

Mercadona junta-se ao Movimento Unidos Contra o Desperdício

28 de Janeiro, 2021

A Mercadona aderiu ao Movimento Unidos Contra o Desperdício, um movimento que pretende chamar a atenção para o desperdício alimentar.

No combate ao desperdício alimentar, a Mercadona já tem levado a cabo várias ações que se centra, desde logo, numa gestão de stock rigorosa, o que otimiza o controlo das quantidades por forma a evitar e reduzir os excedentes; a doação de produtos ótimos para consumo cujo prazo de validade se aproxima do fim, o que permite à empresa não desperdiçar bens essenciais; vender qualidade priorizando-a sobre a estética, exemplo disso é o serviço de sumo de laranja espremido na hora, que é proveniente de laranjas, mas que, devido à sua aparência ou menor tamanho, teriam uma saída mais difícil no mercado pela via normal (expositor de frescos).

Francisco Mello e Castro, coordenador Executivo do Movimento Unidos Contra o Desperdício, declara que “a chegada da Mercadona ao Unidos Contra o Desperdício é mais um passo importante naquela que é a principal missão deste Movimento. Poder contar com um player com uma dimensão ibérica de enorme relevância e que tem no seu ADN uma enorme preocupação em torno do tema do desperdício alimentar é, sem dúvida nenhuma, uma ótima notícia.”

Ana Mendia, diretora de Responsabilidade Social da Mercadona Portugal, refere que “foi com muito gosto que recebemos o convite para nos associarmos ao Movimento Unidos Contra o Desperdício. Vemos no Movimento um veículo para consciencializar, motivar e difundir o que de bem já se faz nesta área. Na Mercadona, trabalhamos consciencializados para esta realidade ao longo de toda a cadeia de negócio. Desde a definição de produto, que começa nos nossos centros de coínovação com a colaboração dos nossos “Chefes” (assim nos referimos aos nossos clientes), passando pelo nosso Modelo de Qualidade Total, até à organização dos produtos dentro das nossas lojas, onde promovemos o consumo do útil e do necessário.”

Um dos compromissos que a Mercadona mantém com a sociedade é partilhar parte do que dela recebe. Com este objetivo, desenvolve o seu Plano de Responsabilidade Social, que vai ao encontro da componente social e ética através de distintas formas de atuação sustentáveis que reforçam a sua aposta no crescimento partilhado. Além disso, a Mercadona implementou várias estratégias para evitar e prevenir o desperdício alimentar.

Juntamente com a doação de alimentos, a empresa colabora com 32 fundações e centros ocupacionais na decoração das suas lojas com murais de trencadís (mosaicos típicos do Mediterrâneo), elaborados por mais de mil pessoas com incapacidade intelectual.

Outra linha estratégica do Plano de Responsabilidade Social é a sustentabilidade. Para tal, conta com um Sistema de Gestão Ambiental próprio,

baseado nos princípios da Economia Circular e focado na otimização logística, na eficiência energética, gestão de resíduos, produção sustentável e na redução de plástico.