



Resumen de Prensa

jueves, 28 de julio de 2022

La campaña 'Disfruta Valladolid' suma ya 300 establecimientos y casi 25.000 euros canjeados

EL NORTE

VALLADOLID. La primera quincena de la campaña 'Disfruta Valladolid', puesta en marcha por la Diputación y la Federación de Comercio y Servicios de Valladolid (Fecosva), ha sumado casi 300

establecimientos activos y casi 25.000 euros canjeados.

El objetivo de esta campaña, que cuenta también con la colaboración de la Junta, es la reactivación y promoción del comercio, los servicios y el turismo de los municipios de la provincia.

De esta forma, se ha canjeado ya casi un 20% de los 100.000 euros del presupuesto asignado al comercio y cerca de un quinto de los otros 100.000 destinados a turismo, lo que supondría alrededor de 25.000 en total. En concreto, existen 230 comercios activos y 59 establecimientos turísticos a lo largo de 64 localidades de la provincia, a los que cada día se unen nuevos negocios, según informaron sus promotores. Por sectores, el alimenticio se sitúa en cabeza en cuanto a ventas, seguido de restaurantes y moda.

Mercadona compra por valor de 1.795 millones en la Comunidad e invierte 65

La marca que lidera Juan Roig mantiene 600 proveedores en Castilla y León, da empleo a más de 4.000 personas y donó 1.509 toneladas de alimentos a entidades sociales en 2021

S. G. C. VALLADOLID
 Mercadona realizó compras a proveedores de Castilla y León por valor de 1.795 millones de euros en 2021, una Comunidad en la que, además, invirtió 65 millones de euros. La compañía, tanto de supermercados físicos como de venta online, compró artículos durante el pasado ejercicio a más de 600 proveedores con los que trabaja en la Comunidad. «Además, cerró el ejercicio consolidando una plantilla de 4.192 personas en las nueve provincias, con empleo estable y de calidad», explicaron fuentes de la empresa.

Por otro lado, la firma invirtió los 65 millones de euros mencionados en la modernización y mejora de su bloque logístico en Villadangos del Páramo y a la implantación en ocho supermercados de un modelo de tienda «más eficiente y sostenible, que permite un ahorro de un 40% de consumo energético respecto a una tienda convencional», añadió la misma fuente.

Este tipo de tiendas, de las que Mercadona ya tiene 49 en toda la Comunidad, disponen, por ejemplo, de iluminación led y gestión inteligente del consumo energético. «Además, incorporan unos sistemas de refrigeración más sostenibles, que reducen el uso de gases fluorados y las emisiones de gases de efecto invernadero», señalaron desde Mercadona.

Fruto del compromiso social que mantiene la firma con la sociedad castellana y leonesa, en 2021 Mercadona donó 1.509 toneladas de productos de primera necesidad a comedores sociales y entidades benéficas de toda la Comunidad, un 5% más que en 2020.

Un recorrido por las instalaciones demuestra el funcionamiento de esta plataforma inteligente, «un auténtico almacén del siglo XXI, orientado a eliminar los sobreesfuerzos por parte de los trabajadores, lo que se traduce en unos puestos de trabajo más cualificados y en una reducción de los procesos de manipulación que minimizan el riesgo de accidentes laborales», explicó la entidad.

El bloque logístico de Mercadona en Villadangos del Páramo, que recientemente se amplió con un nuevo almacén destinado a la recepción, almacenamiento y distribución de productos congelados y refrigerados alimentarios, se encuentra ubicado en una parcela de 255.350 metros cuadrados, de los que 115.232 son cons-



VISITA AL BLOQUE LOGÍSTICO DE VILLADANGOS. El vicepresidente de la Junta de Castilla y León, Juan García-Gallardo, y el consejero de Industria, Comercio y Empleo, Mariano Veganzones, visitaron ayer el bloque logístico de Mercadona en el polígono leonés de Villadangos del Páramo. Durante la visita efectuaron un recorrido por las instalaciones durante el que se les explicó el funcionamiento de esta plataforma «inteligente, un auténtico almacén del siglo XXI», señala la compañía. En la imagen, recorren el centro junto a los directores autonómicos de Relaciones Institucionales y de Logística de Mercadona, Julio Casado y Arturo Álvarez, respectivamente.



Juan Roig, ICAI

truidos, tras la última ampliación finalizada el pasado año, en la que se incrementó la superficie construida en un 26,64%.

Mercadona amplió las instalaciones con ese nuevo almacén tras incrementar en la superficie construida en 24.237 metros cuadrados sobre los 90.995 anteriores, un aumento del 26,64%. Como paso previo a esa construcción, se procedió al montaje e instalación de 24 módulos prefabricados para almacenamiento, recepción y expedición de productos a temperatura controlada junto con dos vestíbulos de conexión entre esos módulos y el anterior bloque logístico.

La inversión alcanzó los once millones de euros, de los cuales siete correspondieron a la parte de obra, y los cuatro restantes al equipamiento e instalaciones. La inversión se sumó a la realizada poco antes, con motivo de la puesta en marcha, dentro de la misma parcela, del Centro de Proceso de Datos de la compañía, en el que se invirtieron 44 millones de euros para agilizar, gestionar en tiempo real y mejorar la trazabilidad, productividad, eficiencia y conectividad en todos los procesos.

El bloque logístico de Villadangos del Páramo forma parte de la red logística eficiente de Mercadona que, en su conjunto, supera el millón de metros cuadrados de superficie. Desde que la compañía decidió apostar por este innovador modelo logístico, que elimina sobreesfuerzos, ha destinado importantes recursos a la modernización de su red logística inteligente, para la que diariamente trabajan 9.000 personas y en la que invirtió en el año 2019 un total de 330 millones de euros.

Mercadona es una compañía de reconocida solvencia en la Comunidad. Logró el año pasado un beneficio neto de 680,3 millones de euros, lo que supone un 6,4% menos que en 2020, por el aumento de los costes energéticos y las

materias primas. Pese a ello, las ventas brutas de la empresa aumentaron un 3,3%, hasta alcanzar los 27.819 millones, por lo que la cuota de mercado se elevó 0,8 puntos, hasta situarse en el 27,1%, según el balance al que tuvo acceso ICAI. El presidente de Mercadona, Juan Roig, reconoció en su día que 2021 fue un año «muy difícil».

La empresa logró en el último ejercicio cerrado contener la subida de precios por debajo del índice general de alimentación, al situarse en el 2% frente al 5% de la media, gracias a bajar el margen de beneficio cuatro décimas. Todo ello ha supuesto un impacto de cien millones menos en la cuenta de resultados de 2021.

Una subida que, reconoció Roig, estuvo marcada en el último trimestre del año por el incremento de los costes en materias primas (28%) y los gastos de transporte (con 65 millones más para la compañía por el encarecimiento de los carburantes). Y eso que, precisó, Mercadona no se vio afectada por el aumento del precio de la electricidad, al contar con un contrato cerrado y, por lo tanto, estar blindado por las subidas de la luz. El empresario no dudó en hablar de «tormenta perfecta», que Mercadona logró capear «con buena nota».