos.

SOBRE ESTA INFORMACIÓN

El Estado de Información No Financiera consolidado (EINF) de Inmo-Alameda S.L.U. y sociedades dependientes en el ejercicio 2024 incluye la información ambiental, social y relativa al personal, de derechos humanos, gobernanza, lucha contra la corrupción y soborno y sociedad más relevante del Grupo referente al ejercicio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

Alcance y cobertura

La información incluida comprende el mismo perímetro que la información financiera de las Cuentas Anuales consolidadas de Inmo-Alameda S.L.U. y sociedades dependientes.

Definición del contenido de Información no Financiera

Para definir los temas abordados en el EINF se han seguido los principios para la elaboración de informes relativos a la definición del contenido del Informe:

Contexto de sostenibilidad

La información no financiera incluida en el presente Estado refleja el desempeño de Inmo-Alameda, S.L.U. y sociedades dependientes en el contexto más amplio de la sostenibilidad considerando la información disponible.

Exhaustividad

La información no financiera de Inmo-Alameda, S.L.U. y sociedades dependientes aborda los aspectos materiales y su cobertura de modo que reflejen sus impactos significativos tanto económicos, ambientales como sociales con el objetivo de permitir que los grupos de interés evalúen el desempeño en el ejercicio.

Verificación externa

La recopilación de los indicadores se ha basado en cálculos propios en función de datos internos. La información no financiera consolidada ha sido verificada por Ernst & Young, S.L., según el alcance y términos expresados en su informe de verificación independiente del Estado de Información No Financiera consolidado 2024.

Contacto

Inmo-Alameda, S.L.U.
Calle Dr. Gómez Ferrer, 5
Tavernes Blanques
46016 Valencia

ANEXO I: Índice de Contenidos del Estado de Información No Financiera y Reglamento de Taxonomía

Contenidos del Estado de Información No Financiera					
Ámbitos de la Ley 11/2018 de Información no financiera y diversidad			Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Ámbitos Generales	Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio :	GRI 2-1 Detalles organizacionales	PG. 5-9	
		Entorno empresarial	GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad		
		Organización y estructura	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales		
		Mercados en los que opera	GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición		
		Objetivos y estrategias	GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución				
	Materialidad	Análisis de materialidad	GRI 3-1 Proceso para determinar los temas materiales GRI 3.2 Listado de los temas materiales GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 10-11	
	Políticas y resultados de estas políticas	Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	PG. 12-15	
	Principales riesgos e impactos identificados	Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 12-13	

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión	
Cuestiones medioambientales	Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 28-30	
		Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático		
		Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 2-23 Compromisos y políticas		
		Aplicación del principio de precaución			
		Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales			
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	La contaminación acústica y lumínica no se consideran materiales para la entidad.	
	Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 Residuos generados	PG. 33-38	
		Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 34-35	
	Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua	PG. 39-40	
		Consumo de materias primas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	PG. 28	
		Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	PG. 38-39	
		Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
		Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
	Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	PG. 31-33	
		Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
		Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 40		
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas				

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión	
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	PG. 18-19	
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	PG. 19	
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	PG. 18-19	
		Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	PG. 19	
		Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente formula: (Sal. Medio Mujeres - Sal. Medio Hombres) / Sal. Medio Hombres	PG. 19	
		Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.	PG. 19	
		Remuneración media de los consejeros por sexo		Se reporta en el Informe de Cuentas Anuales	
		Remuneración media de los directivos por sexo		Se reporta en el Informe de Cuentas Anuales	
		Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 23	
		Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	PG. 22	
	Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 23	
		Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	PG. 27	
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	23	
	Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	PG. 26-27	
		Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo		
	Relaciones sociales	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 20-21	
		Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva		
		Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
		Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés		
	Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	PG. 24-26	
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.		Marco interno			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Medidas físicas para garantizar la accesibilidad de todos los individuos a las instalaciones de la compañía.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 22		
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 21-22		

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 61-62	
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes		
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.	PG. 68	
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	PG. 61	

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	PG. 66-68	
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	PG. 68	
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	PG. 55-56	

Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidado

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión	
Información sobre la sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	PG. 56-59	
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
		Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Subcontratación y proveedores	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	PG. 55-56	
		Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	PG. 61-63	
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental			
	Consumidores	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	PG. 52-55	
		Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
		Sistemas de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos		
	Información fiscal	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora	PG. 59	
Beneficios obtenidos país por país		GRI 207-4 Presentación de informes país por país			
Impuestos sobre beneficios pagados		GRI 207-4 Presentación de informes país por país			
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	La compañía no ha recibido subvenciones públicas durante 2024		

Ámbitos		Referencia (página)	Comentarios/ Razón de la omisión
Información sobre la Taxonomía	Ingresos totales	Proporción de actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía en su volumen total de negocios	PG. 40-49; PG. 70-78
	CAPEX	Proporción de actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía en sus inversiones en activos fijos (CapEx)	
	OPEX	Proporción de actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía en sus gastos operativos (OpEx) .	

ANEXO II: Información relativa a la Taxonomía del ejercicio 2024 de acuerdo con la plantilla del Anexo II del Reglamento Delegado (UE) 2021/2178

Proporción de volumen de negocios																				
Año fiscal N	2024			Criterios de contribución sustancial					Criterios de ausencia de perjuicio significativo					Proporción de taxonomía alineada (A.1) o elegible (A.2) Volumen de negocios, año N-1 (18) %	Categoría ("actividad facilitadora") (19)	Categoría ("actividad de transición") (20)				
Actividades económicas (1)	Código(s) (2)	Volumen de negocios (3) miles €	Proporción del volumen de negocios, año N (4) %	Mitigación del Cambio Climático (5)	Adaptación al Cambio Climático (6)	Agua (7)	Contaminación (8)	Economía Circular (9)	Biodiversidad (10)	Mitigación del Cambio Climático (11)	Adaptación al Cambio Climático (12)	Agua (13)	Contaminación (14)				Economía Circular (15)	Biodiversidad (16)	Garantías mínimas (17)	
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía)																				
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen	CCM 5.5	43.125	0,12%	S	N	N/EL	N/EL	N	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,08%			
Volumen de negocio de las actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía) (A.1)		43.125	0,12%																	
De las cuales, actividades facilitadoras		0	0																F	
De las cuales, actividades de transición		0	0																	T
A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no ambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía)																				
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen	CCM 5.5	0	0,00%	EL	EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL											
Volumen de negocio de las actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía) (A.2)		-	0,00%																	
A. Volumen de negocio de las actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		43.125	0,12%																	
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
Volumen de negocio de las actividades no elegibles según la taxonomía		35.563.973	99,88%																	
Total		35.607.098	100%																	

a) Los Códigos S y N hacen referencia a las abreviaturas de Sí y No, respectivamente.

b) Los Códigos EL y N/EL hacen referencia a las abreviaturas de Elegible y No Elegible, respectivamente.

Proporción de CapEx																				
Año fiscal N		2024			Criterios de contribución sustancial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo									
Actividades económicas (1)	Códigos (2)	CapEx (3)	Proporción del CapEx, año N (4)	Mitigación del Cambio Climático (5)	Adaptación al Cambio Climático (6)	Agua (7)	Contaminación (8)	Economía Circular (9)	Biodiversidad (10)	Mitigación del Cambio Climático (11)	Adaptación al Cambio Climático (12)	Agua (13)	Contaminación (14)	Economía Circular (15)	Biodiversidad (16)	Garantías mínimas (17)	Proporción de taxonomía alineada (A.1) o elegible (A.2) CapEx, año N-1 (18)	Categoría ("actividad facilitadora") (19)	Categoría ("actividad de transición") (20)	
		miles €	%														%			
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía)																				
Alineamiento	Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen	CCM 5.5	3.440	0,3%	S	N	N/EL	N/EL	N	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,2%		
	Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	14.948	1,3%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	1,9%	F
	Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	4.839	0,4%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	0,4%	F
	Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	CCM 7.5	2.758	0,2%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	0,5%	F
	Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCM 7.6	35.547	3,0%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	4,1%	F
	CapEx de las actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía) (A.1)		61.532	5,2%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	S	S	S	S	S	S	S	S	7,1%	
	De las cuales, actividades facilitadoras		58.092	94,4%	94,4%						S	S	S	S	S	S	S	S	97,8%	F
De las cuales, actividades de transición		0	0,0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		T
A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no ambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía)																				
Eligibilidad	Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen	CCM 5.5	0	0	EL	EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0,0%		
	Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	CCM 6.5	4.589	0,4%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,9%	
	Servicios de transporte de mercancías por carretera	CCM 6.6	38.189	3,3%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									1,1%	
	Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	15.388	1,3%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									1,2%	
	Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0	0	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%	
	Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	CCM 7.5	0	0	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%	
	Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCM 7.6	0	0	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%	
CapEx de las actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía) (A.2)		58.166	5,0%															3,2%		
A. CapEx de las actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)			119.698	10,2%																
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
CapEx de las actividades no elegibles según la taxonomía			1.053.058	89,8%																
Total			1.172.756	100%																

Proporción de OpEx																				
Año fiscal N		2024			Criterios de contribución sustancial					Criterios de ausencia de perjuicio significativo										
Actividades económicas (1)	Código(s) (2)	OpEx (3) miles €	Proporción del OpEx, año N (4) %	Mitigación del Cambio Climático (5)	Adaptación al Cambio Climático (6)	Agua (7)	Contaminación (8)	Economía Circular (9)	Biodiversidad (10)	Mitigación del Cambio Climático (11)	Adaptación al Cambio Climático (12)	Agua (13)	Contaminación (14)	Economía Circular (15)	Biodiversidad (16)	Garantías mínimas (17)	Proporción de taxonomía alineada (A.1.) o elegible (A.2.) OpEx, año N-1 (18) %	Categoría ("actividad facilitadora") (19)	Categoría ("actividad de transición") (20)	
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía)																				
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen																				
Alineamiento	CCM 5.5	852	0,1%	S	N	N/EL	N/EL	N	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,1%			
	Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética																			
	CCM 7.3	3.529	0,4%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	1,2%	F	
	Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)																			
	CCM 7.4	331	0,04%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	0,1%	F	
	Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios																			
	CCM 7.5	2.758	0,3%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	0,6%	F	
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable																				
CCM 7.6	2.128	0,2%	S	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	S	0,2%	F		
OpEx de las actividades medioambientalmente sostenibles (Alineadas a la taxonomía) (A.1)																				
		9.598	1,0%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	S	S	S	S	S	S	S	2,1%			
De las cuales, actividades facilitadoras																				
		8.746	91,1%	91,1%						S	S	S	S	S	S	S	94,7%	F		
De las cuales, actividades de transición																				
		0	0,0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		T	
A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no ambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía)																				
Recogida y transporte de residuos no peligrosos en fracciones segregadas en origen																				
Eligibilidad	CCM 5.5	0	0,0%	EL	EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0,0%			
	Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros																			
	CCM 6.5	7.424	0,8%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,3%		
	Servicios de transporte de mercancías por carretera																			
	CCM 6.6	9.936	1,1%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									1,1%		
	Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética																			
	CCM 7.3	4.830	0,5%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,3%		
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)																				
CCM 7.4	0	0,0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%			
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios																				
CCM 7.5	0	0,0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%			
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable																				
CCM 7.6	0	0,0%	EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL									0,0%			
OpEx de las actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (Actividades no alineadas a la taxonomía) (A.2)																				
		22.190	2,4%														1,7%			
A. OpEx de las actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		31.788	3,5%														3,8%			
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
OpEx de las actividades no elegibles según la taxonomía		887.761	96,5%																	
Total		919.549	100%																	

En esta tabla adicional se tiene que reportar el % consolidado para cada objetivo

Proporción de volumen de negocio		
	Taxonomía alineada por objetivo	Taxonomía elegible por objetivo
CCM	0,12%	0,12%
CCA	0%	0,12%
WTR	%	%
CE	0%	0,12%
PPC	%	%
BIO	%	%

Proporción de CapEx		
	Taxonomía alineada por objetivo	Taxonomía elegible por objetivo
CCM	5,7%	11,2%
CCA	0%	11,2%
WTR	%	%
CE	0%	0,3%
PPC	%	%
BIO	%	%

Proporción de OpEx		
	Taxonomía alineada por objetivo	Taxonomía elegible por objetivo
CCM	1,0%	3,5%
CCA	0%	3,5%
WTR	%	%
CE	0%	0,1%
PPC	%	%
BIO	%	%

(a) El Código representa la abreviatura del objetivo al que la actividad realiza una contribución sustancial, así como el número de sección de la actividad en el anexo pertinente del objetivo, a saber:

- Mitigación del cambio climático: CCM
- Adaptación del cambio climático: CCA
- Recursos hídricos y marinos: WTR
- Economía circular: CE
- Prevención y control de la contaminación: PPC
- Biodiversidad y ecosistemas: BIO

(b) La actividad 5.5 pertenece a los objetivos CCM (mitigación del cambio climático), CCA (adaptación al cambio climático) y CE (economía circular).

Fila	Actividades relacionadas con la energía nuclear	
1.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la investigación, el desarrollo, la demostración y la implantación de instalaciones innovadoras de generación de electricidad que producen energía a partir de procesos nucleares con un mínimo de residuos del ciclo de combustible.	No
2.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción y la explotación segura de nuevas instalaciones nucleares para producir electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno, así como sus mejoras de seguridad, utilizando las mejores tecnologías disponibles.	No
3.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la explotación segura de instalaciones nucleares existentes que producen electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno a partir de energía nuclear, así como sus mejoras de seguridad.	No
Fila	Actividades relacionadas con el gas fósil	
4.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción o explotación de instalaciones de generación de electricidad que producen electricidad a partir de combustibles fósiles gaseosos.	No
5.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación combinada de calor/frío y electricidad que utilicen combustibles fósiles gaseosos.	No
6.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación de calor que producen calor/frío a partir de combustibles fósiles gaseosos.	No

Juan José Roig Alfonso
 Administrador único
 24 de enero de 2025

**Informe de Verificación Independiente del Estado de Información
No Financiera correspondiente al ejercicio anual finalizado
el 31 de diciembre de 2024**

INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal y Sociedades Dependientes

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

Al socio único de INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024, de INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal y SOCIEDADES DEPENDIENTES (en adelante, el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo I "Índice de contenidos del Estado de Información No Financiera y del Reglamento de la Taxonomía" incluido en el EINF Consolidado adjunto.

Responsabilidad del administrador único

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de la Sociedad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del administrador único de INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal. El EINF Consolidado se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla Anexo I "Índice de contenidos del Estado de Información No Financiera y del Reglamento de la Taxonomía" del citado Estado Consolidado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

El administrador único de INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal., es también responsable de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales sobre independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal de la Sociedad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2024 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad y descrito en el apartado "2.2. Materialidad y grupos de interés", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2024.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2024.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2024 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones del administrador único y la Dirección.

Párrafo de Énfasis

En base al Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles, así como en base a los Actos Delegados promulgados de conformidad con lo establecido en dicho Reglamento, se establece la obligación de divulgar información sobre la manera y la medida en que las actividades de la empresa se asocian a actividades económicas alineadas en relación con los objetivos medioambientales de mitigación del cambio climático, adaptación al cambio climático, uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos, transición a una economía circular, prevención y control de la contaminación y protección y restauración de la biodiversidad y ecosistemas. Adicionalmente, cabe señalar que el administrador único de INMO-ALAMEDA, S.L., Sociedad Unipersonal ha incorporado información sobre los criterios que, en su opinión, permiten dar mejor cumplimiento a las citadas obligaciones y que están definidos en el Apartado "4.5 Taxonomía de Inversiones sostenibles" del EINF adjunto. Nuestra conclusión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla Anexo I "Índice de contenidos del Estado de Información No Financiera y del Reglamento de la Taxonomía" del citado Estado Consolidado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

ERNST & YOUNG, S.L.



Alberto Castilla Vida

6 de febrero de 2025

