

INFORME
NO FINANCIERO

2022



makro



INFORME
NO FINANCIERO | **2022**

ÍNDICE

01	Carta “El año de la recuperación de la hostelería”	pág. 5
02	Perfil Entidad	pág. 7
03	Derechos Humanos	pág. 18
04	Principios Laborales	pág. 20
05	Cuestiones medioambientales	pág. 32
06	Lucha corrupción y soborno	pág. 39
07	Resumen	pág. 42

01. EL AÑO DE RECUPERACIÓN DE LA HOSTELERÍA

MENSAJE DE NUESTRO CEO

Durante los últimos años hemos vivido una realidad repleta de retos como la crisis provocada por la pandemia, el estallido de la guerra de Ucrania y sus efectos en la economía mundial o las consecuencias del cambio climático. Así como la inflación que está afectando a la rentabilidad de todos los que formamos parte de la cadena de suministro. Hechos cada vez más presentes en nuestra vida diaria que ligados a una serie de circunstancias, nos han impulsado a hacer cambios profundos y rápidos, haciéndonos salir reforzados y preparados para nuevos desafíos.

El año al que estamos echando la vista atrás en este informe, ha sido un año tremendamente positivo para nosotros porque ha sido el año de la recuperación de nuestros clientes hosteleros. El sector de la hostelería fue uno de los más castigados por las restricciones motivadas por el Covid-19 y desde Makro, como principal mayorista del sector, no hemos dejado de trabajar para ayudarles en estas circunstancias tan adversas. Por este motivo, nos alegra enormemente poder celebrar su recuperación.

En nuestro país, la hostelería y la gastronomía desempeñan un papel importantísimo en todas las facetas de nuestra vida. Todos los

eventos, personales, familiares o profesionales se celebran en nuestros bares y restaurantes o tienen como protagonista a nuestra gastronomía. Son uno de nuestro nexo de unión como sociedad y prueba de ello es que, a pesar de las dificultades, nos resistimos a renunciar a pasar nuestro tiempo de ocio en uno de sus establecimientos. Somos un país de bares y restaurantes, y en Makro estamos muy orgullosos de poder ayudar a este sector que con tanto sacrificio trabaja para hacernos felices.

Dentro de esta ayuda que le brindamos a la hostelería, podemos destacar algunas novedades, todas ellas encuadradas en nuestra hoja de ruta para los próximos años (que denominamos estrategia sCore) encaminada a convertirnos en el mayorista de referencia del sector. Nuestra estrategia se basa en: una nueva política de precios con descuentos por tramos (“Compra más, paga menos”), una disposición de los productos en nuestros centros más eficiente para nuestros clientes y, por supuesto, con foco en la multicanalidad (nuestros centros, eCommerce y Servicio de Distribución a Hostelería), ofreciendo a su vez soluciones digitales para impulsar el crecimiento de nuestros clientes.

La apuesta en las personas ha sido otra de las claves de este último año y seguirá marcando nuestro futuro. Tanto la inversión en fuerza de ventas, con la cual duplicaremos próximamente el número de gestores comerciales, como la inversión en formación para nuestros empleados, se realiza con el objetivo de ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes.

Otra de nuestras prioridades es la Sostenibilidad, un pilar sobre el que se asienta toda la operativa del negocio. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU son nuestra guía y nuestro foco está puesto, principalmente, en reducir la huella de carbono y en el desperdicio alimentario. Asimismo, seguiremos apostando por la diversidad, la igualdad y el bienestar de nuestros empleados, clientes y stakeholders con los que trabajamos.

A lo largo de las próximas páginas, damos detalle de todas las iniciativas enfocadas a mejorar nuestro impacto en la sociedad y aportamos nuestra experiencia y conocimiento al servicio del sector de la hostelería.

David Martínez Fontano,
CEO de Makro

MANIFIESTO

Existimos para apoyar la pasión, el empeño y el espíritu de servicio de la hostelería. Junto a nuestros clientes hosteleros, creamos experiencias gastronómicas e innovamos soluciones y servicios, para marcar la diferencia - porque si ellos tienen éxito, nosotros también.

Facilitamos su día a día con la colaboración de nuestros equipos, comprometidos con la calidad, seguridad, eficacia y espíritu de servicio. Así, formando parte de su proyecto, contribuimos a que puedan dedicarse a lo más importante: el cliente.

Apostamos por la diversidad gastronómica y las especialidades locales, poniendo en valor la producción de nuestros territorios y colaborando estrechamente con los proveedores, para que la gastronomía española siga siendo un motor de crecimiento económico y social.

Impulsamos el

desarrollo del talento en el mundo hostelero, participando activamente en la profesionalización de la comunidad de cocineros y profesionales del sector, y compartiendo conocimientos sobre tendencias, gestión y productos.

Nuestro valor diferencial es la confianza que ofrecemos al hostelero con nuestros productos y servicios; trabajamos en la mejora de la atención al cliente, adaptándonos a sus necesidades para ofrecerle un servicio cada vez más personal y especializado.

Además, ofrecemos distintos servicios adaptados a la tipología de los clientes para facilitarles el proceso de compra: servicio telefónico, compra presencial con servicio de entrega y pedidos online a través de la web

o App de Makro, y apostamos por la digitalización del sector, ofreciendo soluciones vanguardistas a nuestros clientes de hostelería, entre ellas, la creación de páginas web y herramientas de gestión de reserva con el objetivo de contribuir a la digitalización de la industria hostelera.

Nos sentimos orgullosos de formar parte activa del ecosistema hostelero para que junto con los cocineros, proveedores, instituciones, emprendedores y asociaciones del sector contribuyamos a que nuestra gastronomía siga siendo reconocida a nivel mundial.



02. PERFIL DE LA ENTIDAD

INTRODUCCIÓN

MAKRO DISTRIBUCIÓN MAYORISTA S.A.U. (en adelante “Makro”) es la filial española del grupo alemán METRO, que opera como distribuidor mayorista especializado en Hostelería en España.

METRO es una compañía internacional líder en el mercado mayorista de alimentación que opera en 30 países y emplea a más de 100.000 personas.

Makro, por su lado, es la empresa líder de distribución del sector de la hostelería en nuestro país. Contamos con más de 220.000 clientes de hostelería, 37 centros y tres centros logísticos que nos permiten abastecer las necesidades de cualquier bar o restaurante de España. En Makro sumamos más de 50 años de experiencia. Abrimos nuestro primer centro en 1972, trabajando con total dedicación para apoyar a la gastronomía y a la restauración. Esto nos ha

convertido en aliado del
hostelero, al

que ofrecemos más de 40.000 referencias adaptadas a sus necesidades, procedentes de 3.000 proveedores, de los cuales 1.000 son locales.

Nuestros 3.605 empleados acompañan a los clientes durante todas las etapas de su negocio: desde el equipamiento de su cocina y sala hasta la puesta en marcha de herramientas digitales, sin olvidarnos de los productos de alimentación.

En el año fiscal 2021/2022 nuestra cifra de ventas alcanzó los 1.462 millones de euros, y la cifra de negocio total, incluyendo la prestación de servicios, fue de 1.467,6 millones de euros.



COMITÉ DE DIRECCIÓN

						
Alejandra Banegas Directora RRHH	Yury Schevchenko Director de Ventas y Operaciones	Milagros Brousset Directora de Marketing y Clientes	David Martínez Fontano CEO	Eduardo López-Puertas Director de Cadena de Suministro Integral	José María García-Agulló Director Financiero	Sylvain Gilis Director Comercial

ÁREAS DEL COMITÉ DE DIRECCIÓN

Áreas del Comité de Dirección. Se compone de seis áreas diferentes. A continuación, detallamos las funciones principales de cada una de ellas:

1. ÁREA DE DIRECCIÓN GENERAL:

Relaciones con autoridades y asociaciones, Comunicación corporativa, Sostenibilidad y Relaciones públicas, Estrategia de la compañía y desarrollo de negocio, Transformación e Innovación, Procesos, Área de calidad, Legal y Compliance.

2. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS:

Contrataciones y despidos del personal de la compañía, Compensación y beneficios, Relaciones laborales, Formación,

Selección y desarrollo, Relaciones con los empleados.

3. ÁREA DE COMPRAS:

Compras de productos de alimentación y negociación con proveedores, Compras de productos de no alimentación y negociación con proveedores, Desarrollo de productos Marca Propia y Lay-out, Pricing.

4. ÁREA DE OPERACIONES Y VENTAS:

Gestión operacional y comercial de áreas de negocio, Recepción y manejo de mercancías, Existencias y almacenamiento físico, Real Estate y gestión de la fuerza de ventas, Hospitality Digital, Atención al cliente, Gestión de

grandes cuentas.

5. ÁREA DE CADENA DE SUMINISTRO INTEGRAL:

Logística y Cadena de suministro.

6. ÁREA FINANCIERA:

Tesorería, Pagos, Cobros, Contabilidad, Fiscal, Control presupuestario y Previsiones, Informática, Auditoría interna, Seguridad, Prevención de riesgos laborales y seguridad en el trabajo, Gestión del dato.

7.- ÁREA DE CLIENTES

E-Commerce y Market place, Inteligencia de mercado y clientes, Marketing y Comunicación comercial, Servicios.

GESTIÓN DE RIESGOS

El Sistema de gestión de riesgos de Makro está diseñado para dar cumplimiento a los requerimientos legales locales e internacionales.

La Gestión de riesgos como herramienta de Gobierno Corporativo asegura tres conceptos fundamentales: transparencia, eficiencia y eficacia; así como la fiabilidad de los Estados Financieros..

Principios de la Gestión de riesgos:

- **Proactividad y transparencia:** se consigue mediante la combinación de elementos desde distintas perspectivas. Además de iniciar el análisis de riesgos desde el conocimiento de los procesos principales del negocio, en Makro contamos con expertos de alto nivel que participan en la revisión y consolidación de la información de riesgos, así como en la definición de las medidas de contingencia.
- **Creación de valor:** la gestión de riesgos mejora nuestro proceso de toma de decisiones. Esto se consigue vinculando la identificación de riesgos con los objetivos principales de nuestra compañía.
- **Utilización de estándares internacionales:** COSO ERM 2017, AsS 981 (auditoría) e ISO 31000. Flujo circular. Elementos: propósito y cultura, organización, comunicación,

formación, *reporting*, identificación, valoración, medidas, seguimiento y mejora.

- **Integración en el negocio:** la gestión de riesgos es una parte integral de nuestra organización y está conectada estrechamente con la estrategia, la planificación y el *reporting* financiero.

Marco conceptual:

El marco conceptual de la gestión de riesgos se fundamenta en cuatro puntos:

- **Clusters:** los objetivos que perseguimos se agrupan en cuatro tipologías: estratégicos, operacionales, de cumplimiento normativo y acontecimientos puntuales.
- **Categorías:** representan las funciones internas que tenemos en Makro, y ayudan a definir y asignar de forma clara las responsabilidades (administrativas, operativas o genéricas) en cuanto a la gestión de riesgos.
- **Áreas de riesgo:** definidas por expertos funcionales. Sirven a los Gestores de riesgos como punto de partida para el proceso de identificación de riesgos.
- **Riesgos genéricos:** dentro de cada área de riesgo. El catálogo de Riesgos genéricos es una herramienta dentro

del proceso de identificación de riesgos que facilita su integridad y correcta estructura.

- **Riesgos específicos:** Surgen de situaciones locales regulatorias o de negocio. Identificación.

Roles y responsabilidades

- **Comité Ejecutivo:** se asegura de la implantación de un sistema de gestión de riesgos efectivo y aprueba el inventario de riesgos.
- **Governance Officer:** máximo responsable del sistema de gestión de riesgos. Entre sus responsabilidades está el asegurar que todas las actividades relacionadas con la gestión de riesgos sean realizadas adecuadamente, de forma puntual, y cumpliendo los tiempos. También se encarga de nombrar al Risk Manager.
- **Risk Manager:** apoya al Governance Officer en el proceso de gestión de riesgos, realiza las actividades de formación que sean necesarias y desarrolla tareas de asesoramiento y coordinación.
- **Risk Owners:** responsables de la identificación, valoración y monitorización de aquellos riesgos dentro de su área de gestión. También diseñan y proponen las medidas

adecuadas para mitigar los riesgos y facilitan información necesaria para la realización del inventario de riesgos.

De cara a facilitar la gestión de riesgos, se utiliza la herramienta

corporativa myGRC (Risk Management). Asimismo, se realizan actividades de formación dirigidas a los nuevos Risk Owners y sesiones de actualización a los demás.

La valoración de los riesgos en cuanto a impacto y probabilidad de ocurrencia se establece en un horizonte temporal de un año.

Agrupación	no.	Riesgos particularmente relevantes 2020/2021	Impacto potencial	Probabilidad de ocurrencia
Riesgos específicos del Sector	#1	HORECA: debilidad financiera y dificultad acceso a financiación. Precios, acciones de comunicación comercial y marketing	Moderado	Media
Riesgos relacionados con el desarrollo de negocio	#2	Aprovisionamiento. Relaciones dependencia Makro - proveedor y viceversa. Alianzas	Bajo	Baja
	#3	Calidad. Producto/Proveedor calidad y estándares de seguridad	Moderado	Media
	#4	Estrategia Real Estate	Bajo	Baja
	#5	Cadena de suministro. Dependencia de operadores logísticos	Moderado	Baja
	#6	Inversiones/Aspectos técnicos operativos	Bajo	Baja
	Otros riesgos	#7	Aspectos generales. Daños reputacionales	Bajo
#8		Recursos humanos	Bajo	Baja
#9		Sistemas. Actualización y adaptación al negocio	Bajo	Baja
#10		Legal & Compliance	Moderado	Baja
#11		Seguridad	Bajo	Baja
#12		Fiscalidad	Bajo	Media
Riesgos financieros	#13	Morosidad, información financiera, rebaja de rating	Bajo	Media

RIESGOS CON ORIGEN COVID-19:

(1) Generales.

Restricción actividades del sector Hostelero. Impacto potencial alto y probabilidad de ocurrencia alta. Contramedidas: **1-** Funcionamiento de comités de crisis (negocio, financiero, crédito); y **2-** Plan de re-activación con objetivos, seguimiento, análisis de competidores, y mapa de fuerza de ventas.



(2) Específicos.

Derivados de la situación legal estado de alarma, rating, medidas de seguridad e higiene. Impacto potencial bajo y probabilidad de ocurrencia baja. Contramedidas específicas implantadas.

SITUACIÓN DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA

La hostelería está formada por más de 315.000 establecimientos y tiene un volumen de ventas de 130.841 millones de euros (6,4% del PIB de la economía española). En concreto, el área de restaurantes, bares, cafeterías y pubs cuenta con unas ventas de 99.000 millones de euros (4,8% del PIB) (datos de Hostelería de España).

El sector ha vivido 2022 como el año de recuperación tras la crisis provocada por el Covid-19, de modo que las cifras se han ido acercando a las del periodo anterior a la pandemia según se detecta en todos los indicadores.

A finales de 2022 los datos de afiliación a La Seguridad

Social indicaban un número de trabajadores cercano a los 1,7 millones, siendo 201.954 afiliados más que en el año anterior, lo que supone una cifra incluso algo superior (0,2%) que la anterior a la pandemia.

TENDENCIAS Y RETOS DEL SECTOR



SOSTENIBILIDAD

La mayor concienciación de la población, así como las novedades regulatorias en la materia, hacen que la hostelería cada vez se preocupe más por incorporar la sostenibilidad en la gestión de sus negocios. La eficiencia energética, la elección de productos Km 0, la reducción del desperdicio alimentario o la utilización de envases biodegradables, son algunas de las tendencias al alza en bares y restaurantes.



DIGITALIZACIÓN

La pandemia provocada por el Covid-19 supuso un antes y un después en materia de digitalización, ya que en ese momento se aceleró mucho más la presencia digital de la industria hostelera. Las soluciones digitales se ven ahora como una necesidad tanto para acercarse a su cliente como para facilitar la gestión de su negocio.



PROFESIONALIZACIÓN DE LOS TRABAJADORES

La búsqueda de trabajadores cualificados es uno de los retos a los que se enfrenta el sector en estos momentos. A pesar de la existencia de oferta formativa en la materia, los hosteleros se encuentran con dificultades a la hora de completar sus plantillas.

SCORE: LA ESTRATEGIA DE MAKRO PARA SER EL MAYORISTA DE REFERENCIA DE LA HOSTELERÍA

Todos los esfuerzos del equipo Makro están encaminados a satisfacer las necesidades de sus clientes hosteleros y en convertirse en su mayorista de referencia. Para ello la compañía ha diseñado una estrategia, denominada **sCore**, con la que se propone una transformación que le lleve a: conocer mejor al cliente, estar más cerca de él, tener una oferta 100% mayorista, con un buen nivel de servicio, y todo ello apoyado en los datos, la automatización de procesos y la apuesta por las personas.

Para ofrecer una propuesta de valor 100% mayorista, una de las iniciativas de mayor peso dentro de sCore, es la estrategia de precios estables con “Compra más, paga menos”; la mejora de la disposición de los productos en la tienda, para que el acto de compra sea mucho más eficiente para el hostelero; y la operativa logística, enfocada en mejorar la disponibilidad.

Però, además, sCore también pondrá foco en la multicanalidad con: el eCommerce, dentro del cual se encuentra el primer

Marketplace especializado en productos de no alimentación para hostelería, y con el servicio de distribución a hostelería, en el que está previsto invertir para seguir mejorando instalaciones y aumentar rutas.



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

En cuanto a consumidores, al ser la actividad de Makro de comercio mayorista, solo comercializa a clientes profesionales y, en ningún caso, a consumidor final, no siendo por tanto de aplicación la ley de Defensa de Consumidores y Usuarios. No obstante, en Makro se recogen sugerencias o quejas de todas las personas que les visitan.

Para medir el grado de satisfacción de los clientes, se utiliza el índice **Net Promoter Score** (NPS). En el último ejercicio fiscal, se obtuvo una puntuación de 45,6 para clientes Horeca frente a los 39,9 puntos del mismo periodo anterior.

El índice NPS permite conocer el grado de satisfacción de los clientes a través de encuestas. Con el **feedback** recogido y una vez identificadas las necesidades, se trabaja transversalmente tanto en la oficina central como en los centros, para mejorar procesos y la experiencia de compra del cliente.

CANALES DE VENTA

La multicanalidad es una de las principales apuestas de la compañía en nuestro afán por responder a las necesidades del cliente hostelero. De esta forma, ofrecemos tres canales principales de venta:

- **Cash & carry:** 37 centros físicos que ofrecen al hostelero la posibilidad de recibir una atención personalizada a través de los especialistas de cada sección, así como servicios de asesoramiento profesional. También pueden acceder a servicios como el transporte a su negocio (el cliente compra en un centro y recibe la compra en su establecimiento).
- **Servicio de Distribución a Hostelería:** a través de este servicio el hostelero puede hacer su pedido desde su negocio, siempre con la ayuda

de Makro si así lo necesita, y recibirlo en su establecimiento.

- **eCommerce:** tanto a través de la página web makro.es como a través de la App de Makro, el cliente hostelero tiene la posibilidad de realizar sus pedidos online y recibirlos en su negocio o recogerlos en uno de los centros Makro (Click & Collect). Además, tanto clientes de Makro como no clientes pueden acceder al Marketplace de Makro, un espacio de venta de productos de no alimentación especializados en hostelería.

tanto de alimentación como de no alimentación. Las marcas propias tratan de cubrir necesidades de la hostelería, bien porque no están cubiertas o bien porque se amplía el rango de precio y cualidades para que el cliente tenga una oferta más amplia de productos entre los que elegir.

A finales de 2022, disponíamos de más de 5.500 referencias de productos de marca propia, y representaban más del 30% de la facturación total.

Makro Chef/METRO chef: una gama de productos esenciales de alimentación para el día a día del hostelero.

Makro Premium/METRO Premium: productos de alimentación de gama gourmet y gran calidad.

Makro Professional/METRO Professional: un variado catálogo de productos de no alimentación necesarios para el negocio de hostelería.

Rioba: una marca exclusiva para el servicio en barra, especializada en los bares y cafeterías.

Aro: gama de productos básicos de alimentación.

Las Marcas de Makro



En Makro contamos con un surtido de productos de marcas propias,

CANALES DE COMUNICACIÓN CON LA HOSTELERÍA

Nuestra labor diaria nos hace estar conectados en cada momento con nuestros clientes hosteleros. Por ello, tenemos varios canales de comunicación habilitados para tener una línea de contacto directa

con ellos que, además, nos permite mantenerles informados de todas las novedades y tendencias del sector.

Nos comunicamos con nuestros clientes a través de nuestra web

y App, a través de email y SMS, con nuestras redes sociales, y en campañas de publicidad online y offline.

DIGITALIZACIÓN DE LA HOSTELERÍA



En Makro estamos trabajando para liderar la transformación digital del sector a través de nuestro proyecto de "Digitalización de la Hostelería". Con esta iniciativa avanzamos hacia un concepto más estratégico a través del que ofrecer soluciones integrales a los hosteleros españoles. Nuestro servicio de soluciones digitales para hostelería busca cambiar nuestra relación con el cliente, de modo que nos vea como un proveedor global, no solo de productos, sino de servicios y soluciones. El proyecto consiste

en ofrecer soluciones propias y de terceros que buscan ayudar al hostelero en su proceso de digitalización.

Entre las soluciones propias de Makro que ayudan a los hosteleros a hacer crecer sus negocios destaca Dish Order, un sistema de gestión de pedidos a través de la propia Web de los bares y restaurantes; y también herramientas para la creación de páginas web y la gestión de las reservas del establecimiento, ayudándoles en la visibilidad online de sus negocios.

NUESTRO HOMENAJE AL SECTOR: DÍA DE LA HOSTELERÍA

En Makro no solo nos preocupamos por dar a los hosteleros todos los servicios que necesitan, sino que también queremos rendirles un homenaje ante la sociedad por todo lo que aportan a ella.

Desde 2016 Makro celebra el Día de la Hostelería, una iniciativa a la que cada año se suman más instituciones, asociaciones y otras empresas. Con ella, se busca reconocer la labor de los hosteleros. Se trata de una iniciativa que se celebra en todos los países de METRO, por lo que alcanza una repercusión internacional.

El Día de la Hostelería se celebra el segundo martes de octubre, y se materializa en numerosos eventos y actividades en diferentes ciudades del país.

Cada año esta celebración cuenta con el apoyo de Hostelería de

España, la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE), Euro-Toques, y diversas empresas colaboradoras que se suman año tras año para reconocer la labor del sector.

La última edición contó con un acto muy especial de homenaje a La Palma y al sector de la

hostelería de la isla, que tanto sufrió los efectos del volcán el año anterior.



SERVICIOS LOGÍSTICOS ENFOCADOS AL CLIENTE

En Makro contamos con tres centros logísticos de operaciones de reconocido prestigio, situados en Getafe (Madrid), El Prat (Barcelona), y Quer (Guadalajara). En ellos gestionamos a nivel logístico la demanda de nuestros clientes hosteleros en los 37 centros que tenemos en territorio nacional.

El espacio logístico de Getafe (Madrid) cuenta con una superficie de 16.000 metros cuadrados, en los que más de 140 profesionales gestionan nuestros productos frescos y congelados, que superan las 3.800 referencias. Esta nave logística gestiona almacenaje y preparación de envíos a todos los centros Makro en España. Además, sus instalaciones están

equipadas con la mejor tecnología e innovación, con el fin de que el desarrollo de la labor de la compañía sea sostenible y se adapte a las necesidades de negocio de sus hosteleros.

Por su parte, el espacio logístico de Quer (Guadalajara) cuenta con una superficie de 50.000 Metros cuadrados. Desde este espacio, cuya capacidad de almacenaje supera los 460.000 palés/año, se distribuyen 6.400 referencias a los centros Makro de toda España a través de 70 camiones al día. Con el fin de apoyar el crecimiento del Servicio de entrega a hostelería de Makro, la plataforma cuenta con automatización de pedidos, a través de la implantación de un sistema

de preparación pick-to-light. Este funciona a través de un *display* luminoso mecanizado por cintas transportadoras, haciéndose también uso de robots antropomórficos, tanto para la clasificación automática por ruta de transporte y pedido, como para el montaje final de palés de los pedidos.

El espacio logístico de El Prat (Barcelona) cuenta con una superficie de 14.222 metros cuadrados. Se trata de un espacio mixto y multitemperatura, que comenzará a funcionar plenamente en enero de 2022 y que ayudará a que el suministro de productos de esta zona se realice de forma más eficiente.

SEGURIDAD ALIMENTARIA - CALIDAD

En Makro tenemos un firme compromiso con la seguridad alimentaria. Por eso, en todos nuestros centros hay implantado un programa con el fin de garantizar la calidad de nuestros productos y servicios. En el Programa de Calidad nos basamos en la metodología de

análisis de peligros y puntos de control crítico (HACCP) con el fin de identificar los riesgos que pueden afectar a la calidad de los productos, establecer medidas preventivas para eliminarlos o disminuirlos, y aplicar procedimientos de vigilancia y medidas correctoras. Además,

hemos establecido pautas de control, como son el análisis de productos, las condiciones higiénicas de las instalaciones y una auditoría de calidad. Las tres medidas claves de este compromiso con la calidad son:



La aplicación del enfoque "De la granja a la mesa".



La responsabilidad de todos los que participan en la cadena alimentaria para garantizar la seguridad.



El compromiso y la cooperación plena de los empleados del sector alimentario.

ASOCIACIONES ESTRATÉGICAS

Dentro de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, en Makro mantenemos una estrecha relación y colaboramos con las principales asociaciones del sector con el firme objetivo de impulsar la hostelería y favorecer su desarrollo en nuestro país:

- **Hostelería de España:** Organización de asociaciones empresariales de hostelería de toda España que representa al conjunto de restaurantes, bares y otros establecimientos que integran el sector de la hostelería. Una institución que representa a cerca de 1,6 millones de personas en el sector hostelero.
- **FACYRE:** Federación de Cocineros y Reposteros de España que cuenta con más de 8.000 asociados y que busca el crecimiento y reconocimiento del mundo gastronómico, protegiendo su patrimonio, fomentando los vínculos culturales, y mejorando la formación profesional dentro del sector, tanto dentro como fuera de España.
- **Eurotoques:** Asociación de cocineros y cocineras que cuenta con 800 socios en España y más de 3.000 en diferentes países europeos. Además, colabora con una amplia red de Delegados Autonómicos y Regionales

que les permite trabajar de forma constante por velar los objetivos del sector.

- **Netmentora Madrid by Réseau Entreprendre:** es la asociación empresarial territorial de la Federación Empresarial Internacional, referente en el apoyo a la creación de empresas y empleos, **Réseau Entreprendre**, creada por Andre Mulliez en 1986. Netmentora Madrid cuenta con 130 líderes empresariales que aportan experiencia y la sostienen económicamente, que han ayudado a 39 empresas a crear 600 empleos.

Desde **Makro** colaboramos también activamente con **asociaciones hosteleras locales**, apostando por el desarrollo del sector en cada comunidad y la dinamización de la economía regional. De esta forma, impulsamos el negocio de los bares y restaurantes, además de colaborar en su desarrollo digital.

Con el objetivo de crear sinergias y ofrecer nuestro conocimiento y experiencia como socios del sector para avanzar y aportar valor en el tejido empresarial de nuestro país, en Makro somos miembros de CEOE. Esto nos permite participar en sus órganos consultivos, fundamentalmente en sus comisiones de Competitividad, Comercio y Consumo; Comisión de Diálogo Social y Empleo;

así como en la Comisión de Relaciones Internacionales (CEOE Internacional).

Para aportar mayor valor al consumidor, en Makro formamos parte de AECOC, una de las mayores asociaciones empresariales del país y la única que reúne a todos los agentes de la cadena de valor, desde productores y fabricantes, a operadores logísticos y distribuidores.

Asimismo, Makro cultiva una estrecha relación con centros formativos, tanto aquellos enfocados en el sector de la hostelería y la gastronomía (Escuelas de Hostelería de todo el país, o el Basque Culinary Center) como los que se centran en el mundo de los negocios, como es San Telmo Business School, que desde hace más de 10 años cuenta con el caso Makro dentro de su programa formativo.





DONACIONES Y ACCIÓN SOCIAL

Para lograr nuestros objetivos de sostenibilidad no estamos solos. Vamos de la mano con los mejores socios posibles asumiendo juntos un compromiso común.

2022 fue un año marcado por el estallido de la guerra en Ucrania, lo que marcó en cierto modo la agenda solidaria de Makro, que puso en marcha donaciones a **ACNUR**, con el fin de ayudar a los miles de refugiados que se vieron obligados a abandonar el país.

Además, en nuestro compromiso con el sector de la hostelería y la restauración, desde Makro nos involucramos con nuestros clientes en diferentes causas sociales que ayudan a mejorar

las condiciones de vida de las personas.

Muestra de ello es nuestra colaboración con **“Hostelería contra el Hambre”**, la mayor iniciativa solidaria del sector hostelero, llevada a cabo por la ONG **Acción Contra el Hambre** en colaboración con **Hostelería de España**.

Además, colaboramos con la celebración de la IX edición de **Soul Food Nights**, un evento solidario que une gastronomía y moda con el objetivo de recaudar fondos para **Acción Contra el Hambre**. Estos fondos van destinados a proyectos que la organización tiene en España dentro de sus programas de acción social

También colaboramos con **FESBAL** a través de un acuerdo global para realizar donaciones de alimentos en todo el territorio nacional, así como en la donación de un porcentaje económico de la venta de los **lotes & cestas de navidad**. Asimismo, participamos en **La Gran Recogida de Alimentos**, evento que organiza FESBAL cada año.

Cruz Roja también fue otro de los organismos con los que firmamos acuerdo para realizar donaciones económicas y de producto, tanto a nivel nacional como a nivel local a través de sus distintas delegaciones.

COMPROMISO CON LA AGENDA DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En Makro nos comprometemos a respetar los derechos humanos y normas laborales, así como a preservar el medioambiente y a actuar con transparencia en nuestras actividades.

Nuestros empleados, por su parte, son responsables de defender estos principios en su interacción con otros colaboradores.

En Makro apoyamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los 17 ODS proporcionan un marco global específico para que las empresas puedan contribuir al desarrollo sostenible a nivel económico, social y ambiental.

En este ejercicio 2022, hemos identificado el ODS 2 (Hambre cero), el ODS 5 (Igualdad de

género), el ODS 7 (Energía asequible y no contaminante), el ODS 10 (Reducción de las desigualdades), el ODS 12 (Producción y consumo responsables) y el ODS 14 (Vida submarina) como prioritarios para MAKRO por la actividad que desarrollamos y nuestra capacidad de influir en ellos.



TRIBUTOS

Los impuestos pagados por Makro en el ejercicio 2021-2022 (IVA, Impuesto de Sociedades, Retenciones, e Impuestos Especiales) fueron de 36.777.507,36 euros. En cuanto a subvenciones, Makro no recibió subvenciones públicas. El beneficio obtenido una vez descontados los impuestos para este ejercicio ha sido de **9.177.218,67 euros**.

Sin embargo, por los ajustes fiscales extracontables realizados (gastos no deducibles...), para el ejercicio fiscal cerrado a fecha 30 de septiembre de 2022, el impuesto sobre el beneficio obtenido ha sido de 0 euros.

A 30/09/2022 Makro tiene bases imponibles negativas (BINS) pendientes de compensar por importe de **39.117.300,71 euros**.

03. DERECHOS HUMANOS

CONDICIONES LABORALES JUSTAS

Los derechos de las personas trabajadoras son una prioridad para Makro. Somos una empresa justa y nos comprometemos a cumplir con las normas de la legislación laboral, así como a respetar las leyes nacionales de los países en los que operamos.

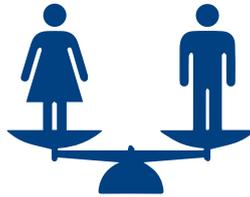
De hecho, en Makro existe una formación específica sobre principios y condiciones laborales justas, dirigida a la totalidad de los trabajadores, sensibilizando y concienciando aún más a todos nuestros colaboradores, de todos los niveles, sobre el respeto a los derechos humanos. Nuestros principios son:



• **LIBERTAD DE ASOCIACIÓN:**
Respetamos el derecho de nuestros empleados a la negociación colectiva y a la libre asociación. Apostamos por una forma abierta, profesional e imparcial de comunicación y resolución de conflictos.



• **NO AL TRABAJO FORZOSO:**
Reconocemos la importancia del principio de libre elección del empleo y tratamos a todos los colaboradores con respeto.



• **NO DISCRIMINACIÓN:**
Los colaboradores ascienden según sus capacidades y resultados. Fomentamos la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores y candidatos.



• **NO AL TRABAJO INFANTIL:**
Nuestra labor es proteger los derechos de los niños. No permitimos el trabajo infantil.



• **SALARIOS JUSTOS:**
Proporcionamos a nuestros colaboradores un sistema de remuneración justo, a través de salarios que cumplen y mejoran las normas sectoriales.



• **HORARIO LABORAL:**
Respetamos todas las leyes nacionales y las normas de la industria relativas a la jornada laboral y descanso.



• **SALUD Y SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO:**
Ofrecemos un lugar de trabajo seguro a través de la adopción de medidas efectivas para minimizar los riesgos y evitar posibles accidentes.

Todo ello, como no podía ser de otra forma, adhiriéndonos rigurosamente a los Principios y las Resoluciones de la OIT, a las Convenciones de las Naciones Unidas y la legislación aplicable.

SISTEMAS DE SUPERVISIÓN Y RESULTADOS A LO LARGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Los derechos de los trabajadores y las normas de la legislación laboral en todos los países en los que operamos son una prioridad para Makro. Por este motivo, en los contratos firmados con nuestros proveedores incluimos una obligación de “Fair Working Conditions”. De esta manera, se comprometen a actuar conforme a las normas sociales recogidas en los “principios” del Código de Conducta de la Iniciativa de Cumplimiento Social empresarial (Business Social Compliance Initiative, o BSCI), publicada en la web <http://www.bsci-intl.org/content/bsci-code-conduct>, así como, a habilitar a Makro para realizar inspecciones o auditorías sobre el cumplimiento de dichos principios.

En Makro se llevan a cabo una serie de auditorías higiénico-sanitarias, realizando un mínimo de tres de ellas al año por centro. Se trata de auditorías no anunciadas que realiza una entidad de inspección independiente. En nuestro caso, desde enero de 2020 las lleva a cabo Bureau Veritas.

En estas auditorías, se evalúan fundamentalmente la correcta implantación del sistema de autocontrol APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos), aspectos como la cadena de frío, la implantación de buenas prácticas, el correcto estado de las instalaciones, la rotación y exposición de los productos de alimentación, y los registros de control llevados a cabo por el personal del centro.

Los resultados de estas auditorías son comunicados a los responsables de cada área, así como a la dirección de la compañía.

El resultado global de las auditorías higiénico-sanitarias durante el año fiscal 21/22 fue de 91,23%. Todos los centros implantaron medidas correctoras para las desviaciones detectadas. La evolución desde el pasado año fiscal hasta ahora ha sido estable y siempre por encima del nivel mínimo exigido.

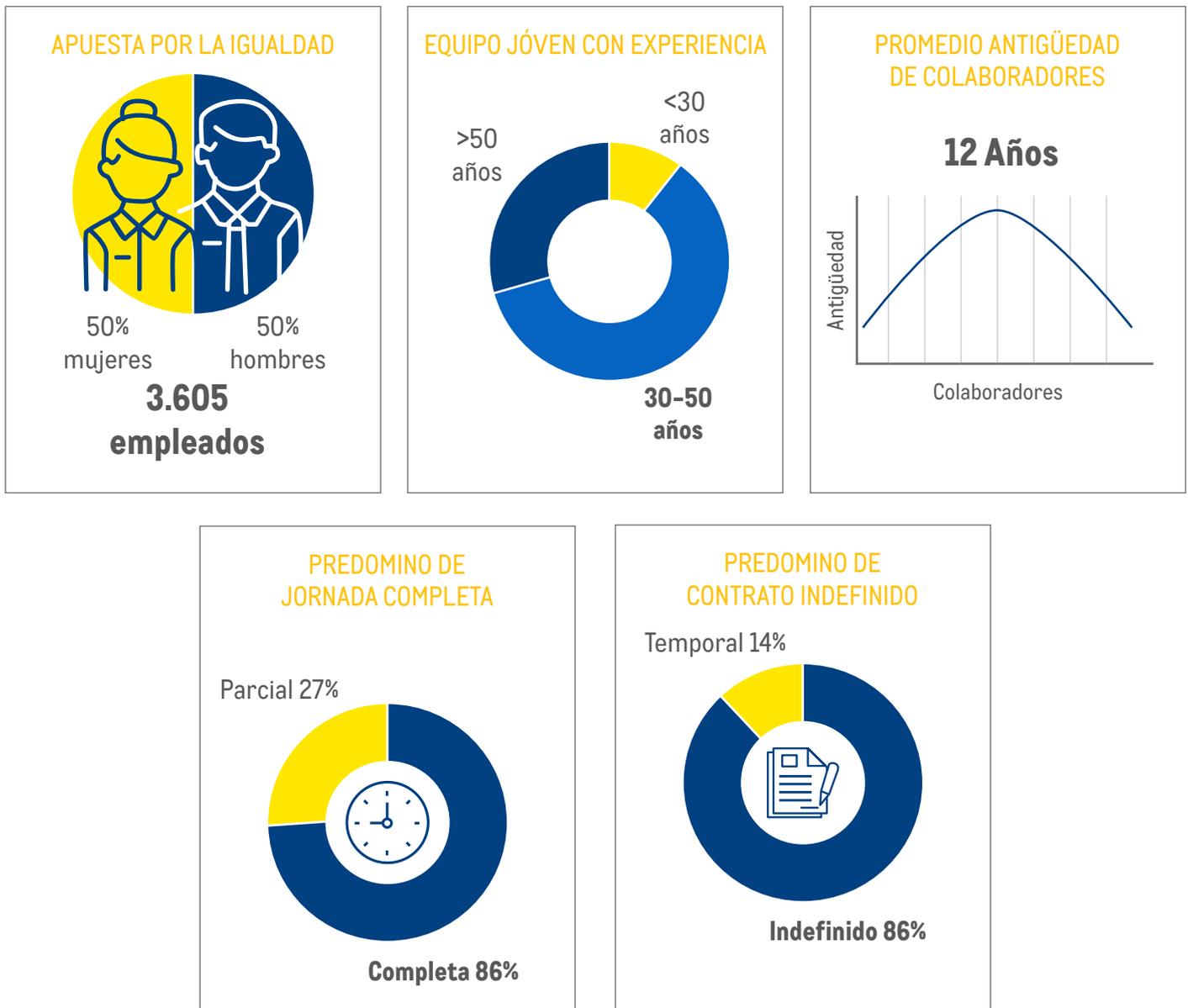
El 99% de nuestros proveedores de marca propia de alimentación están certificados bajo un estándar amparado por el GFSI (Global Food Safety Initiative), certificación que exige METRO. Aquellos proveedores no certificados son anualmente auditados por una entidad de inspección independiente, bajo un estándar interno denominado MAS (METRO Assesment Solution), basado en estándares de GFSI.



04. PRINCIPIOS LABORALES

DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES

Un equilibrio que demuestra nuestra apuesta por la igualdad, el talento joven pero con experiencia, el predominio del contrato indefinido y la jornada completa, y la baja rotación, que se ve reflejada en el promedio de antigüedad de nuestros colaboradores: 12 años.



INFORMACIÓN DE REMUNERACIÓN MEDIA

Remuneración media Profesionales (S.B.A.)*

Categoría	Remuneración media
Profesionales	17.513,70



1.459,47 €/mes



Salario Bruto Mensual medio del grupo "Profesionales" extrapolado a contratos de 40 horas y 12 pagas anuales



Remuneración media Profesionales (S.B.A.* + Antigüedad)

Categoría	Remuneración media
Profesionales	18.055,47



1.504,62 €/mes



Salario Bruto Mensual medio con complemento antigüedad del grupo "Profesionales" extrapolado a contratos de 40 horas y 12 pagas anuales



S.B.A.*: incluye Salario Base + Complemento Personal

En materia salarial, Makro garantiza la aplicación de las tablas salariales negociadas para el sector de grandes almacenes, existiendo, adicionalmente, una serie de mejoras sobre dichas retribuciones mínimas a través de una serie de acuerdos de empresa, de modo que sea posible percibir retribuciones mayores que las fijadas por el convenio colectivo sectorial.

Tal es el caso del abono de diferentes complementos y pluses, como son los de nocturnidad, cajas, cámara, carretilla u oficio, ayudas familiares para hijos en edad escolar, guardería, hijos con discapacidad o que requieren escolarización en centros especiales de estudios, o las ayudas a estudios para colaboradores. Adicionalmente, Makro pone a disposición de sus colaboradores

un **Plan de Retribución Flexible** voluntario, mediante el cual es posible destinar una parte de la retribución fija anual en la contratación de una serie de productos y/o servicios, lo que permite al colaborador optar por productos y/o servicios con mejores condiciones económicas que las ofrecidas en el mercado, así como obtener interesantes reducciones fiscales.

DESGLOSE DE TIPO DE CONTRATO POR GRUPO PROFESIONAL (SOBRE TOTAL GENERAL)

DETALLE DE INDEFINIDOS Y TEMPORALES POR CATEGORÍA PROFESIONAL (% SOBRE EL TOTAL GENERAL)

TEMPORALIDAD	COORDINADOR	MANDO	PROFESIONAL/BASE	TÉCNICO	Total General
INDEFINIDO	13%	18%	55%	0%	86%
TEMPORALIDAD	0%	0%	14%	0%	14%

REMUNERACIÓN CONSEJEROS Y DIRECTIVOS DESGLOSADA POR GÉNERO

La información en este caso no es facilitada por motivos de confidencialidad, dada la actual distribución de mujeres y hombres en el Comité de Dirección.

REMUNERACIONES MEDIAS

GRUPO PROFESIONAL	MENSUAL
Mandos y Coordinadores	2.495,76 €
Profesional y Personal Base	1.504,62 €

Salario Bruto Mensual medio con complemento antigüedad extrapolando a contratos de 40 horas y 12 pagas anuales

CATEGORÍA		
Mandos y Coordinadores	Femenino Mensual	Masculino Mensual
Menor o igual a 30 años	2.221,11 €	1.668,63 €
Mayor que 30 y menor o igual a 40	2.368,72 €	2.208,65 €
Mayor a 40 y menor o igual a 50	2.319,56 €	2.653,04 €
Mayor que 50	2.482,23 €	2.829,71 €
Profesional/Profesional Base	Femenino Mensual	Masculino Mensual
Menor o igual a 30 años	1.383,81 €	1.342,86 €
Mayor que 30 y menor o igual a 40	1.474,90 €	1.529,83 €
Mayor a 40 y menor o igual a 50	1.517,22 €	1.631,69 €
Mayor que 50	1.620,57 €	1.709,79 €

CATEGORÍA				
Mandos y Coordinadores	Femenino Indef.	Masculino Indef.	Femenino Temp.	Masculino Temp.
Menor o igual a 30 años	13	22		1
Mayor que 30 y menor o igual a 40	112	129		2
Mayor a 40 y menor o igual a 50	243	274	3	2
Mayor que 50	127	215	3	13
Profesional/Profesional Base	Femenino Indef.	Masculino Indef.	Femenino Temp.	Masculino Temp.
Menor o igual a 30 años	125	182	326	523
Mayor que 30 y menor o igual a 40	329	310	256	242
Mayor a 40 y menor o igual a 50	534	357	176	116
Mayor que 50	301	238	49	66

Remuneración media por género/edad de las categorías:
Profesionales/Personal base y Mando/Coordinadores (excepto directores área y oficina)

En cuanto a la remuneración de consejeros y directivos, nos remitimos a los informes de memoria anual y responsabilidad social publicados por METRO en el link <https://www.METROag.de/en/newsroom/publications>

Remuneraciones medias de estos mismos grupos profesionales (Profesional y Personal Base) en salario fijo con antigüedad desglosadas:

Por Género	Femenino	Masculino	Total General	Diferencia
	17.927,53 €	18.187,31 €	18.055,47 €	1,4%

Por Edad	Anual	En 12 meses
Menor o igual a 30 años	16.306,02 €	1.358,84 €
Mayor que 30 y menor o igual a 40	18.018,85 €	1.501,57 €
Mayor a 40 y menor o igual a 50	18.755,88 €	1.562,99 €
Mayor que 50	19.944,50 €	1.662,04 €
	18.055,47 €	1.504,62 €

*Nota: Salario Bruto Anual medio (Salario Base * Complemento Personal) con complemento antigüedad extrapolando a contratos de 40 horas y 12 pagas anuales*

Por Antigüedad en la Compañía	Anual	En 12 meses
Menor a 5 años	17.300,97 €	1.441,75 €
Mayor o igual a 5 años y menor a 10 años	19.326,70 €	1.610,56 €
Mayor o igual a 10 años y menor a 20 años	19.166,38 €	1.597,20 €
Mayor o igual a 20 años	21.779,18 €	1.814,93 €
	18.055,47 €	1.504,62 €

Nota: Salario Bruto Anual medio (Salario Base · Complemento Personal) con complemento antigüedad extrapolando a contratos de 40 horas y 12 pagas anuales

En Makro contamos con **Sistemas de Incentivos** para toda la plantilla, con el objetivo de que todos los colaboradores puedan apoyar y contribuir de manera eficaz a la estrategia de negocio de la compañía. Nuestros Sistemas de Incentivos están formados por diferentes elementos en función de la actividad de la posición. Así, para el colectivo de Fuerza de Ventas, se articulan a través de un sistema de Incentivos

por objetivos mensuales, en los cuales se contemplan objetivos de distinta naturaleza (Estructural, de Negocio, de Equipo...) que el empleado podrá conseguir en función de sus consecuciones. En lo que respecta al resto de la plantilla, los incentivos se articulan a través de un sistema anual de bonus basado en diferentes objetivos de compañía, región, centro, etc., y que para el grupo de profesionales pueden llegar a

suponer entre un 6% y un 15% de la retribución bruta anual. Teniendo en cuenta nuestro plan de igualdad, que fomenta una relación laboral basada en la calidad del empleo y el respeto por la diversidad, y teniendo en cuenta los datos relativos a la remuneración media del presente informe, entendemos que no existe brecha salarial o que es de mínimo impacto.

EQUIPO ESPECIALIZADO

En Makro apostamos por la profesionalización de nuestros equipos, prueba de ello es que a lo largo de este ejercicio hemos invertido 16,92 horas de formación por empleado, con un coste medio de 320€ por persona.

El presente cuadro describe el desglose por tipo de formación y modalidad que reciben nuestros equipos.

MATERIAS FORMATIVAS	% Vert
ESPECIALIZACIÓN	
TÉCNICA	27%
FORMACIÓN GENÉRICA	71%
FORMACIÓN TRANSVERSAL	1%
TOTAL FORMACIÓN 2021/22	100%
TOTAL PLANTILLA 01/10/2022	100%

MODALIDAD	% Vert
PRESENCIAL	21%
ON LINE	79%
SEMIPRESENCIAL	0%
TOTAL FORMACIÓN 2021/22	100%

En el cómputo de horas que aparece en el siguiente cuadro, se incluye el número total de personas que han pasado durante el año fiscal por la compañía, en este caso 4.715, por eso la media total baja, ya que el cálculo de horas por trabajador la solemos calcular con una plantilla media de 3.500 trabajadores.

Categoría	Suma de Horas Total	Cuenta de ID de Part	Promedio de Horas Total
COORDINADOR	4044,26	469	8,62
DIRECTOR	28,50	6	4,75
GERENTE	1296,75	47	27,59
MANDO	12647,30	611	20,70
PERSONAL BASE	12,00	2	6,00
PROFESIONAL	29106,63	2467	11,80
TÉCNICO	100,75	17	5,93

En Makro contamos con **594 especialistas en frescos** (pescados, carnes, frutas & verdura). Gracias a ello, impulsamos nuestra competitividad y ofrecemos un servicio mucho más cualificado al cliente de hostelería

Además, en nuestros centros ponemos a disposición del cliente **34 sumilleres** con experiencia en la cata y venta de vinos que asesoran al cliente para crear, mejorar y mantener la carta de vinos de su restaurante.

También contamos con una fuerza de ventas formada por más de **340 gestores** que visitan y dan soluciones a las necesidades de los clientes de hostelería. Con ellos establecen relaciones de confianza, ofreciéndoles los mejores productos y servicios adaptados a sus necesidades.

ACADEMIA DE VENTAS

En abril del 2022 nació nuestra Academia de Ventas, que tiene como objetivo establecer y estandarizar una sistemática comercial para toda la fuerza de ventas con el fin de poder garantizar una mejor calidad y servicio a nuestros clientes.

Este objetivo se sustenta sobre los siguientes pilares: desarrollo de procesos comerciales, herramientas, y palancas de valor Makro; todo esto teniendo siempre como foco entrenar en ejecución, formación 360 y teoría y práctica alternada.

La Academia cuenta con cuatro

itinerarios, y a su vez con cuatro módulos formativos:

- **YO VENDO:** Dirigido a todos los Gestores Comerciales (Gestor de ventas, Gestor de ventas digital, Gestor en ruta, Gestor guerrilla, y Jefe de ventas digital)
- **YO SUMO:** Dirigido a los jefes de Fuerza de ventas
- **YO NEGOCIO:** Dirigido a los KAM locales y junior
- **TODOS VENDEMOS:** Dirigido a Att Hostelería y Jefes de sección (Carne, Pescado, Frutas y Sumiller)

En todos ellos se utiliza metodología mixta (Sesiones experience, Sesiones via webinar y píldoras formativas).

Adicionalmente cuentan con su sistemática comercial adaptada a cada colectivo, que pueden consultar a través de la plataforma en cualquier situación y momento.

Y todo este programa se refuerza con acciones ad-hoc, como pueden ser los acompañamientos o formaciones especializadas (Quick-trainings, mesa de expertos...)

RELACIONES SOCIALES

A todos los trabajadores de la compañía se les aplica el Convenio colectivo del sector de grandes almacenes (BOE 11/06/2021), que, asimismo, resulta aplicable un Pacto de empresa que mejora y complementa lo previsto en el convenio sectorial.

En Makro se mantiene una relación fluida con la Representación Legal de las Personas Trabajadoras, tanto a nivel de centros de negocio como con el Comité Intercentros existente, a través de reuniones ordinarias de carácter trimestral, así como reuniones extraordinarias o informales cuando resulta necesario. Asimismo, contamos con una Comisión de Seguimiento del Pacto de empresa, que vela por la correcta interpretación y cumplimiento de lo regulado en dicho Acuerdo.

Y es que la compañía está implicada en mantener una relación de continuo diálogo y transparencia con nuestros colaboradores y con la Representación Legal de las Personas Trabajadoras. Todo ello, con el fin de conseguir una mejora continua en nuestra forma de trabajar y crear valor de forma sostenible, siendo

fundamental para adaptarnos ágilmente a las necesidades de nuestros clientes –cada vez más concretas y específicas– en un entorno de mercado dinámico y cambiante.

En este sentido, cabe destacar la difusión de nuestro plan estratégico, sCore, donde compartimos abiertamente la orientación estratégica que nos está permitiendo tener un foco y unas prioridades bien definidas, y cuya aplicación no sería posible sin el alto nivel de compromiso y la pasión mostrada por nuestros colaboradores en este proceso de constante transformación y evolución.

Por otro lado, en Makro contamos con una política de Prevención de Riesgos Laborales que aplicamos de forma transversal, estando constantemente presente en la toma de decisiones, a través de procedimientos internos que concretan y mejoran la regulación establecida en el Convenio colectivo del sector de grandes almacenes.

En cuanto a la organización del tiempo de trabajo, con el ánimo de fomentar la conciliación y facilitar

la organización de las personas, en Makro existe la práctica generalizada de prestar servicios en nuestros centros de negocio de forma continua. En nuestra plantilla hay tanto personas trabajadoras con contrato a tiempo completo, como con contrato a tiempo parcial, facilitándose con la parcialidad la posibilidad de compaginar el trabajo con las necesidades personales.

Con esta filosofía, se han introducido también medidas de flexibilización de la jornada laboral en la oficina central, lo que favorece a cada empleado la autogestión de su tiempo de trabajo, a la vez que la conciliación con la vida personal y familiar: **Plan Flow**, el cual es mucho más que un plan de flexibilidad laboral, es la decisión de apostar por una cultura organizacional del desempeño, al tiempo que se vive una cultura del desarrollo al poder conectarse mejor con el entorno. Este Plan une a todas las personas trabajadoras de Makro en un estado de compromiso, confianza y responsabilidad, evolucionando hacia un entorno de trabajo flexible.

Las medidas que integran el Plan Flow son:

- **Teletrabajo Flow:** es la posibilidad de desarrollar el trabajo desde el domicilio hasta 2 días a la semana, siendo uno fijo de lunes a jueves y otro variable, con un máximo de 2 viernes al mes, siempre de acuerdo a las necesidades del negocio.
- **Mañanas Flow:** da la posibilidad de iniciar la jornada laboral desde el domicilio cuando se tenga previsto tener una reunión telemática con hora de inicio muy temprana y que no te permita conciliar con la flexibilidad horaria adicional de Oficina central.
- **Tardes Flow:** facilita el poder finalizar la jornada laboral desde el domicilio cuando se tenga una reunión telemática a última hora de la tarde y que no te permita conciliar con la flexibilidad horaria adicional de Oficina central.
- **Verano Flow:** es la posibilidad de trabajar desde un lugar vacacional, dentro del territorio nacional, durante un máximo de 5 días laborales y consecutivos en los meses de verano.
- **Viernes Flow:** Consiste en poder cambiar la jornada intensiva del viernes a otro día de la misma semana.

El Plan Flow de Makro introduce una serie de medidas dirigidas a encontrar un mejor equilibrio entre la vida personal y la vida laboral.

Incluye la posibilidad de trabajar a distancia en determinadas situaciones y condiciones (Teletrabajo Flow, mañanas Flow, tardes Flow y veranos Flow) y mayor flexibilidad horaria (viernes Flow). Tienen acceso todas las personas trabajadoras asignadas a la Oficina central, con excepción de las posiciones no teletrabajables, siempre que se den los requisitos establecidos para cada medida en este Plan, en los supuestos establecidos en la empresa en cada momento, y de acuerdo con los requisitos y criterios que en cada caso se establezcan. Es requisito indispensable suscribir un acuerdo individual sobre trabajo a distancia y adscripción al Plan Flow. Igualmente, habrá que cumplir con los requisitos de PRL sobre trabajo a distancia.

Por otro lado, en Makro, como consecuencia de la idiosincrasia de nuestra actividad, la mayoría de nuestros colaboradores no cuentan con dispositivos electrónicos que conlleven la necesidad de disponer de normativa sobre desconexión digital. No obstante, desde la Compañía se presta especial atención a esta cuestión, estando en estudio la elaboración de políticas internas al respecto, para su aplicación a aquellos colectivos de personas trabajadoras que lo precisen.

Igualmente, entre otras medidas de conciliación recogidas en nuestro



Plan de Igualdad, podemos citar las siguientes:

- ◊ Siempre que exista vacante, y a igualdad de condiciones y competencias, damos preferencia en la movilidad geográfica voluntaria y en las solicitudes de cambio de centro, cuando sea solicitado por motivos de cuidados de personas dependientes (menores y familiares).
- ◊ Siempre que organizativamente sea posible, facilitamos la movilidad geográfica, con el objetivo de atender situaciones parentales relacionadas con el régimen de visitas de los hijos u otras situaciones para padres o madres separados o divorciados o cuya guardia y custodia recaiga en uno de los dos progenitores.
- ◊ Para los supuestos de permisos relacionados con la hospitalización de familiares, mejoramos la posibilidad de disfrutar del permiso durante la estancia hospitalaria

prevista convencionalmente, estableciendo la posibilidad de disfrutar el permiso en cuestión incluso hasta 5 días después del alta hospitalaria, para así poder atender al familiar durante los primeros días en el domicilio.

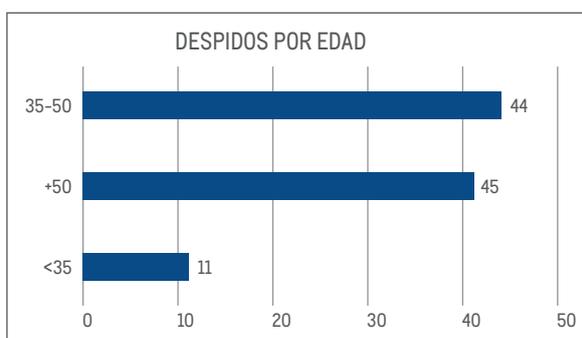
- ◊ Facilitamos la concesión de una excedencia de hasta un mes por fallecimiento del otro progenitor cuando los hijos sean iguales o menores de 16 años, teniendo derecho a la reincorporación inmediata al puesto de trabajo a la finalización de la misma.
- ◊ Otorgamos una única excedencia de hasta dos meses, por tramitación de adopción internacional, teniendo derecho a reincorporación inmediata a su

puesto de trabajo a la finalización de la misma.

- ◊ Concedemos permisos recuperables por el tiempo imprescindible necesario para que las trabajadoras puedan asistir a tratamientos de reproducción asistida, siempre que no sea posible desarrollarlos fuera del horario de trabajo, y con la debida justificación.
- ◊ Concedemos permisos recuperables por el tiempo necesario para acompañar al otro progenitor a las clases de preparación al parto y exámenes prenatales, cuando no puedan realizarse fuera del horario de trabajo.

- ◊ En ciertas épocas del año, como por ejemplo las fiestas navideñas, es habitual aplicar ciertas medidas que contribuyen a aligerar el peso de la cesta de la compra de todas las personas trabajadoras de Makro y de sus familiares y amigos:
- ◊ Ampliación de los descuentos a empleados, tanto en Alimentación como en No Alimentación.
- ◊ Facilitar el acceso a la cadena de alimentos a través de invitaciones temporales para que familiares y allegados de las personas trabajadoras que puedan comprar en Makro.

Por último, cabe indicar que en el último ejercicio fiscal 2021/2022 se han efectuado 96 despidos en la compañía (51 hombres y 45 mujeres), lo que supone un 2,62% respecto del total de la plantilla de Makro, desglosado de la siguiente forma por sexo, edad y grupo profesional:



COMPROMISO CON LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD

En Makro estamos comprometidos con la diversidad promoviendo prácticas de integración como parte de nuestra cultura cotidiana.

De hecho, en nuestro Código de Conducta está integrada la diversidad como un valor corporativo, siendo por tanto la gestión de la diversidad un elemento estratégico para la empresa.

Así, en Makro existen unos principios fundamentales que informan del contenido de la estrategia de gestión de la diversidad como son (i) la igualdad y la no discriminación, (ii) la interculturalidad y (iii) el compromiso y responsabilidad de la empresa con la sociedad.

Todo ello se concreta en unos principios operativos, que guían a la compañía en la consecución y desarrollo de la gestión de la diversidad:

- ◆ Compromiso.
- ◆ Sensibilizar sobre los principios de igualdad de oportunidades y respeto a la diversidad dentro de los valores de la empresa.
- ◆ Equidad.
- ◆ Promover la conciliación de la vida laboral y personal.
- ◆ Construir una plantilla diversa.
- ◆ Promover de manera efectiva la inclusión/integración sin discriminación laboral.
- ◆ Gestionar la diversidad en todas las políticas de la empresa.
- ◆ Dignidad y respeto.
- ◆ Sostenibilidad.

- ◆ Extender y comunicar el compromiso con estos valores a todo el entorno de la compañía.
- ◆ Reconocer la diversidad de los clientes.

En materia de **inclusión de personas con discapacidad**, trabajamos la contratación directa y la colaboración estratégica con centros especiales de empleo. La inversión realizada por Makro en este aspecto, durante todo el año fiscal, supera los 350.000 euros anuales. Makro cumple con la Ley General de Discapacidad, a través de la incorporación a la plantilla de personas con discapacidad y la contratación de servicios y productos con centros especiales de empleo. En relación a la accesibilidad, Makro cuenta con instalaciones accesibles a personas con alguna discapacidad física o movilidad reducida. Además, tanto en oficina central, como en los centros, se dispone de plazas de parking para personas con movilidad reducida y embarazadas.

En materia de **igualdad de género**, la organización se vertebra en torno al Plan de Igualdad acordado con la Representación Legal de los Trabajadores. En él, se integran una serie de objetivos específicos y medidas que abarcan aspectos sobre retribución, contratación o promoción, entre otras, definidas para toda la plantilla, y que busca reducir las diferencias en caso de haberlas. Asimismo, incorpora medidas orientadas a fortalecer la protección de mujeres embarazadas, así como protocolos y pautas de actuación ante situaciones de acoso por razón de sexo o en caso de mujeres víctimas de violencia de género. Para garantizar el seguimiento y cumplimiento de las medidas acordadas, la compañía



se ha dotado de una Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad, así como de la figura de Responsable de Igualdad e Inclusión.

Con este objetivo, la compañía trabaja no sólo en medidas a corto plazo, como es el reclutamiento de mujeres directivas, sino que pone el foco en iniciativas a largo plazo que nos permitirán cosechar resultados muy positivos en los próximos años para incorporar y desarrollar mujeres con potencial. Algunas de estas iniciativas son:

- Programa **METRO Potentials**: El programa METRO Potentials, es un programa corporativo destinado a recién graduados con experiencia internacional y potencial de los 25 países en los que operamos. Tiene una duración de 2 años y una estructura rotacional que lleva a sus participantes a trabajar en nuestros centros de negocio, en la oficina central, así como en otros países de METRO, con la intención de ayudarles a desarrollar su potencial dentro de la organización y nutrir nuestros planes de sucesión.
- Programa **DespeGO!**: El programa "DespeGO!" tiene como objetivo incorporar recién graduados con potencial y formarles en la compañía. Tiene una duración de 1 año y está basado en un aprendizaje sobre el terreno, asignando a cada participante un Mentor y un Manager que le acompañen mientras van conociendo las áreas clave de la compañía con el fin de ocupar una posición en la organización.

- **Next Generation Offer:** Es un programa corporativo en el que participan candidatos de los 25 países. De un año de duración, los nominados del área de compras trabajan con un proyecto internacional cuyo objetivo es fortalecer a través de diferentes perspectivas la cadena de valor core de la compañía.
- **Next Generation Finance:** Es un programa corporativo en el que también participan los 25 países. De un año de duración, los nominados, en este caso del área de finanzas trabajan en un proyecto común fomentando la visión transversal de proyectos y procesos, así como la innovación del área.

En Makro la **discriminación** es inaceptable. Tratamos a todo el mundo con respeto y protegemos a los colaboradores contra cualquier forma de discriminación, especialmente la basada en su origen, religión, grupo étnico, edad, orientación e identidad sexual, género o discapacidad.

En el capítulo formativo, Makro cuenta con una formación online sobre diversidad e inclusión, que se realiza con periodicidad anual e incorpora las diferentes dimensiones de la diversidad, como son género, discapacidad, raza u orientación sexual. Esta formación es obligatoria para toda la plantilla, lo que nos permite situarnos en ratios de realización cercanos al 100%.

También hemos inaugurado una nueva formación on-line para todos nuestros colaboradores denominada Compromiso con LGTBI+ y tiene como objetivo dar a conocer todos los colectivos y sus derechos.

Externamente, METRO es uno de los patrocinadores de la red LEAD (Leading Executives Advancing Diversity), que integra a compañías de los sectores de distribución y bienes de consumo y tiene como objetivo el desarrollo del talento que hay en las compañías, poniendo en valor la importancia de la diversidad y

facilitar tanto a hombres como mujeres que contribuyan con todo su potencial para llegar a un siguiente nivel en la aportación de valor. Bajo el paraguas de METRO, Makro ha participado en diferentes iniciativas de LEAD como encuentros profesionales sobre diversidad, participación en diagnósticos sobre inclusión, etc.

En Makro existe un protocolo de actuación en caso de que la Compañía tenga conocimiento de un presunto caso de acoso laboral, acoso sexual o acoso por razón de sexo, en cumplimiento de la Ley de Prevención de riesgos Laborales y la Ley para la igualdad de trato y la no discriminación integral.





ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

En Makro, disponemos de una encuesta de clima laboral bianual, denominada Voice it!, en la que los colaboradores, de forma anónima, dan su opinión acerca de determinados aspectos que impactan en su experiencia de trabajo diaria. Basada en 21 preguntas principales, los datos de esta encuesta arrojan tres indicadores: Compromiso, eNPS (employee net promoter score) y experiencia de empleado, tanto a nivel compañía como para cada

una de las áreas. El resultado de los mismos nos permite trabajar en un ciclo de creación de valor, ya que la experiencia que viven los colaboradores impacta, tanto en el grado de compromiso que tienen con la compañía, como en su grado de satisfacción, viéndose implicada también la probabilidad de recomendación (eNPS) de Makro como lugar para trabajar. Además, como compañía orientada al cliente, reconocemos que existe

una correlación del 98% (*) entre la satisfacción del colaborador y la del cliente, y eso nos da la oportunidad de trabajar en la conexión que existe entre la experiencia del cliente con la del empleado.

El resultado de compromiso de la última edición de Voice it! fue de un 77% y de un 78% para la experiencia del empleado.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

En Makro disponemos de un Servicio de Prevención para favorecer unas condiciones de trabajo seguras, tanto para nuestros colaboradores como para los trabajadores externos que concurren en nuestros centros de trabajo. Adicionalmente, contamos con la colaboración de Servicios de Prevención Ajenos como Quirón prevención, que durante el año fiscal ha realizado la vigilancia de la salud individual a más del 56% de la plantilla. También colaboramos

con Cualtis, que ha desarrollado diversas acciones para la mejora de las condiciones ergonómicas y los factores psicosociales en los centros de trabajo.

Anualmente y de forma voluntaria, Makro somete su sistema de gestión de prevención de riesgos laborales a una auditoría legal, en la que en el año 2022 no se han identificado “no conformidades” y, además, se nos ha vuelto a reconocer con el distintivo

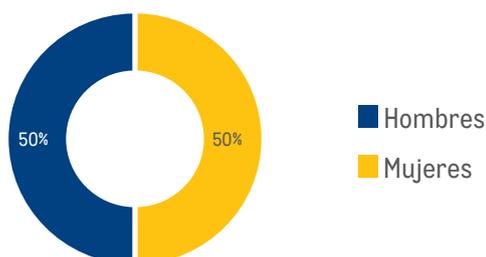
de “excelencia preventiva” por décimo año consecutivo.

Respecto a los indicadores de la siniestralidad laboral, todas las contingencias han tenido la calificación de leves, siendo los sobreesfuerzos la forma de ocurrencia predominante, con el 45% sobre el total de las contingencias.

INDICADORES ESTADÍSTICOS:

Índice de Incidencia:	38,58	(Nº de AT y EP por cada 1000 trabajadores)
Índice de Frecuencia:	21,55	(Nº de AT y EP por cada 1.000.000 de horas trabajadas)
Índice de Gravedad	0,51	(Nº de jornadas pérdidas por cada 1000 horas trabajadas)
Duración media	23,50	(Duración media de las bajas por contingencias profesionales)

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LAS CONTINGENCIAS PROFESIONALES:



RETENCIÓN Y CAPTACIÓN DEL TALENTO

Los empleados de Makro son un pilar clave del éxito de nuestra compañía. El empleo estable y de calidad es uno de nuestros compromisos y así se refleja en las políticas y procesos de selección, formación, desempeño y talento:

- **EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO Y DESARROLLO:** anualmente se lleva a cabo una evaluación del desempeño de los empleados evaluando el nivel de consecución de los objetivos marcados. Este sistema facilita la implementación de estrategias para el desarrollo profesional de nuestros empleados, el análisis de la idoneidad en los perfiles y la posibilidad de ocupar puestos de mayor responsabilidad, lo que permite incrementar la eficacia del negocio.
- **TALENTO:** el impulso al desarrollo profesional, la promoción interna y la mejora de las habilidades de los empleados para conseguir resultados extraordinarios constituye un aspecto clave del éxito de nuestra compañía.
- **SELECCIÓN:** Con carácter general, es intención de la organización dar prioridad en los puestos vacantes a candidatos internos, siendo éstos siempre públicos para los colaboradores. En los procesos de selección participan el equipo de RR.HH. junto a expertos en el área a cubrir, de esa forma el proceso es transparente y objetivo.
- **FORMACIÓN:** contamos con programas de formación genéricos y otros más específicos adaptados a cada puesto de trabajo. El objetivo es conseguir la especialización y desarrollo de competencias o del potencial, garantizando así la excelencia en el servicio ofrecido a nuestros clientes.



Además, contamos con dos programas de Talento y prácticas, que desarrollan sus funciones en distintas posiciones tanto de Centros, plataformas u oficina central, con objeto de nutrir los planes de sucesión y asegurar la continuidad del negocio.



05. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMOS

En los últimos años, en Makro hemos llevado a cabo prácticas eficientes, fundamentales para el desarrollo de nuestras operaciones, que nos han llevado a reducir el impacto medioambiental, suprimir costes e incrementar nuestra competitividad.

Hemos reducido considerablemente el consumo energético, implantando un sistema de gestión de la energía que ha permitido ahorrar, desde 2008 hasta la actualidad, un 33% de energía, unos 34 GWh/año, siendo el consumo en el año fiscal 2022 de 76 GWh.

Con el fin de reducir emisiones contaminantes, conseguir un mayor ahorro económico y generar sensibilización ambiental, hemos puesto en marcha medidas de carácter técnico en las principales áreas de consumo energético de la compañía, como son las de refrigeración, iluminación y climatización.

Para mejorar la eficiencia energética en el ámbito de la refrigeración, hemos realizado inversiones que han generado un impacto muy positivo en el consumo. Makro ha invertido en el montaje de nuevos sistemas de control en las instalaciones frigoríficas, y también hemos instalado nuevas centrales frigoríficas con refrigerantes naturales CO₂, mucho más eficientes y sostenibles con el medio ambiente. Además, también se han incorporado baterías en los condensadores con la tecnología MICROCANAL, que nos permiten que la carga de refrigerante en las plantas sea mucho menor y con ello la reducción de las emisiones; y sistemas con nuevos gases refrigerantes con bajo GWP (*Global Warming Potential*). Estas medidas han generado importantes mejoras, ya que aproximadamente el 60% de la energía total que consume la compañía es en refrigeración.

En el caso de la iluminación, la mayoría de la instalación de todos los centros se ha sustituido por nuevos sistemas de iluminación LED, que nos permiten ahorrar hasta un 70% de energía respecto a los antiguos equipos. Por otro lado, se han implantado lucernarios y sondas de luminosidad que

consiguen economizar un 60% de consumo eléctrico. Además, se han incorporado dispositivos de ahorro energético como sensores de presencia, sensores de luz, controladores de iluminación y BMS (*Building Management Systems*).

La compañía también ha establecido medidas de carácter técnico, como la sustitución de los equipos de climatización antiguos por otros más modernos y eficientes con un COP (Coeficiente de Rendimiento) mayor, lo que consigue una mejora de la eficiencia energética.

Como política de empresa para Makro, tenemos como principio el ahorro energético. Éste es beneficioso para el medio ambiente en términos de sostenibilidad y reducción de emisiones de CO₂, así como para nuestra propia compañía, pudiendo repercutir en una mejora operativa. Apostar por la innovación, conocer las últimas tendencias, e invertir para mejorar, es una cualidad fundamental para obtener grandes resultados en esta materia. Al no encontrarse ninguno de nuestros centros en espacios protegidos, no afecta a la biodiversidad.

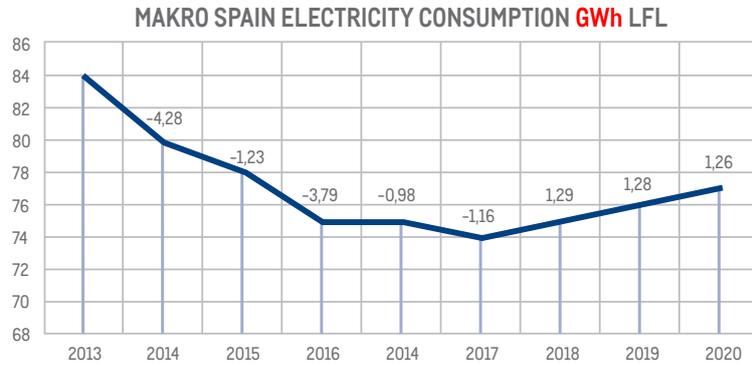
El consumo de agua sanitaria de Makro España se encuentra en torno a los 104.000 m³. Este dato se calcula mediante el seguimiento mensual de las facturas del agua sanitaria, y considerando ratios aproximados de consumo y coste. En cuanto a contaminación lumínica y por ruidos no se han recibido reclamaciones y se cumple con la legislación vigente.

Existen otra serie de consumos energéticos como gas natural o gasolina que no son significativos, ya que el consumo es reducido.



SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO ELÉCTRICO

El desafío del ahorro energético 3/3



Evolución del consumo energético en Makro basado en los centros abiertos en cada una de las fechas indicadas. A tener en cuenta la ampliación de zonas refrigeradas en espacios de Delivery en los últimos

años, manteniendo consumos por debajo de 2015, gracias a las mejoras de rendimiento energético en las instalaciones frigoríficas.

SOSTENIBILIDAD Y PRINCIPIOS

En el caso de otros consumos como agua sanitaria y combustibles para calefacción, en Makro apostamos por un plan de reducción de consumo, basado principalmente en el uso eficiente de los recursos, el control y minimización de consumos, la programación y planificación de necesidades, y políticas de

formación a colaboradores de los centros. En Makro trabajamos revisando de forma continua todos los procesos en base a las 5R: Reducir, Reciclar, Reutilizar, Reconvertir, Recuperar.



CENTROS EFICIENTES

AHORRO ENERGÉTICO.

Nuestro objetivo es que todos nuestros centros cuenten con tecnología avanzada para un uso eficiente de la energía, siendo las principales tecnologías:

Refrigeración: Centrales frigoríficas con la última tecnología con refrigerantes naturales CO2 y sistemas Ejector; baterías con tecnología MICROCANAL para minimizar la carga de refrigerante en las plantas y con ello las emisiones; inyección electrónica del refrigerante en los evaporadores; ventiladores de conmutación electrónica; puertas en todos nuestros muebles, tanto de refrigerados como de congelados; variadores de frecuencia en centrales de compresores, evaporación y condensación flotante; sistema de control on-line, etc.

Climatización: máquinas de alto rendimiento energético COP, control

automático, variadores de frecuencia, sensores de monóxido de carbono, etc.

Iluminación: sistemas de control automático de iluminación en función de la luz natural, control horario, sistemas de bajo consumo tipo LED, etc.

Generación eléctrica mediante energía fotovoltaica: en 2019 comenzamos la implementación de un plan para dotar nuestros centros con energía solar fotovoltaica. En el año 2020 se puso en marcha la primera instalación en Makro Bormujos, con una potencia instalada de 687 kWp DC.

Este año 2022 hemos instalado y puesto en marcha la instalación de paneles fotovoltaicos de Makro Alcalá Guadaira con una potencia instalada de 437 kWp DC.

Para este ejercicio estamos instalando paneles en Barajas,

Murcia, alrededor de 1500 KwP DC y estudiando otros posibles emplazamientos.

Puntos recarga vehículos eléctricos: En 2021 comenzamos a instalar cargadores para vehículos eléctricos en todos nuestros centros, para promover el uso del vehículo eléctrico.

PROYECTO ESMERALDA.

Instalación de energía solar fotovoltaica en 10 de nuestros centros, repartidos por todo el territorio nacional: Madrid, Andalucía, Murcia, Comunidad Valencia y Cataluña. Se instalará una superficie de aprox. 30.000 m2 de paneles solares fotovoltaicos de última generación en nuestras cubiertas, con una potencia aproximada de 6 MWp.



SOSTENIBILIDAD Y GASES REFRIGERANTES

En Makro nos tomamos muy en serio el uso, recarga y reutilización de los gases refrigerantes que forman parte de los sistemas de refrigeración de nuestras instalaciones. Contamos con un plan de control de gases refrigerantes:

- Revisión de fugas de gas con periodicidad mensual.
- Dispositivos de detección automática de fugas en cada una de nuestras instalaciones.
- Inspecciones semestrales

realizadas por empresas especialistas en sistemas de refrigeración.

- Plan especial de reutilización de gases refrigerantes.

Además, llevamos implementando los últimos siete años un plan de inversiones para sustituir gases refrigerantes por otros de bajo GWP, siguiendo la directiva europea FGAS. Hemos instalado refrigerantes naturales como R744 (CO2) o R290 en la compañía, pudiendo repercutir en una mejora operativa. Apostar

por la innovación, conocer las últimas tendencias, e invertir para mejorar, es una cualidad fundamental para obtener grandes resultados en esta materia.

En cuanto a emisiones por gases refrigerantes, el consumo total es de 3625kg para el ejercicio 21/22, desglosado en los siguientes gases:

R-448A	3125 kg
R-134A	150 kg
R-744	350 kg

Gracias a la apuesta por nuevos refrigerantes con menos GWP, el impacto por fugas al medio ambiente está siendo mucho menor.

En este ejercicio hemos instalado nuevos murales de congelado mucho más eficientes con refrigerante R-290 con un GWP = 3

La emisión de gases efecto invernadero aparece recogida en la memoria anual de nuestra matriz METRO.

GESTIÓN DE RESIDUOS

La Gestión de Residuos en Makro se impulsa desde el compromiso por parte de todos los colaboradores, hasta una firme responsabilidad de la compañía. Perseguimos el objetivo de trabajar la gestión eficiente de todos los tipos de residuos y la forma en la que se eliminan los desechos en todos nuestros espacios.

A lo largo de los años hemos progresado de un reciclaje inexistente a unos procedimientos de sistema de trabajo integrados en el día a día de la compañía, consiguiendo óptimos resultados.

Dentro de los residuos que se generan en nuestros centros, también tenemos los residuos valorizables, que producen un beneficio económico a la compañía, apoyando de esta forma a la Economía Circular. El destino final de

los mismos depende de la caracterización de cada tipo de residuo.

El control de la reducción de las emisiones de carbono generadas por la producción de residuos en nuestros centros se certifica anualmente, mejorando año a año por la concienciación de todos.

En el año 2022, en Makro hemos evitado a la atmósfera la emisión de más de 6,1 millones de CO2 solo con el reciclaje de madera. Esto equivale a la reutilización de cerca de 8.212 m³ de madera, evitando la tala de 52.708 árboles.

Seguimos desarrollando acciones de sensibilización que se centran principalmente en nuestra responsabilidad con el entorno. Para llevar a cabo

estas acciones, organizamos visitas periódicas y trabajamos únicamente con gestores autorizados para la recogida selectiva de residuos.

Hemos procedido a cambiar en todos nuestros centros los envases desechables para las secciones de pedercedero por otros sostenibles y reciclables. Todo ello con el objetivo de seguir mejorando en el reciclaje e influir de manera positiva en la reducción de emisiones de CO2 a la atmósfera.

Todos los residuos que genera cada uno de nuestros centros se reciclan a través de gestores



autorizados y con todos los controles necesarios.

En nuestro caso, estos residuos son: RSU, RO, SANDACH, RAEE, CARTÓN, PLÁSTICO FILM, MADERA Y HIERRO.

Y nuestros principales Gestores de Residuos son:

- PREZERO
- UdER (Unión de empresas de Recuperación)

- PLS POOLING
- REFOOD (Grupo Saria)
- Fundación ECOTIC
- ECOPILAS
- AMBILAMP

Con todos ellos llevamos trabajando muchos años, lo que nos permite estar tranquilos respecto al cumplimiento de la normativa medioambiental.

Disponemos de compactadores, contenedores u otro tipo de

dotaciones para poder tomar las medidas necesarias para su clasificación por parte del personal de cada centro. Posteriormente, son retirados por los gestores autorizados, siempre dentro del ámbito que marca la ley.

Anualmente, las cifras que reciclamos en nuestra compañía son aproximadamente:

4000 Tn cartón	madera 8.000.000 Kg	450 Tn plástico
-------------------	------------------------	--------------------

INICIATIVAS PARA EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE

OPTIMIZACIÓN DEL PACKAGING DE MARCA PROPIA

En Makro revisamos de forma continua el packaging de los productos de marca propia para conseguir las 5 R's: Reducir, Reciclar, Reutilizar, Reconvertir y Recuperar.



Además, tenemos asumidas las siguientes prioridades hasta el año 2025:

Eliminar los plásticos innecesarios y/o problemáticos (PVC, EPS, PVdC); priorizar materiales reusables, reciclables y compostables; sustituir plásticos de un solo uso por reusables; e impulsar la utilización de plástico reciclado.

Las mejoras en el diseño de nuestros packagings nos permiten reducir la cantidad de materiales de envases que ponemos en el mercado. Los cambios que hemos implementado en el último año fiscal nos han permitido una reducción de: (imágenes)

Trabajamos para conseguir mejores resultados con la optimización del packaging de nuestras marcas a través de cinco objetivos.

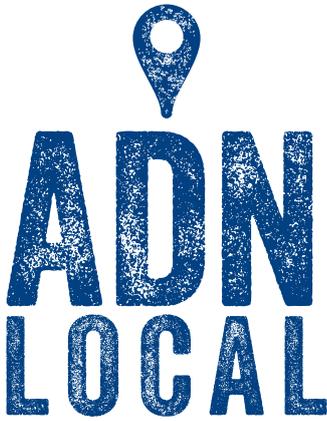
PRODUCTOS DESECHABLES BIODEGRADABLES DE MAKRO



Dentro de los compromisos que en Makro tenemos con el medioambiente, trabajamos para reducir y llegar a eliminar los plásticos de un solo uso en hostelería y restauración.

Para ello, contamos con **230 referencias de productos de menaje desechables y biodegradables**. Artículos hechos con componentes naturales compostables que mantienen los máximos estándares de calidad y resistencia.

ADN LOCAL



En Makro apostamos firmemente por el producto local. Esto hace que tengamos asumido el compromiso de fomentar la producción local de alimentos en aquellas Comunidades Autónomas en las que tenemos presencia. De esta manera, apoyamos la economía local, la creación de empleo y como consecuencia, ofrecemos a nuestros clientes un surtido diferenciador de calidad.

Nuestro proyecto ADN Local nace de ese compromiso y se asienta sobre tres pilares fundamentales:

Los productores locales:

Ponemos nombre y cara a los productores locales, visibilizando su esfuerzo diario y otorgándoles el protagonismo que merecen.

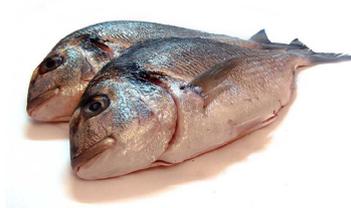
El producto KM.0:

Responsable con el medioambiente y con el crecimiento de la economía local. Productos procedentes de un radio no mayor de 150KMs.

El territorio:

Destacamos la importancia del origen de los productos, muestra de nuestra capacidad por adaptarnos a las necesidades de cada negocio en todas las regiones en las que operamos desde la cercanía, la autenticidad y el localismo.

POLÍTICA DE COMPRA DE PESCADOS



En Makro hemos desarrollado una estricta política de compra de pescados basada en seis premisas:

1. **Pescado certificado.** Nuestro objetivo es certificar el 90% para 2025 del volumen de facturación de las doce especies principales que comercializamos (atún, camarón, panga, salmón, trucha, langosta, vieira, bacalao, mejillón común, abadejo, besugo y lubina). El certificado solicitado contiene cualquiera de los principales estándares reconocidos por la GSSI (Global Sustainable Seafood Initiative).
2. **Prohibición de la comercialización de especies amenazadas o en peligro de extinción.** Un veto que se

extiende a especies como la ballena, el delfín y el pez sierra. Otras como la raya, el tiburón y el pez espada solo se comercializarán de acuerdo a la regulación europea.

3. **Contra la pesca ilegal y no regulada.** Este tipo de pesca es una de las principales causas de sobreexplotación y destrucción de los hábitats marinos. Por eso, en Makro solo nos abastecemos de buques suministradores registrados o autorizados conforme a derecho.
4. **Métodos de pesca sostenibles.** Makro prohíbe a sus proveedores el uso de dinamita o venenos. También apostamos por reducir técnicas como las redes de arrastre, arrastre de vara o redes de deriva.
5. **Acuicultura con garantías.** Establecemos un control sobre las granjas en cuanto a la densidad de stock, el uso de jaulas adecuadas a cada especie, evitar el uso de hormonas y antibióticos, las fugas de animales a los océanos o la utilización de sistemas para la gestión del agua y los residuos.
6. **Mayor transparencia en la trazabilidad y etiquetado.** Proporcionamos una trazabilidad completa hasta la embarcación o granja y un etiquetado comprensible.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD DEL ACEITE DE PALMA



En Makro estamos comprometidos con el medioambiente. En este sentido, hemos regulado el uso de aceite de palma en nuestros productos a través de la certificación del origen de la palma.

OBJETIVOS EN LOS PRODUCTOS CON ACEITE DE PALMA:

- ♦ **Productos propios:** Nuestro objetivo es tener la certificación RSPO (*Roundtable for Sustainable Palm Oil*) en el 100% del aceite de palma usado en productos de nuestra marca propia. Para 2023 todos los certificados deberán ser RSPO con el nivel de Segregado o Identidad preservada.
- ♦ En el año fiscal 21/22 hemos alcanzado un 91% de referencias certificadas.
- ♦ **Los productos de proveedores:** deben de tener el certificado RSPO y que se aplique a toda la palma incluida en la formulación de sus productos.

POLÍTICA DE COMPRA DE PAPEL Y MADERA

Nuestro objetivo de la política de *Paper & Wood* es conseguir un 100% de madera de origen sostenible, bien a través de la certificación FSC/PEPFC de nuestros proveedores, o a través de una declaración por su parte en la que se incluya el compromiso de suministrar a Makro productos cuyo origen sea sostenible desde el punto de vista de la gestión forestal.

Tenemos actualmente 75% referencias certificadas.



FLOTA DE VEHÍCULOS HÍBRIDOS DE LA FUERZA DE VENTAS

A través de un acuerdo firmado con Renault España y LeasePlan para hacer más sostenible su flota comercial, Makro ha renovado los más de 350 vehículos de la flota de la fuerza de ventas por vehículos híbridos, lo que supone un gran avance en términos de movilidad sostenible.



06. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

GOBIERNO CORPORATIVO

El Consejo de Administración de Makro cuenta con siete miembros, entre ellos se encuentran consejeros no ejecutivos. En el año 2016, el Consejo de Administración creó una Comisión Ejecutiva. Compuesta por seis

miembros, en ella se delegan todas y cada una de las facultades del Consejo de Administración en relación con el curso ordinario de los negocios de la Sociedad; salvo las facultades indelegables por ley o por los Estatutos Sociales.

Igualmente, desde el año 2016, el Consejo de Administración creó un Comité Ético compuesto por seis miembros, delegándose en él el seguimiento y la supervisión del sistema de Compliance de la sociedad.

NUESTRO SISTEMA COMPLIANCE

En Makro contamos con un sistema de Compliance local y específico desde 2008, que engloba los objetivos del sistema de Compliance internacional de METRO. Dicho sistema es de aplicación al órgano de Administración, directivos, y empleados. Tiene como objeto minimizar el riesgo de malas prácticas o incumplimientos en

el desarrollo de nuestra actividad y en las relaciones con terceras partes.

Nuestro sistema de Compliance cuenta con diferentes políticas, siendo el Código de Conducta una política de primer nivel, y dependiendo de él una serie de políticas de segundo nivel. Además, se sostiene bajo los pilares de integridad, responsabilidad,

y el poder hablar sin temor a represalias. Tanto el Código de Conducta como las directrices más significativas son objeto de acción formativa continua, de forma presencial o e-learning, y dirigida a todos los empleados y directivos de Makro.

CÓDIGO DE CONDUCTA

Está constituido por 8 principios fundamentales:

- ▶ 1. Respetamos todos los reglamentos y disposiciones legales.
- ▶ 2. Respetamos las normas de la competencia.
- ▶ 3. No ofrecemos a nadie ninguna ventaja o regalo.
- ▶ 4. No utilizamos nuestra posición en propio beneficio.
- ▶ 5. Hacemos una distinción estricta entre los intereses personales y los de la compañía.
- ▶ 6. Tratamos la información de la compañía como confidencial.
- ▶ 7. Somos una empresa justa con sus empleados.
- ▶ 8. Tratamos a todo el mundo por igual.

Las directrices de la compañía son regulaciones internas designadas para las áreas de negocio y administrativas con mayor riesgo de METRO. Las directrices tienen en cuenta el Código de Conducta a la hora de definir nuevas normas de comportamiento, que eviten el riesgo.

Nuestro sistema Compliance está compuesto por una serie de políticas/procedimientos/directrices reflejadas en los catorce documentos, listados a continuación, y que cubren todos los riesgos que entendemos que pueden surgir dentro de la actividad de la Sociedad:

1. Administración de Accionistas
2. Anticorrupción
3. Antitrust (Ley de Defensa de la Competencia)
4. Asesores Externos
5. Contabilidad
6. Donaciones y Patrocinios
7. Firmas y Pagos
8. Guía de gestión de Normas
9. Información Privilegiada y conflictos de interés
10. Manejo de Efectivo
11. Manejo de Gestión de Riesgo
12. Protección al Denunciante
13. Protección de Datos
14. Seguros
15. Prevención penal

MAKRO CUENTA CON DOS COMITÉS EN MATERIA DE COMPLIANCE

Comité de Manejo de Incidentes:

Formado por los directores de Legal, Auditoría Interna, Relaciones Laborales, Seguridad y el Compliance Officer. Su misión es investigar las denuncias recibidas a través del sistema de reporte de incidentes, o recibidas directamente a través del Compliance Officer. Una vez que se investigan los hechos, este Comité traslada al Comité de Dirección las conclusiones para que este tome una decisión.

Comité Ético: Está integrado por 6 miembros: Compliance Officer como secretario del Comité, Director del Departamento Legal y Compliance, director Financiero, Director de Auditoría Interna, Director de Relaciones Laborales, y Director de Seguridad. Sus funciones son las siguientes:

- ◆ Supervisión y revisión de los asuntos de Compliance.
- ◆ Realización de las acciones oportunas para fomentar una cultura de Compliance en la compañía.
- ◆ Identificación, revisión y actualización de la normativa y regulación relevante de aplicación a la compañía.
- ◆ Revisión y monitorización de la correcta aplicación del Código de Conducta, directrices, procedimientos, y controles internos.
- ◆ Asistir a la Dirección para identificar, evaluar y mitigar los riesgos del negocio.
- ◆ Supervisar y revisar la formación dentro de la compañía.
- ◆ Revisar el rol y efectividad de la función del Compliance Officer, asegurándose de que el Compliance Officer cuente con suficientes recursos y acceso a la información necesaria.
- ◆ Informar al Consejo de Administración de los asuntos tratados en sus sesiones, realizando de forma anual un Informe para reportar al Consejo.

EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE COMPLIANCE

En relación a la **evaluación** del sistema de Compliance, METRO cuenta con un sistema de monitorización y evaluación de este sistema denominado "Compliance Reporting", que engloba tanto los controles, formaciones, medidas y acciones

establecidas y llevadas a cabo, como las revisiones, auditorías y monitorizaciones del sistema, en el que Makro ha obtenido una calificación sobresaliente, con una ratio de > 94% de puntuación. Debido a la situación del país en el ranking global de precepción de

la corrupción en Transparencia Internacional, hemos pasado a ser considerados por nuestra matriz como país de medio riesgo de cara a las medidas a implantar en materia de Compliance a lo largo del año fiscal.

NUESTRO SISTEMA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Makro, como principal socio de la hostelería, apuesta por un sector mucho más digitalizado. Es por ello que la protección de la privacidad y de los datos de nuestros clientes, colaboradores y socios comerciales es una parte esencial de nuestra estrategia.

Desde el año 2011 la compañía ya contaba con una persona responsable en materia de Protección de Datos, lo que facilitó la implementación del Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD). En ese sentido, desde principios de 2018 Makro cuenta con la figura del Delegado de Protección de Datos, posición que ha sido comunicada debidamente a la Agencia de Protección de Datos. Con el fin de adecuarnos a las exigencias del RGPD y dentro de la esfera de un correcto cumplimiento

normativo, Makro cuenta con una Guía que constituye un marco con estándares mínimos para nuestras actividades de tratamientos de datos.

También se cuenta con una serie de guías y políticas para asegurar el tratamiento adecuado de datos personales, destacando las siguientes:

- Procedimiento para el ejercicio de derechos
- Norma de uso de los recursos informáticos
- Política de video vigilancia

Durante el presente ejercicio fiscal, Makro ha actualizado su página web,

cambiando la forma de registro on-line y ampliado los servicios que ofrece, entre ellos el nuevo Market Place, servicio ofrecido por Metro Markets GmbH. Esto ha supuesto una reestructuración de las distintas políticas de privacidad aplicables a nuestros clientes y usuarios, así como de su política de cookies, con el fin de dar cumplimiento a las recomendaciones de la Agencia de Protección de Datos y ofrecer una información clara y transparente a nuestros usuarios y clientes.

07. RESUMEN

A través de este informe se presenta una visión retrospectiva de los hitos de 2022 del compromiso de Makro con la responsabilidad corporativa y la sostenibilidad. En concreto, se refleja la situación de la empresa en su ejercicio fiscal que comienza el 1 de octubre de 2021 y finaliza el 30 de septiembre de 2022 (las menciones al año 2022 se refiere al ejercicio 2021/2022). Para la elaboración del presente informe se han seguido los mecanismos de cálculo explicados en el mismo.

En Makro apostamos por una estrategia de sostenibilidad que marca nuestras líneas de actuación y nuestros procesos de trabajo, y que busca contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la ONU.

Nuestro compromiso se ve traducido en diferentes iniciativas que buscan ofrecer el mejor servicio al cliente de una forma responsable con el entorno y el sector al que pertenecemos, además de contribuir al bienestar de nuestros empleados y de las comunidades locales en las que operamos.

Por ello, desde Makro hablamos siempre de sostenibilidad teniendo en cuenta su triple impacto:

- **Económico:** orientando la rentabilidad de la empresa teniendo en cuenta la gestión, productividad y procesos eficientes.
- **Social:** procurando el bienestar de los proveedores locales, las comunidades y los empleados.
- **Medioambiental:** impulsando el uso eficiente, libre de residuos, y no contaminante de los recursos en toda la cadena de suministro; reduciendo el uso del plástico, vidrio, madera, carbono y otras emisiones dañinas; y proponiendo medidas en contra del desperdicio de alimentos.
- El presente informe da cumplimiento a la Ley 11/2018 de 29 de diciembre sobre información no financiera y diversidad, y es complementario a los informes de memoria anual y responsabilidad social publicados por METRO en el link <https://www.METROag.de/en/newsroom/publications>



TABLA DE REQUERIMIENTOS DE LA LEY 11/2018	
De conformidad con el requerimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, resultados no financieros pertinentes cumpliendo con criterios de precisión, comparabilidad y verificabilidad.	
Requerimientos de la Ley 11/2018	Número de página o respuesta directa
Modelo de negocio	
Entorno empresarial	7, 10, 11
Organización y estructura	8
Mercados en los que opera	7
Objetivos y estrategia	5, 11, 15?
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	11
Políticas	
Descripción de las políticas aplicadas, incluyendo:	
Procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos	9, 10
Procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado	9, 10
Resultados de esas políticas	10
Riesgos	
Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo	No observado en este ejercicio
Información sobre cuestiones medioambientales	
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	No observado en este ejercicio
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Memoria Anual Grupo METRO
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	32, 33, 34, 35, 36
Aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	No observado en este ejercicio
Contaminación: medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente	32, 33, 34, 35, 36
Economía circular y prevención y gestión de residuos: medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	36, 37, 38
Uso sostenible de los recursos: el consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales; consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso; consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	36, 37, 38
Cambio climático: los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce; las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	32, 33, 34, 35, 36
Protección de la biodiversidad: medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad; impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	36, 37, 38
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	
Empleo: número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional; las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor, brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad, la remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo, implantación de políticas de desconexión laboral, empleados con discapacidad	21. No observados todos los indicadores en este ejercicio.
Organización del trabajo: organización del tiempo de trabajo; número de horas de absentismo; medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	25, 26. No observados todos los indicadores
Salud y seguridad: condiciones de salud y seguridad en el trabajo; accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	29, 30. No observados todos los indicadores
Relaciones sociales: organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país; el balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	25, 29, 30
Formación: las políticas implementadas en el campo de la formación; la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	24
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	28
Igualdad: medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad; la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	28, 29
Información sobre derechos humanos	
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos; denuncias por casos de vulneración de derechos humanos; promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo 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; la abolición efectiva del trabajo infantil	18, 19
Información sobre corrupción y soborno	
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno; medidas para luchar contra el blanqueo de capitales, aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	39, 40, 41
Información sobre la sociedad	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible: el impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local; el impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio; las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos; las acciones de asociación o patrocinio	15, 16
Subcontratación y proveedores: la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental; sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	15, 38
Consumidores: medidas para la salud y la seguridad de los consumidores; sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	12
Información fiscal: los beneficios obtenidos país por país; los impuestos sobre beneficios pagados y las subvenciones públicas recibidas	17

makro

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO