



2024 memoria

[Uvesco en sociedad]



[01] NUESTRO PRESIDENTE 04



[03] NUESTRO MODELO 16



Principios que nos ayudan a crecer	19
Compromiso con una sociedad saludable, solidaria y próspera	21
Valor generado en nuestro entorno	22
Compartimos objetivos	24

[ÍNDICE]

Nutrimos
el bienestar
de nuestro
entorno

[02] NUESTRAS CIFRAS 08



Los ejes de nuestro modelo	12
Impulso al plan de expansión	13
Adaptación a las necesidades de la clientela	14
Especialización y formación del equipo	15
Compromiso con el producto fresco y local	15
Implantación de sostenibilidad e innovación	15

[04] NUESTRO IMPACTO 26



Sostenibilidad	30
Nuestra clientela	58
Social y solidario	66
Nuestra plantilla	78
Producto local	94

[04/1] SOSTENIBILIDAD 30



Estrategia y plan de acción	34
Modelo de supermercado 100% energéticamente sostenible	40
Supermercados eco-eficientes	41
La logística; un eje prioritario	43
Adhesión al FVCG	45
Reducción desperdicio alimentario	47
Separación y reciclaje de residuos	51
Utilización de ecoenvases	55
Ticket digital	56

[04/3] SOCIAL Y SOLIDARIO 66



Impacto en la comunidad	68
Actividades culturales y sociales	71
Patrocinios y grupos deportivos	72
Deporte y hábitos saludables	74
Banco de Alimentos	75

[04/2] NUESTRA CLIENTELA 58



Programas de fidelización	61
Más ventajas y ahorros	61
Conociendo y atendiendo necesidades	63

[04/4] NUESTRA PLANTILLA 78



Estabilidad en los puestos de trabajo	80
Presencia de la mujer	83
Diversidad e inclusión	84
Diversidad y discapacidad	86
Seguridad, salud y bienestar	86
Formación y desarrollo de habilidades	89
Promoción interna	89
Otras políticas sociales	91

[04/5] PRODUCTO LOCAL 94



Objetivos ODS de Naciones Unidas	96
Carne, pesca, fruta y verdura local	96
Compras a proveedores/as locales	98



[01]

Nuestro presidente

Mantenemos el compromiso por nuestra misión de “Nutrir el bienestar de nuestro entorno”, a través de diferentes acciones que aportan valor, como: ofrecer productos de calidad, apoyar la economía local con la creación de empleo y acompañar a los consumidores y consumidoras en su alimentación.

Nutrimos el bienestar de nuestro entorno

En los últimos años, el sector de la alimentación se está enfrentando a diferentes retos, marcados por un contexto geopolítico complejo y por cambios en los hábitos de consumo. Sin embargo, ante las dificultades surgen nuevas oportunidades y, en Uvesco, es el momento de dar pasos en nuestro compromiso con lo local y el servicio a las personas, de la mano de la innovación y la tecnología. Esto nos permitirá seguir perfeccionando nuestro modelo, con el foco de nuestra actividad puesto en nuestra clientela, nuestro equipo y nuestro entorno.

Hemos acercado nuestro modelo a nuevas zonas y poblaciones, con la incorporación de nuevos establecimientos y la generación de empleo; mantenemos nuestro compromiso en formación, -somos ya un equipo de más de 7.000 profesionales- y ponemos la innovación y la sostenibilidad como base de nuestra estrategia. Así, estamos abordando de forma contundente y pionera la reducción del desperdicio alimentario -reto clave en el sector de la alimentación-, a través del uso de las nuevas tecnologías y la puesta en marcha de un programa de donaciones a comedores sociales, que nos permite, al mismo tiempo,

apoyar a personas desfavorecidas. Estamos presentes en aquellas actividades sociales y deportivas de nuestra sociedad y seguimos reforzando nuestra apuesta por las energías renovables y la reducción de la huella de carbono, a través de hitos y reconocimientos obtenidos en los últimos años, que avalan nuestro compromiso con la Agenda 2030.

Y en este recorrido, mantenemos el compromiso por nuestra misión de “Nutrir el bienestar de nuestro entorno”, a través de diferentes acciones que aportan valor, como: ofrecer productos de calidad, apoyar la economía local con la creación de empleo, y acompañar a los consumidores y consumidoras en su alimentación. En definitiva, cuidar de las personas y trabajar juntos y juntas, por un futuro más justo y sostenible.



Presidente de Grupo Uvesco

José Ramón Fernández
de Barrena Bermejo





[02]

Nuestras cifras

Pese al contexto convulso marcado por los conflictos internacionales, el incremento de costes de materias primas y la inflación, Uvesco ha logrado cerrar el pasado ejercicio con unas ventas netas de IVA de 1.186M€, así como con un equipo de 7.142 personas, tras incorporar más de 1.000 nuevos y nuevas profesionales, en 2024.

Nuestros principales cifras y datos de 2024

Crecimiento récord del 10,6% en 2024, con una facturación de 1.186 millones de euros y un equipo formado por 7.142 personas.

Grupo Uvesco continúa su crecimiento, que ha alcanzado su récord en 2024, con un incremento en la facturación del 10,6%. Así, pese al contexto convulso marcado por los conflictos internacionales, el incremento de

costes de materias primas y la inflación, ha logrado cerrar el pasado ejercicio con unas ventas netas de IVA de 1.186 millones de euros, así como con un equipo de 7.142 personas, tras incorporar más de 1.000 nuevos y nuevas profesionales en 2024.

Crecimiento resultado de:

[01]

La incorporación del grupo de distribución Super Hiber, que ha incorporado 31 supermercados, ubicados en la Comunidad de Madrid.

[02]

El impulso del Modelo BM.

[UVESCO EN CIFRAS]

SUPERMERCADOS
303

FACTURACIÓN
1.186M€

INVERSIÓN
24,5M€

PROVEEDORES/AS
LOCALES
251M€

BANCOS DE
ALIMENTOS
423T

MUJERES CON
PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD
EN TIENDA
% 70

VALES DESCUENTO
33M€

BENEFICIO FAMILIAS
NUMEROSAS
1,47M€

DESPLAZAMIENTOS
SOSTENIBLES
19,6%

PERSONAS EMPLEADAS
7.142

SALARIOS Y
BENEFICIOS SOCIALES
228,8M€

INVERSIÓN EN
FORMACIÓN
5,6M€

TASA DE RECICLAJE
DEL GRUPO
74,2%

PLÁSTICO RECICLADO
EN ENVASES
48%

COMPENSACIÓN
HUELLA DE CARBONO
571T

AHORRO ENERGÉTICO
115.588KWh



[NUTRIMOS EL BIENESTAR DE NUESTRO ENTORNO]

Los ejes de nuestro modelo



[Estrategia de crecimiento]

Cinco ejes prioritarios, sobre los que Uvesco ha desarrollado su estrategia de crecimiento:

[01] Impulso al plan de expansión

[02] Adaptación a las necesidades de nuestra clientela

[03] Especialización y formación del equipo

[04] Compromiso con el producto fresco y local

[05] Implantación de la sostenibilidad y la innovación

[01] Impulso al plan de expansión

En cuanto al plan de expansión, además de la integración de Super Hiber, se abrieron 11 establecimientos: uno en Gipuzkoa (en Donostia/San Sebastián), dos en Bizkaia (Bilbao y Barakaldo), uno en la Comunidad de Madrid (Majadahonda) y ocho franquicias BM Shop en Gipuzkoa, Bizkaia, Navarra y Madrid. En

definitiva, bajo las enseñas BM Supermercados y Super Amara, el grupo cerró 2024 con 336 supermercados. Además, la plataforma *e-commerce* ha tenido un incremento de ventas del 16%. Para hacer posible este plan, se ha realizado una inversión de 34 millones de euros.

303

**SUPERMERCADOS
PROPIOS**

11

**NUEVOS
SUPERMERCADOS**

8

**NUEVAS
FRANQUICIAS**

240.319

M² SUPERFICIE COMERCIAL

+16%

VENTAS E-COMMERCE

[02] Adaptación a las necesidades de la clientela

Entre las medidas para adaptarse a las necesidades de la clientela, cabe destacar la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- de 33 millones de euros en vales-descuento, para ayudar a rebajar el precio de la cesta, donde destacan los descuentos semanales del 30% en una

selección de productos frescos, y cupones personalizados. Asimismo, en 2024, se ha consolidado la marca BM, con 1.200 referencias, representando el 17% de las ventas, donde destaca la marca BM Selecta, que distingue productos de máxima calidad, principalmente en producto fresco y de cercanía.

33M€
**VALES
DESCUENTO**

1.200
**REFERENCIAS
MARCA BM**

17%
**VENTAS
MARCA BM**



[03] Especialización y formación del equipo

La apuesta por la especialización y la formación del equipo es otro de los ejes del modelo, que Uvesco ha potenciado con una inversión en formación de 5,6 millones de

euros en 2024, lo que supone 865 euros por persona, y le convierte en un referente en la generación de empleo, en su entorno.

5,6M€

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

865

INVERSIÓN POR PERSONA

[04] Compromiso con el producto fresco y local

El refuerzo de su compromiso con el producto local se ha traducido en la colaboración y apoyo a sus proveedores/as, a través de la exposición de sus productos en los mostradores y la incorporación de nuevas

referencias. Así, cuenta con una red de más de 490 pequeños/as productores/as y, en 2024, se ha realizado una inversión de 251 millones de euros, en compras de proveedores/as locales.

490

PEQUEÑOS/AS PRODUCTORES Y PRODUCTORAS

251M€

COMPRAS PROVEEDORES Y PROVEEDORAS LOCALES

[05] Implantación de sostenibilidad e innovación

Uvesco establece en su estrategia de sostenibilidad, las metas que quiere alcanzar durante los próximos años, definiendo los horizontes 2025 y 2030. Esta estrategia

establece objetivos de todos los ámbitos de la sostenibilidad, cubriendo los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

19,6%

DESPLAZAMIENTOS SOSTENIBLES

74,2%

TASA RECICLAJE DEL GRUPO

571T

COMPENSACIÓN HUELLA CARBONO



[03]

Nuestro modelo

El modelo Uvesco busca ofrecer un amplio surtido de productos de calidad, con un servicio excelente y diferenciador, en torno a la alimentación sana; aportar mayor calidad de vida y favorecer una sociedad más justa y sostenible.

Nuestra misión: nutrir el bienestar de nuestro entorno

La ubicación estratégica de los supermercados, en zonas residenciales y espacios de fácil accesibilidad para consumidores y consumidoras, es clave

para la consecución de este objetivo, ya que permite un trato cercano y directo entre las personas y agentes que participan en la actividad comercial.



[ADN DE UVESCO]

Principios que nos ayudan a crecer

[01]

Relación de confianza y seguridad

Generar una relación de confianza y de seguridad con las personas consumidoras, mediante la oferta de productos de calidad, amplio surtido y descuentos a medida.

[03]

Priorización del servicio excelente

Priorizar el servicio excelente a la clientela, con la atención en secciones y la habilitación de canales de comunicación directa (por medio del personal de tienda y las nuevas tecnologías).

[05]

Apoyo a la comunidad

Apoyar a la comunidad, a través de sus agentes sociales, para impactar en las personas y en colectivos desfavorecidos del entorno de sus tiendas.

[02]

Fomento de la alimentación saludable

Fomentar la alimentación saludable, a través del protagonismo del producto fresco, de mostradores atendidos por especialistas y de acuerdos con el sector agroalimentario.

[04]

Compromiso con la formación

Compromiso con la formación, el desarrollo del talento y el reconocimiento de las personas trabajadoras, para garantizar el empleo de calidad.

[06]

Contribución al desarrollo sostenible

Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad, a través de la gestión logística y comercial responsable y respetuosa con el entorno.



[VALORES]

Compromiso con una sociedad saludable, solidaria y próspera

Alianzas con el sector primario

Con un modelo de supermercado, basado en el refuerzo de los productos Km0 y en la creación de alianzas con el sector primario, que posibilita un desarrollo sostenible de la actividad comercial.

Capacidad de elección

Apuesta por la capacidad de elección de la clientela, a través del surtido de 17.000 referencias de primeras marcas y de la marca BM. A esto se une la variedad de ofertas, descuentos y ventajas para reducir el gasto de la compra.

Bienestar y salud de las personas

Primamos la alimentación saludable y sana, basada en el producto fresco -lo que permite una mayor calidad de vida de la ciudadanía y, por lo tanto, una sociedad con mayores beneficios, en su salud y bienestar-.

Cercanía con Agentes Sociales

A través de la colaboración con asociaciones y colectivos del entorno, que nos permite participar en la vida social más cercana y dar un servicio de apoyo a colectivos desfavorecidos.

Calidad de empleo

Apostamos por el empleo de calidad, invirtiendo en formación de nuestra plantilla, en beneficios sociales y en la seguridad y bienestar de las personas. Todo ello repercute en la excelencia del servicio.

Innovación y tecnología

La adaptación a las nuevas tecnologías, en línea con el desarrollo digital, resulta fundamental para lograr un aprovechamiento eficiente de los recursos, mejoras en la calidad del trabajo y facilidades para realizar la compra.

[IMPACTO ECONÓMICO]

Valor generado en nuestro entorno

[01] Valor Distribuido

Salarios y beneficios sociales

228,8M€

Compras a proveedores/as locales

251M€

Inversión en la comunidad

3,1M€

[02] Inversiones

Proyectos de expansión e I+D+i

24,5M€

[03] Impuestos

Pagos a las administraciones

123,7M€



[IMPACTO EN DESAFÍOS GLOBALES]

Compartimos objetivos



Donación a bancos de alimentos.

Proyectos de donación, directamente desde supermercado, con Oreka y Phenix, en BM, y, a través del programa Último Minuto, en Super Amara..

Donativos a ONGs.

Colaboración con campañas de sensibilización de ONGs: Cáritas, Dana...

Ahorro para familias numerosas.



Ahorro para personas celíacas.

Servicio de atención telefónico, para personas mayores.

Beneficios sociales a personas empleadas.

Campaña sensibilización, para la lucha contra el cáncer, a través de AECC.

"Proyecto Solidario Uvesco", para empleados/as.



Programas de conciliación e igualdad de género.

Certificados profesionales.

Promoción interna para la plantilla.

Fomento de puestos para mujeres encargadas.



100% del consumo eléctrico, procedente de energías renovables.

Inversión anual en medidas de eficiencia energética, en supermercados y oficinas.



Impulso a la compra local y apoyo en su desarrollo.

Fomento de relaciones a largo plazo con personas proveedoras y franquiciadas.

Inversiones I+D+i.

Descuento para la plantilla.

Digitalización del programa de fidelización.



Implicación con causas locales y solidarias.
Convenios con el sector primario local.
Acuerdos con colectivos culturales y deportivos.
Apoyo a actividades deportivas y culturales.
Puntos de recarga para vehículos eléctricos, en los supermercados.



Definición de la estrategia y la política de sostenibilidad del Grupo.
Iniciativa transversal, para detectar y prevenir el desperdicio alimentario.
Aplicación del programa "Too Good To Go", en todas las tiendas BM del Grupo.
Uso de envases, bolsas y botellas de plástico reciclado.
Certificación Welfair / Bienestar Animal.
Opción de *ticket* digital, con el objetivo de reducir papel.



Reducción de la huella de carbono del 56%, en el período 2019-2023.
20% de reparto a domicilio, realizado de manera sostenible (a pie o en vehículo eléctrico).
Compensación parcial de la huella de carbono, con el Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa.
Optimización de rutas logísticas y conducción eficiente.
Consecución del triple sello "Calculo, Reduzco, Compenso" del MITECO.



Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
Participación en proyectos colaborativos, con diferentes clústeres y administraciones.
Participación en diferentes clústeres y foros colaborativos: AECOC, Basque Ecodesign Center, Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa, ASEDAS, Basque Food Cluster, Clúster de Logística, etc.



[04]

Nuestro impacto

Asumimos nuestra responsabilidad:
apostando por empleos de calidad y por
la formación de nuestra plantilla;
apostando por la alimentación sana y
participando en iniciativas solidarias,
culturales y sociales, y trabajando para ser
más sostenibles.

Uvesco responsable con su entorno

Asumimos nuestra responsabilidad. Por una parte, apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestros y nuestras empleados y empleadas, que son uno de nuestros pilares. En segundo lugar, apostando por la alimentación sana y participando en iniciativas solidarias, culturales y sociales, que contribuyen a reforzar el bienestar social. Y, en tercer lugar, trabajando para ser más sostenibles, reforzando nuestros valores de producto fresco y de Km0 y maximizando nuestros recursos, para reducir el impacto en el medio ambiente.



04/1 Sostenibilidad

- [04/1] Sostenibilidad
- [04/2] Nuestra clientela
- [04/3] Social y solidario
- [04/4] Nuestra plantilla
- [04/5] Producto local



04/2 Nuestra clientela



04/3 Social y solidario



04/4 Nuestra plantilla



04/5 Producto local





[04/1]

Sostenibilidad

La Estrategia de Sostenibilidad de Uvesco se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales, posteriormente, se establecen acciones y objetivos concretos, a través del Plan de Acción.

Para la definición de estos ejes, se realizó un estudio de materialidad a los grupos de interés más importantes de Uvesco: clientela, plantilla, proveedores/as y dirección del Grupo.

Se concluye que los ámbitos prioritarios para la organización son: las buenas condiciones laborales, el producto local, la producción sostenible, la generación y gestión de residuos y el uso de materiales.



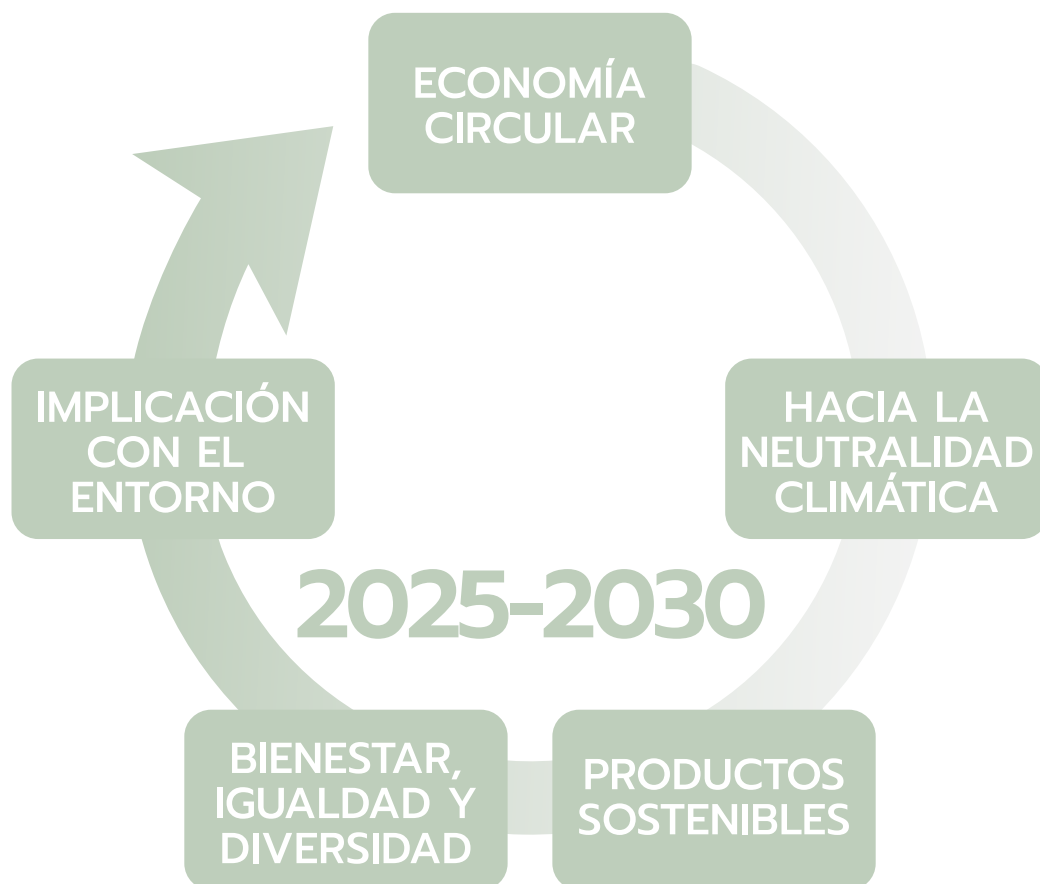


[SOSTENIBILIDAD]

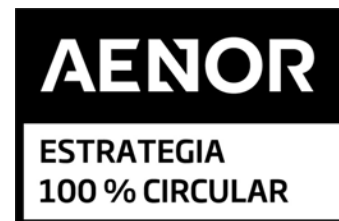
Estrategia y plan de acción

La Estrategia se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales,

posteriormente, se establecen acciones y objetivos concretos:



Certificación Estrategia 100% Circular AENOR



En 2024, Uvesco renovó por segundo año el certificado Estrategia 100% Circular de AENOR, un logro obtenido por la formulación de esta estrategia, y con el que se convirtió en la primera empresa de distribución en España en obtener este certificado.

El proceso de elaboración y seguimiento de la estrategia es auditado anualmente, de manera

que se revisa que los objetivos planteados y los indicadores para su monitorización sean coherentes, además de medir el nivel de avance global. De ese modo, un tercero independiente confirma que Uvesco avanza por el camino correcto y cumpliendo sus metas ambientales y sociales.

La colaboración: clave en la estrategia de Grupo Uvesco

La consecución de todos estos objetivos, que se ha marcado Grupo Uvesco, se logrará, a través de la involucración de todas las personas que forman el Grupo y, también, a través de la colaboración con otros agentes -ya que el camino hacia la sostenibilidad es una acción conjunta, como bien indica el ODS 17-.

En este sentido, Uvesco mantiene dos grandes alianzas: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas -con el cual se ha renovado el compromiso en 2024- y la adhesión al Basque Ecodesign Center.

Basque Ecodesign Center

El Basque Ecodesign Center es una alianza público-privada impulsada por el Gobierno Vasco, con el fin de avanzar en la economía circular, en el tejido empresarial vasco, y que cuenta con las 18 mayores empresas de la

Comunidad Autónoma del País Vasco. En 2024, Uvesco ha desarrollado dos proyectos en este foro: el cálculo del consumo de agua y la priorización de los/as proveedores/as a los que solicitar información de sostenibilidad.

Otros foros relacionados con la sostenibilidad

Entre otros, es miembro del comité de sostenibilidad de AECOC, del Grupo de Trabajo de sostenibilidad de ASEDAS, participa en

varios proyectos del Basque Food Cluster y es miembro del Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa (GK Recycling).

Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Toda esta estrategia de sostenibilidad tiene su reflejo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, definidos por las Naciones Unidas en su Agenda 2030. El análisis de materialidad, mencionado previamente -donde se identifican las áreas más relevantes para el Grupo-, tiene su traslación a los ODS, de manera que se puede identificar qué objetivos son los más relevantes para Uvesco.

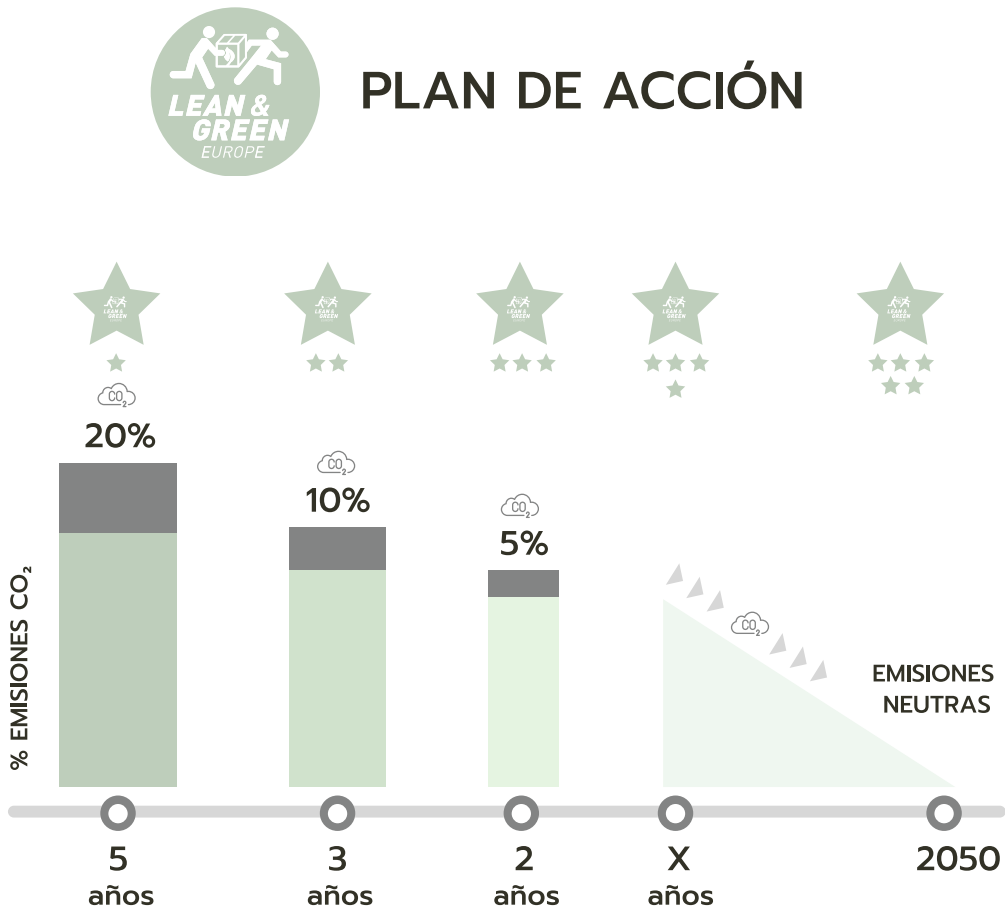
Los ODS más relevantes y prioritarios para Uvesco son el 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico), el 5 (Igualdad de Género), el 12 (Producción y Consumo Responsable), y como adjuntos a este último, el 14 (Vida Submarina) y el 15 (Ecosistemas Terrestres).



Gestión medioambiental de Grupo Uvesco

Desde Grupo Uvesco, llevamos años trabajando en reducir nuestro impacto, a través de diferentes acciones, que afectan a diferentes apartados de la empresa. De este modo, en los últimos años, se han conseguido diferentes

certificaciones y reconocimientos, en materia medioambiental, tales como las tres estrellas Lean&Green por la reducción de emisiones o el certificado de AENOR Residuo Cero, en las plataformas logísticas de Irún.





[COMPROMISO DE DESCARBONIZACIÓN DE LA ECONOMÍA]

Modelo de supermercado 100% energéticamente sostenible

El 100% de la energía eléctrica que consume Uvesco es de origen renovable. Esto es debido a un acuerdo de PPA (Power Purchase Agreement) firmado en 2018, pionero en España, en base al cual la totalidad de la energía consumida por el grupo es de origen renovable, procedente de la planta solar Núñez de Balboa, en Usagre (Badajoz, Extremadura).

Con este compromiso, se ha evitado la emisión de más de 28.300 toneladas de CO₂ durante el

2024, avanzando de esta manera en el compromiso de descarbonización de la economía.

El consumo energético de Grupo Uvesco se resume, en la siguiente tabla:

117,569GWh
**ENERGÍA
ELÉCTRICA
CONSUMIDA**

28.334T
**EMISIONES
DE CO₂
EVITADAS**

69.462m³
**CONSUMO
GAS**

[AHORRO Y REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA]

Supermercados eco-eficientes

Otra de las estrategias, en materia de sostenibilidad, supone la renovación y mantenimiento de los puntos de venta, con el objetivo de que sean supermercados cien por cien eficientes, en el consumo de energía, a través de la introducción de tecnologías que optimicen los recursos.

En los últimos ejercicios, estas actuaciones han estado centradas en los equipos de frío y en la iluminación. La acción principal en cuanto a mobiliario de frío es la introducción de puertas en frigoríficos y congeladores, para evitar el escape de energía y mejorar la climatización en supermercado. En cuanto a las luminarias, las intervenciones consisten en introducir

bombillas y fluorescentes LED de bajo consumo. Las inversiones en este apartado disminuyen gradualmente, puesto que prácticamente todos los supermercados del Grupo cuentan con iluminación LED.

8.548,46€**INVERSIÓN EN ILUMINACIÓN****148.362,17€****INVERSIÓN MOBILIARIO FRÍO****115.588,41****AHORRO ENERGÉTICO
KWH/AÑO****27,86****AHORRO ENERGÉTICO
T CO₂/AÑO**



[LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO: EJE ESTRATÉGICO]

La logística; un eje prioritario

En Grupo Uvesco, el transporte se puede dividir en tres bloques diferenciados: proveedor-central, central-tienda y tienda-clientela. En el primero de estos, Grupo

Uvesco no tiene poder de actuación, ya que son las propias personas proveedoras quienes se encargan de hacer las entregas, en las diferentes plataformas logísticas del Grupo.

Transporte central-tienda

Supone el eje principal del Departamento de Logística de Grupo Uvesco. En él, las actuaciones para reducir el impacto se dirigen hacia la optimización de las rutas, el aumento de la tasa de llenado de los camiones y la renovación de la flota. Del mismo modo, periódicamente, se realizan pruebas con camiones híbridos y eléctricos, para comprobar si estos son técnica y económicamente viables.

Al mismo tiempo, en nuestro empeño por buscar nuevas fórmulas de transporte sostenible y de movilidad, que avancen hacia la descarbonización, se ha incorporado un camión híbrido a la flota, para una de las rutas de la planta logística de Irun (Gipuzkoa).

Transporte tienda-clientela

Uvesco cuenta con una ventaja derivada de su modelo, basado en los supermercados de cercanía. Esta proximidad con el/la cliente hace que el transporte a domicilio (tanto de la compra *online* como de las compras

presenciales con petición a servicio a domicilio) se pueda optimizar, ya que permite realizar varias entregas en una ruta de unos pocos kilómetros, incluso que varias entregas se puedan hacer a pie.

En 2024, se ha dado un paso importante para mejorar la sostenibilidad del transporte a domicilio, a través de la medición de la huella de carbono de este sector. Ha sido el primer año en el que se han obtenido datos completos, siendo la huella de 286,424 toneladas de CO₂. El modelo de cercanía permite que la mayoría de la clientela de Uvesco se desplace a pie a los supermercados, repercutiendo en una movilidad sostenible y en una reducción del Alcance 3 de la huella de carbono de la organización. De hecho, el 73% de los supermercados de Uvesco no cuenta con parking. Y en aquellos que sí cuentan con aparcamiento, se están incorporando

progresivamente puntos de recarga eléctrica para vehículos.

Gracias a las medidas tomadas en eficiencia energética y en la optimización del transporte, la huella de carbono se ha reducido un 45,17% desde el 2018, primer año de medición.

Durante 2024, el indicador ha subido, por la incorporación de nuevos camiones, a causa del plan de expansión de Uvesco. Esto ha hecho que el índice del número de palés movidos por camión haya descendido, con el consiguiente aumento de la huella.



[COMPENSACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO]

Adhesión al Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa

En 2022, Grupo Uvesco dio un gran paso adelante en su compromiso con la descarbonización, ya que empezó a compensar parcialmente sus emisiones. Esta compensación se hace, a través del Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, promovido por Naturklima (Fundación de Cambio Climático de Gipuzkoa). De este modo, la compensación

tiene el valor añadido de que las acciones de absorción de carbono se hacen en Gipuzkoa, por lo que la reparación se hace en el mismo lugar donde se genera el impacto.

En concreto, este año se han compensado 571 toneladas de CO₂.

571**T CO₂ COMPENSADAS**

Sello «Calculo, Reduzco, Compenso»

Como resultado de la suma de todos estos esfuerzos, Uvesco ha obtenido el triple sello “Calculo, Reduzco, Compenso”, otorgado por el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico.





[PREVENCIÓN: GESTIÓN DEL *STOCK* EN TIENDAS Y ALMACENES]

Reducción del desperdicio alimentario

Como empresa de distribución alimentaria, el desperdicio alimentario es un tema particularmente relevante para Uvesco.

emisiones evitadas, sumando la cantidad donada tanto a banco de alimentos, como la entregada directamente desde supermercados:

Las toneladas de alimentos que han conseguido reaprovecharse, para el consumo humano, tienen, asimismo, su reflejo en la reducción de la huella de carbono. Las

155.969

T CO₂ EVITADAS

Proyecto piloto, para identificar y prevenir el desperdicio

Durante 2024, se ha llevado a cabo un proyecto piloto que se ampliará en 2025, para identificar y prevenir el desperdicio en todas las fases de la cadena donde se produce. Para ello, se han implementado diferentes medidas que utilizan innovación y herramientas

apoyadas en inteligencia artificial, que consiguen una mejor optimización del surtido y de la gestión de pedidos de tienda y de almacenes, favoreciendo que el *stock* se ajuste al máximo a la demanda.

Mark-down

Otra de las medidas adoptadas ha sido la puesta en marcha del mark-down, es decir, la venta con descuento de productos cercanos a su fecha de caducidad. Así, se pueden

encontrar productos con descuentos de hasta el 40%, para fomentar su venta antes de que caduquen.

Programa "Too Good To Go"

Sigue vigente el sistema de *packs* Too Good To Go, que permite a la clientela adquirir a precio reducido alimentos próximos a caducar. Actualmente, este sistema se utiliza para

aquellos productos a los que no se ha podido dar salida a través del Mark-down. En total, en 2024 se han vendido 78.672 paquetes de Too Good To Go.

Donaciones a asociaciones solidarias

Para aquellos productos que tienen una fecha de caducidad inminente o por cualquier otro motivo no son aptos para venta, pero sí para el

consumo, se ha puesto en marcha un sistema de donaciones desde supermercado:

Asociaciones Oreka y Phenix

A través de la asociación Oreka en Bizkaia y de Phenix en Madrid, todos los productos aprovechables se llevan en el mismo día a asociaciones benéficas. Hay más de 160 supermercados involucrados en este proyecto, que tiene la ventaja de que amplía el rango de productos susceptibles de donación y, al

mismo tiempo, expande el número de asociaciones a las que se entregan los alimentos, contribuyendo, al mismo tiempo, tanto al medio ambiente, como a la sociedad.



Bancos de Alimentos

La evolución de las donaciones diarias a los Bancos de Alimentos (un compromiso que

cumple un objetivo sostenible y solidario) se resume en la siguiente tabla:

566T	627T	423T
AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024

Programa «Último minuto»

Cumple un doble objetivo sostenible: ayudar a personas desfavorecidas, en concreto a más de 20.000 familias, y reducir el desperdicio alimentario, a través de la gestión del programa de caducidades. En los años 2024, 2023, 2022 y 2019, este programa fue

reconocido por la Diputación Foral de Gipuzkoa, en el marco de la semana Europea del Desperdicio. Ha permitido donar 26.252 kg, en 2024, al Banco de Alimentos de Gipuzkoa, directamente desde los supermercados Super Amara.

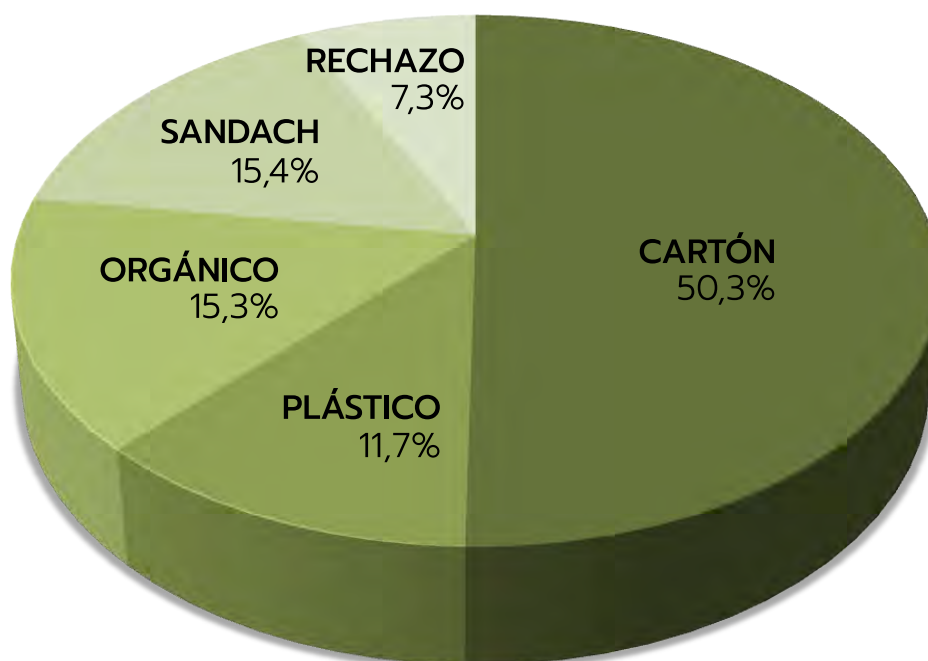


[COMPROMISO CON LA ECONOMÍA CIRCULAR]

Separación y reciclaje de residuos

A pesar de las diferentes medidas tomadas para evitar la generación de residuos, es inevitable generar cierta cantidad. La política en Uvesco es la máxima separación para reciclar la mayor cantidad posible de fracciones, evitando así, al mínimo, el depósito en vertedero. Para ello, el primer paso es identificar todos los flujos productores de

residuos y todos los tipos de residuos que en ellos se generan, para poder buscar la gestión adecuada para cada uno de ellos: Sandach de carne; Sandach de pescado; Orgánico (frutas, hortalizas y pan, no aptos para el consumo); Plásticos y cartón; Alimentación envasada; Residuos peligrosos; Resto.



En relación con la tasa de reciclaje -debido a los múltiples puntos de generación y a que las mancomunidades no proporcionan datos de las recogidas-, se llevó a cabo un proyecto de la mano del Basque Ecodesign Center, para el

cálculo de la tasa de gestión circular de Uvesco, derivando en una herramienta de medición. Los resultados del cálculo de la generación de residuos son:

80,9%**TASA RECICLAJE AÑO 2023****74,2%****TASA RECICLAJE AÑO 2024**

Puntos de reciclaje en supermercados

Uvesco asume un rol de liderazgo, en materia de reciclaje, facilitando a su clientela la separación de residuos, de manera adecuada. Se cuenta con puntos de reciclaje de pilas, en todos los supermercados, y con punto de recogida para luminarias, en los de mayor superficie.

En favor de la circularidad, se instalaron en dos establecimientos puntos de reciclaje para los y las clientes y clientas, donde pudieran depositar sus residuos de pilas, cartuchos de tóner, cápsulas de café y aceite de cocina usado. Estos contenedores están fabricados de las propias cápsulas de café, para que la

clientela pueda ver la segunda vida que pueden tener los residuos. Este proyecto piloto fue reconocido como uno de los tres finalistas a nivel europeo, en los Premios Europeos de Prevención de Residuos en 2022.

Dado el éxito de la iniciativa, los puntos de recogida de cápsulas de café, fabricados a partir de estas mismas cápsulas, se han expandido a varios supermercados de Gipuzkoa y Madrid. En la actualidad, más de 60 supermercados del Grupo cuentan con estos contenedores. Gracias a estos puntos, se han recogido 5.613 kg de cápsulas de café.





[DISEÑO Y GESTIÓN DE ENVASES]

Utilización de ecoenvases

Hemos avanzado en la introducción de plástico reciclado en nuestros envases. Todo el pórex se ha sustituido por bandejas que plástico PET, reciclado al 95%, y por bandejas de cartón. Del mismo modo, las botellas para el zumo recién exprimido han pasado a ser de material 100% reciclado. Además, para favorecer la

reutilización y la reducción de residuos entre nuestra clientela, en todas las tiendas se ofrecen mallas de fruta y verdura.

Uvesco ha alcanzado la cifra de 1.661.439 kg de plástico reciclado puestos en el mercado.

50,12%**MATERIAL RECICLADO
AÑO 2023**

La sostenibilidad de los envases es un tema muy relevante para Uvesco. En 2024, ha participado en el proyecto EKODISFOOD del Basque Food Cluster, que ha tenido como

48,26%**MATERIAL RECICLADO
AÑO 2024**

objetivo formar al personal en materia de ecodiseño y mejorar la sostenibilidad de un envase concreto.

**ekodis
food**

[MAYOR AHORRO DE PAPEL]

Ticket digital

CLIENTES/AS APP

379.672

BM SUPERMERCADOS

361.668

SUPER AMARA

18.004

CLIENTES/AS TICKET DIGITAL

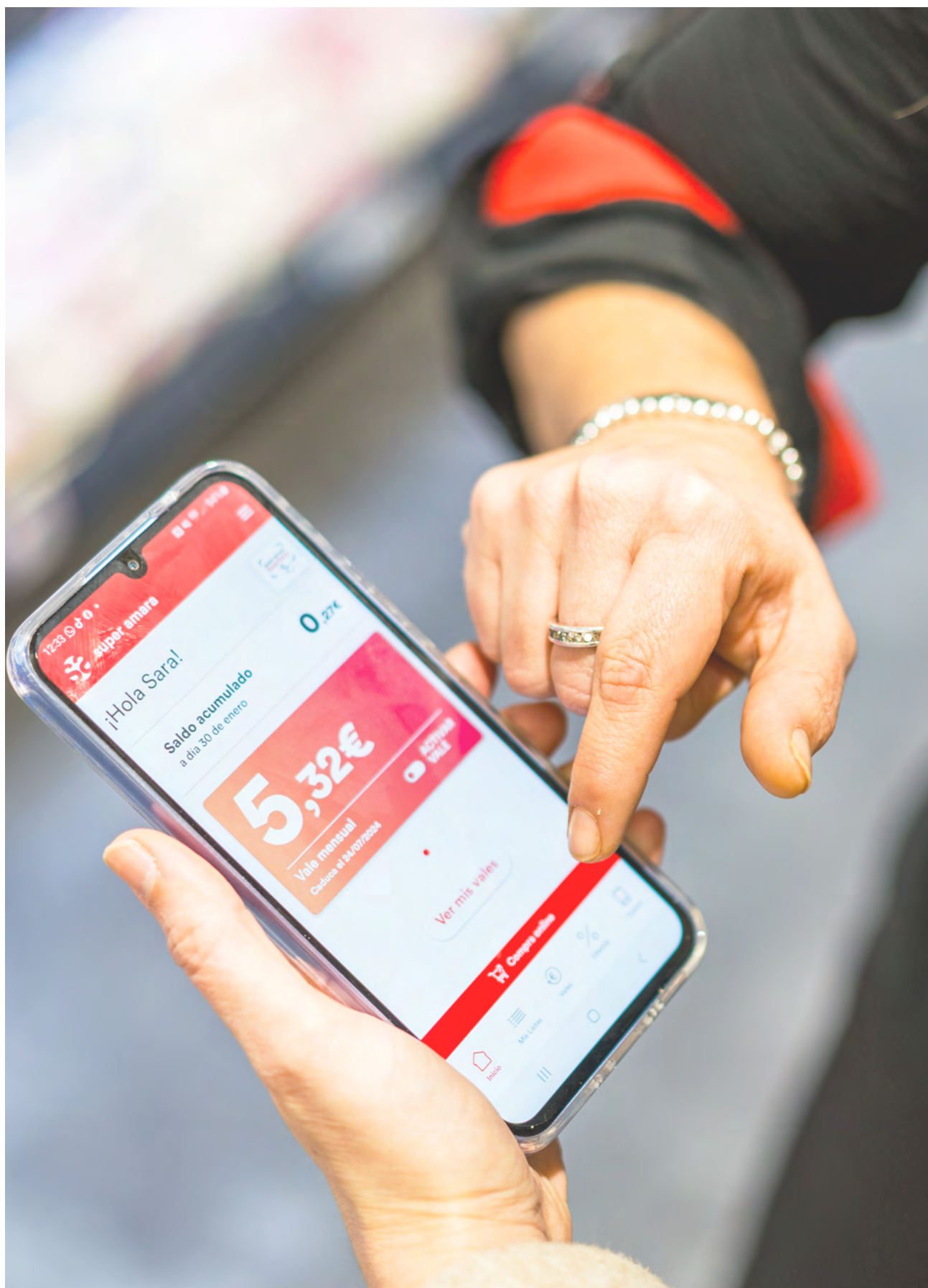
141.517

BM SUPERMERCADOS

135.000

SUPER AMARA

6.517







[04/2]

Nuestra clientela

Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestra clientela. Entre las medidas para adaptarse a sus necesidades, destaca la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- de 33M€ en vales descuento, para ayudar a rebajar el precio de la cesta.



[SUPERMERCADOS BM Y SUPER AMARA]

Programas de fidelización

Abanico de medidas de ahorro, para la clientela, al que pueden acceder a través de los programas de fidelización de las dos enseñas.

En la actualidad, contamos con más de 1.042.724 personas adheridas a los supermercados del Grupo y con un 84% de penetración de ventas -una de las más altas del sector del gran consumo-, que refuerza la confianza depositada por la clientela.

[FACILITAMOS EL ACCESO A UNA ALIMENTACIÓN DE CALIDAD]

Más ventajas y ahorros

La calidad en la alimentación y la concienciación del/de la consumidor/a, por realizar una compra inteligente y cuidar su salud -más allá de saciar el hambre-, encajan a la perfección con los valores de Grupo Uvesco. Por ello, la principal responsabilidad de la empresa, que nace de su compromiso por la

calidad, es trabajar por la alimentación de calidad. Satisfacer plenamente las necesidades de alimentación del/de la consumidor/a, con todas las garantías.

Ahorros y ventajas segmentadas

Entre las medidas para adaptarse a las necesidades de la clientela, cabe destacar la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- de 33 millones de euros, en vales descuento, para ayudar a

rebajar el precio de la cesta, donde destacan los descuentos semanales del 30%, en una selección de productos frescos y cupones personalizados.



Marca BM

Asimismo, en 2024, se ha consolidado la marca BM, con 1.200 referencias, representando el 17% de las ventas, y donde destaca la marca

BM Selecta, que distingue productos de máxima calidad, principalmente en producto fresco y de cercanía.

1.200

REFERENCIAS

17%

% VENTAS MARCA BM

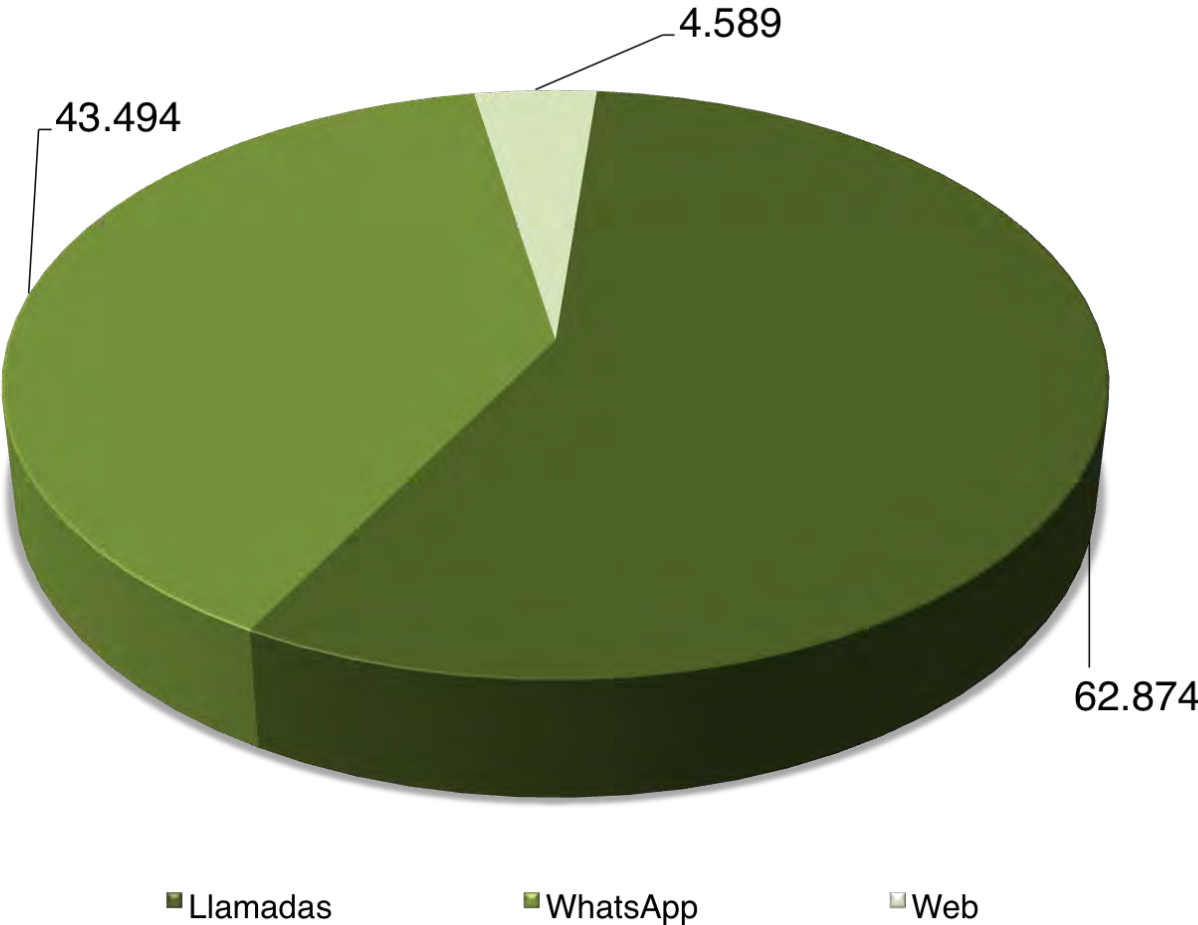
[FACILITAMOS LA COMUNICACIÓN CON LA CLIENTELA]

Conociendo y atendiendo necesidades

La comunicación con la clientela juega un papel vital en la labor de Uvesco, ya que permite conocer de primera mano cuáles son las necesidades y las inquietudes de los/as consumidores/as.

El Grupo Uvesco tiene tres canales principales de comunicación: telefónico, a través de

WhatsApp y en la página web (www.bmsupermercados.es). Mediante estos canales, se recogen peticiones de información, solicitudes, quejas y sugerencias.



Servicio TeleBM

Este servicio permite a las personas mayores hacer su compra por teléfono. Este servicio se ha mantenido, para facilitar y ayudar a un

colectivo con dificultades para acceder a la compra, y, en 2024, atendió 3.818 llamadas, lo que derivó en 2.294 pedidos de compra.

3.818
LLAMADAS

2.294
PEDIDOS







[04/3]

Social y solidario

Dirigimos nuestro compromiso a participar en actividades sociales, en las que se promueva el deporte, las actividades físicas, una buena alimentación -la base de nuestra actividad- y, también, que apoye a grupos desfavorecidos, minoritarios o con dificultades, para el acceso a la alimentación.

Dirigimos nuestro compromiso a participar en actividades sociales, en las que se promueva el deporte, las actividades físicas, una buena alimentación -la base de nuestra actividad- y, también, que apoye a grupos desfavorecidos, minoritarios o

con dificultades, para el acceso a la alimentación. Asimismo, favorecemos la actividad social, a través de nuestro apoyo a clubes deportivos y asociaciones culturales.

[MEJORA DEL BIENESTAR Y DE LA SALUD DE LA COMUNIDAD]

Impacto en la comunidad

IMPACTO EN LA COMUNIDAD
3.072.000€

ASOCIACIONES Y COLECTIVOS 623.000€	SOLIDARIDAD, CULTURA Y DEPORTE 983.000€
FAMILIAS NUMEROSAS 1.466.000€	BANCOS DE ALIMENTOS 423T





Concierto Solidario de Navidad

[IMPACTO EN LA COMUNIDAD]

Actividades culturales y sociales

El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Uvesco, conlleva nuestro compromiso con el desarrollo de actividades sociales y culturales de nuestro entorno, con el objetivo de fomentar la solidaridad con colectivos

desfavorecidos, la participación y desarrollo de la mujer y la mejora del bienestar de los ciudadanos, fomentando hábitos saludables y sanos.

Asociación contra el Cáncer AECC

Entre las actividades llevadas a cabo en 2024, destaca por su impacto en el bienestar y la salud, nuestra colaboración con la Asociación contra el Cáncer AECC, con quien colaboramos en diferentes campañas de sensibilización, a

través de los establecimientos de BM Supermercados, con motivo del Día Internacional contra el Cáncer de Piel y del Día Internacional del Cáncer de Mama.

Otras entidades y grupos culturales

La ayuda solidaria se extendió, con el apoyo a otras entidades y grupos culturales relevantes en nuestro entorno, contribuyendo a un doble impacto: fomentar el mantenimiento de la cultura y la educación musical y ayudar a colectivos desfavorecidos o en riesgo de exclusión social.

En 2024, hemos organizado el Concierto Solidario de Navidad Super Amara, con Sergio

Dalma, en el Kursaal de Donostia/San Sebastián, en beneficio de AVAIM (Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada).



[IMPACTO EN LA COMUNIDAD]

Patrocinios y grupos deportivos

El estilo de vida saludable implica una vida activa y con presencia de ejercicio físico. Por ello, los grupos que fomentan el deporte son un foco de colaboración prioritario para Grupo Uvesco, quien tiene acuerdos con diferentes clubes y asociaciones de su entorno. Con estos acuerdos, se refuerza el compromiso del Grupo con actividades que fomentan valores

de vida saludable y que, además, generan cohesión social, respeto e igualdad. Estando presente en todas las facetas de la sociedad, que tienen una implicación directa en la mejora de la calidad de vida, se completa el impacto en el entorno y en la vida social de las personas.

Clubes deportivos

Real Sociedad de Fútbol, S.A.D.
Real Unión Club de Irun, S.A.D.
Liga ACT Eusko Label
Hondarribia Arraun Elkarte
BM Bilbao Santutxu Femenino
Isuntza Arraun Elkarte
S. D. Eibar

Athletic Club
Deportivo Alavés
C.D. Bidasoa Balonmano
Fundación Euskadi de Ciclismo
Super Amara BAT
Super Amara Bera Bera

Programa Realzale

Además, participamos en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol, del que se han

beneficiado 6.256 clientes y clientas, en 2024.



[IMPACTO EN LA COMUNIDAD]

Deporte y hábitos saludables

Además de los acuerdos con los clubes, en 2024, hemos estado presentes en otras actividades populares, que tienen un impacto en la mejora de la calidad de vida y hábitos saludables de la comunidad.

Esta participación se ha traducido en carreras pedestres y eventos deportivos de carácter local -en especial, en aquellas que potencian la

participación de la mujer, infancia o que promueven fines solidarios-.

En estas actividades, aportamos bolsas de avituallamiento para las personas participantes (con barritas energéticas, agua, galletas...); colocamos hinchables y arcos de meta; y producimos material para los eventos (camisetas, viseras...).



[IMPACTO EN LA COMUNIDAD]

Banco de Alimentos

Las entregas diarias de productos al Banco de Alimentos suman, en 2024, un total de

422,98 toneladas de alimentos.

Entregas diarias al Banco de Alimentos

Nuestra colaboración con los Bancos de Alimentos es un compromiso, en el que estamos volcados desde hace más de diez años, y que cumple dos grandes Objetivos de Desarrollo.

Por un lado, un apoyo a los colectivos con dificultades para acceder a la alimentación -una responsabilidad clave y fundamental, hoy día ineludible, para el sector de la alimentación-.

Y, por otro lado, este compromiso es una actuación clave en sostenibilidad y economía circular. Influye en la mejora de la alimentación de colectivos en riesgo de exclusión y en el objetivo del Grupo de reducir el desperdicio alimentario.

A través de los establecimientos Super Amara, se desarrolla el programa "Último minuto", que cumple un doble objetivo sostenible: ayudar a personas desfavorecidas en concreto a más de 20.000 familias y reducir el desperdicio alimentario, a través de la gestión del programa de caducidades.

En los años 2024, 2023, 2022 y 2019, este programa fue reconocido por la Diputación Foral de Gipuzkoa, en el marco de la semana Europea del Desperdicio.

423T

DONACIONES BANCO DE ALIMENTOS



Campañas de Gran Recogida

Año tras año, colaboramos en las campañas de Gran Recogida, que organizan los Bancos de Alimentos, a través de la cesión de los espacios de nuestros supermercados, en todas las zonas -reforzando nuestro apoyo a este colectivo-. En ellas, las personas consumidoras realizan donativos económicos y aportaciones de producto.

En estas campañas, Grupo Uvesco cede el espacio de las tiendas, la logística de la recaudación y, además, se compromete a aportar un 7% en producto de las aportaciones de la clientela. En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2024, se han recibido 582.366 euros y 221 toneladas, aportados por la ciudadanía, que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.







[04/4]

Nuestra plantilla

El propósito de Grupo Uvesco es «Nutrir el bienestar de nuestro entorno» y el objetivo, en relación con el equipo, es contar con un grupo de trabajadores y trabajadoras cohesionado y motivado.

El propósito de Grupo Uvesco es «Nutrir el bienestar de nuestro entorno» y el objetivo, en relación con el equipo, es contar con un grupo de profesionales cohesionado y motivado. Para ello, fomenta el reconocimiento, la colaboración y el bienestar del equipo.

En este sentido, lleva a cabo esfuerzos sistemáticos para incrementar los niveles de bienestar de la plantilla en todas sus dimensiones: física, mental, relacional y económica.

[EMPLEO DE CALIDAD]

Estabilidad en los puestos de trabajo

Contamos con una plantilla de 7.142 personas (a cierre de ejercicio 2024) y tenemos el compromiso de ofrecer un empleo de calidad, a través de diferentes políticas, que

promueven la estabilidad, reconocen el talento, mejoran las relaciones laborales y buscan desarrollar entornos de bienestar para la plantilla.

PLANTILLA
7.142

67%

% MUJERES

33%

% HOMBRES

1,02

**RATIO ESTABILIDAD
LABORAL**

70%

**% MUJERES EN PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD EN TIENDA**





[IGUALDAD DE GÉNERO]

Presencia de la mujer

La igualdad de oportunidades y el talento, independientemente del género, están presentes en todos los procesos de desarrollo profesional. Gracias a los programas de promoción interna de Uvesco, se ha impulsado un cambio positivo en la representación femenina. En los últimos 10 años, la cantidad de mujeres en puestos de responsabilidad ha aumentado en un 20%.

Los resultados avalan el compromiso:

- 67% de mujeres en la plantilla.
- 68% de los cargos de responsabilidad ocupados por mujeres (directivas, gerentes, responsables de área, encargadas de tienda y auxiliares de encargado/a), alcanzando un 70%, en roles de tienda.

68%**MUJERES EN PUESTOS DE RESPONSABILIDAD**

A finales de 2024, el 79% de los auxiliares de encargado son mujeres, lo que refuerza la

79%**MUJERES EN PUESTOS DE AUXILIARES DE ENCARGADO/A**

perspectiva de futuro para incrementar, aún más, su presencia en roles de liderazgo.

Planes de Igualdad

Además, desde 2024, el 93% del personal está incluido en Planes de Igualdad, desarrollados según la normativa vigente y negociados con

las RLT de cada empresa. Los principales ejes de los planes de igualdad son:

- Sensibilización del 100% de la plantilla, en igualdad de género y prevención del acoso sexual, o por razón de sexo.
- Implementación de protocolos, para prevenir y abordar el acoso sexual.
- Desarrollo de un Protocolo de Actuación, frente a la Violencia de Género, con medidas informativas, laborales, económicas y formativas, para proteger y asistir a las mujeres víctimas en el ámbito laboral.

[PROGRAMA "ARRAIGO POR FORMACIÓN"]

Diversidad e inclusión

En 2024, se ha realizado un esfuerzo proactivo, para incorporar a estos perfiles, a través del programa «Arraigo por Formación», en el marco de la Ley de Extranjería, para facilitar la inserción sociolaboral de migrantes, que han residido al menos dos años en España, en situación irregular. A través de este programa, brindamos formación teórica y práctica,

consolidando nuestra apuesta por la diversidad, como valor estratégico.

Esta primera edición contó con 15 participantes, de los cuales, 14 obtuvieron autorización de residencia y trabajo. Todos/as ellos/as cuentan, a día de hoy, con contratos indefinidos en nuestras tiendas.

15

MIGRANTES PARTICIPANTES

14

OBTUVIERON CONTRATO INDEFINIDO Y RESIDENCIA



[INCLUSIÓN]

Diversidad y discapacidad

En Grupo Uvesco, fomentamos la inclusión de personas con discapacidad, promoviendo entornos de empatía, comprensión y apoyo. Nuestro objetivo es eliminar barreras y garantizar la igualdad de oportunidades. Además, desde este 2024, todas nuestras vacantes se publican en la plataforma «Por Talento», de Fundación ONCE, para llegar a

este colectivo de manera más efectiva. Una vez estas personas se incorporan al Grupo, la integración de personas con discapacidad se realiza en colaboración con entidades especializadas, que apoyan su incorporación y desarrollo en nuestros supermercados y oficinas centrales. En 2024, en Grupo Uvesco trabajan 74 empleados/as con discapacidad.

74**PERSONAS EMPLEADAS CON DISCAPACIDAD**

[PLAN GENERAL DE PREVENCIÓN]

Seguridad, salud y bienestar

La seguridad y salud de la plantilla es una prioridad para el Grupo. Disponemos de un sistema de gestión de la prevención, basado

en la aplicación de la política, objetivos y metas, en materia preventiva, que abarca a toda la organización.



Equipos de protección individual (EPIs)

Todo el personal recibe el material necesario, para garantizar su seguridad y salud en el trabajo. Durante el año 2024, se han invertido

440.657,28€ en la compra de EPIs y material de PRL.

Iniciativas del Grupo relacionadas con la salud y el bienestar

- En 2024, se ha continuado trabajando con Glucovibes. En 2022, fuimos pioneros en implantar a las personas participantes un GPS metabólico integrado que monitoriza su nutrición, actividad, descanso y niveles de glucosa tiempo real, durante 14 días.
- Tarjeta de servicios médicos con descuentos, para todas las personas y sus familiares directos, en un total de 11 especialidades médicas.
- Promoción de la práctica deportiva de nuestros/as profesionales, fomentando su participación en diferentes eventos deportivos como, por ejemplo, carreras de empresas.
- Realización de evaluaciones psicosociales.
- Medidas para mejora de la conciliación familiar.
- Formación Máster "Liderando para el bienestar", para personal con equipos a su cargo.
- Procedimiento de resolución de conflictos interpersonales.
- Procedimiento para prevención de drogodependencias.
- A los/as trabajadores/as que desempeñan sus tareas en horario nocturno, en solitario, se les hace entrega de un dispositivo SOS y formación e información de los riesgos inherentes a las tareas de dicho trabajo.

[COMPETENCIAS Y HABILIDADES]

Formación y desarrollo de habilidades

El eje de la formación, desarrollo y promoción interna es uno de los recursos esenciales, para cumplir la misión de la organización. La formación está presente durante toda la vida del personal en la empresa, puesto que es el medio, a través de la cual colaboramos con el desarrollo de las personas y, por tanto, en la experiencia de compra percibida por la clientela.

El esfuerzo, que dedica Grupo Uvesco a sus planes formativos -asignado, tanto a las nuevas incorporaciones, como a los equipos ya consolidados, para perfeccionar y actualizar sus conocimientos-, se refleja en la inversión que destina, año tras año. En 2024, ha sido un total de 5.645.492€ y el gasto medio por persona ha sido de 865€.

5.645.492€

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

865€

INVERSIÓN/PERSONA FORMACIÓN

[DESARROLLO Y RETENCIÓN DE TALENTO]

Promoción interna

En 2024, hemos tenido más de 300 formaciones para responsable de sección, encargado/a y segundo/a encargado/a, de

los/as cuales muchos/as han sido promocionados/as a un puesto de responsabilidad.

Dentro del apartado promociones internas, cobra especial relevancia el «Plan Cantera». Este es un proyecto que permite mantener planes de sucesión en supermercados. En este plan, una vez identificado/a el/la profesional a promocionar, se le propone para ingresar en el «Plan Cantera» y al programa formativo

definido al efecto (formación para el cambio).

Anualmente, un promedio de 45 nuevos/as candidatos/as se incorpora al Plan Cantera; sin embargo, en 2024, la cifra se redujo a 18, debido a la existencia de un número suficiente de candidatos/as ya validados/as.



[BIENESTAR INTEGRAL DE LA PLANTILLA]

Otras políticas sociales

En los últimos meses, se ha desarrollado un conjunto de acciones orientadas a nutrir el

bienestar integral de la plantilla (físico, relacional, mental, espíritu y entorno):

Proyecto Solidario Uvesco (bienestar entorno)

A través de esta iniciativa, se favorece y refuerza nuestro compromiso solidario. Son los/as propios/as profesionales quienes presentan y eligen los proyectos a apoyar. En esta segunda edición, más de 700 profesionales del Grupo han votado por su proyecto favorito, resultando elegido, y por tanto receptor de los fondos recaudados, la

Asociación Española de Grinpatías (conjunto de enfermedades raras, debidas a mutaciones patogénicas que se producen en alguno de los genes GRIN, GRIA, GRID y GRIK). Para reforzar este objetivo, Grupo Uvesco ha aportado una donación extra, por cada euro donado por el personal.

Uvesco Club de Benefits (bienestar entorno)

Club de compras, accesible en exclusiva para todos el personal de Uvesco, donde se pueden encontrar cientos de promociones para ahorrar. Los descuentos se aplican a compras

cotidianas, como alimentación, gasolina, moda, suministros del hogar, o viajes (entre otras categorías).



Uvesco On Bienestar (bienestar físico)

Consiste en una plataforma de salud, a disposición de todos y todas sus profesionales, que nos permite contactar, a través de un chat *online* o vídeo consulta, con un/a profesional

médico (a elegir, en función de la consulta). Este canal está operativo las 24 horas del día y el tiempo de espera de la respuesta es inferior a 3 minutos.

Voluntariado Banco de Alimentos (bienestar entorno)

En este 2024, Uvesco, una vez más, ha colaborado activamente en la Gran recogida de Alimentos, organizada por los bancos de alimentos. Como novedad, este año no solo los supermercados y plataformas han participado, sino que también los/as profesionales de

central han tenido la oportunidad, voluntariamente, de participar en esta recogida. El resultado ha sido la recogida de 31.033€, a través de bonos y más de 221.518 kg de alimentos.

Recaudación fondos afectados por la Dana (bienestar entorno)

La catástrofe provocada por la Dana trajo consigo una oleada solidaria por parte de los/as profesionales Uvesco, ansiosos/as por poner su granito de arena para ayudar a las víctimas. Desde Uvesco, se abrió la posibilidad

de donar puntos Cluvesco a Banco de Alimentos o Cruz Roja; puntos que, al monetizarse, se convierten en fondos para ayudar a las víctimas.





[04/5]

Producto local

La alimentación de calidad es uno de los pilares más importantes de la gestión de Grupo Uvesco. Para conseguirla, resulta fundamental establecer alianzas y líneas de actuación, con proveedores/as y agentes del entorno. Además, esta relación debe ser sostenible y justa, a lo largo de todo su proceso comercial.

[APUESTA POR EL PRODUCTO LOCAL]

Objetivos ODS de Naciones Unidas

A través de esta apuesta por el producto local, se cumple con tres objetivos fundamentales, relacionados con la sostenibilidad y enmarcados en los ODS de Naciones Unidas:

■ Garantizar alimentos de calidad y fomentar hábitos saludables entre la ciudadanía, con la seguridad de ofrecer productos de primera categoría.

■ Fomentar la economía local y hacerlo, además, con una relación justa y que permita un desarrollo sostenible del sector primario.

■ Reducir el impacto negativo en el medio ambiente, eliminando procesos de manipulado, envasado y transporte de los productos frescos.

[ALIMENTO KMO]

Carne, pesca, fruta y verdura local

El sector primario es un pilar muy importante en la alimentación saludable, al tratarse de productos frescos y no procesados. Se trata de los alimentos producidos de forma tradicional, productos de temporada y alimentos de Km0, que se conservan en su estado óptimo y con todas sus propiedades. Precisamente por el valor que tiene este sector, en la cadena de la

alimentación, y porque es uno de los pilares de la empresa, la carne, la pesca y la fruta ocupan un espacio prioritario en el surtido de los establecimientos del Grupo. Esta apuesta se potencia, a través de la habilitación de mostradores atendidos y la formación de profesionales en carnicería, charcutería, pescadería, frutería y hortalizas.



Más allá, el compromiso de Grupo Uvesco por el producto fresco de la máxima calidad le ha llevado a desarrollar alianzas y acuerdos con productores/as de su entorno. Por una parte, con el sector primario, para la compraventa de

productos próximos al ámbito de sus supermercados, y por otra, con diferentes cofradías de pesca del Cantábrico, para la comercialización diaria del pescado de sus lonjas.

[ALIANZAS CON EL SECTOR PRIMARIO]

Compras a proveedores/as locales

El Grupo cuenta con acuerdos directos, con más de 400 pequeños/as agricultores/as, ganaderos/as y elaboradores/as (quesos, miel y sidra), que distribuyen sus productos en los establecimientos próximos -algunos de ellos diaria y directamente-.

Esta estrecha colaboración permite al Grupo garantizar a la clientela productos de Km0 de calidad, máxima frescura e inmediatez en el servicio.

Asimismo, con la idea de seguir ampliando su red de alianzas, en los últimos años, el Grupo está apostando por el relevo generacional,

fomentando y apoyando a jóvenes emprendedores/as del sector agrario y ganadero.

Con ello, se trata de buscar nuevas colaboraciones, que amplíen a las existentes y que, además, fomenten y garanticen el mantenimiento de las pequeñas producciones locales y familiares.





Alianzas y acuerdos

Cofradía de pescadores y pescadoras de Ondarroa

Para la comercialización de la merluza de anzuelo.

Asociación de ganaderos y ganaderas Larsabi

Para comercializar cordero de oveja latxa.

Federación de productores y productoras de conejo de Euskadi

Para promocionar e impulsar el consumo de la carne de conejo local en el País Vasco, bajo el sello BM Bertako Untxia.

Cofradía de mareantes(as) de San Pedro, de Hondarribia

Para la comercialización, en exclusiva, de merluza de anzuelo y pescadilla.

D.O. Idiazabal, D.O. Roncal y Mendiko Gazta de Idiazabal

Como apoyo al sector primario del queso, para la promoción de surtido de Denominación de Origen, que ofrece una calidad garantizada.

Cofradía de pescadores y pescadoras de Santoña y de Laredo

Para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.

Agricultores y agricultoras Villa de Prado de Madrid

Para la venta directa de verdura a los supermercados.

Relación diaria con los principales puertos del Cantábrico

Además, mantiene una relación diaria con los principales puertos del Cantábrico: Hondarribia, Ondarroa, Bermeo, Santander, Santoña, Laredo, Castro Urdiales y San Vicente de la Barquera. Esto contribuye a promover la actividad

económica de estas lonjas locales y garantiza un producto de primera calidad, en las pescaderías de todos los establecimientos.

Compromiso «Nirea»

Asimismo, el Grupo está adherido, desde 2014, al compromiso «Nirea» del Gobierno Vasco, para la Reactivación del Sector Primario y la

Revitalización del Medio Rural y Litoral de Euskadi.

Servicio directo verdura fresca temporada Madrid

Por otro lado, se ha implantado el modelo de servicio directo de verdura fresca de temporada en la mayoría de los establecimientos de Madrid, en línea con la tendencia del Grupo en otros territorios. Esta ampliación del surtido de origen en Madrid se ha ampliado también con la patata de Madrid. Para este trabajo, ha sido imprescindible el

contacto con las instituciones y organismos públicos y privados encargados del desarrollo rural de Madrid, que se ha formalizado con la adhesión al Protocolo de Actuación para el Fomento del Desarrollo y la Sostenibilidad del Sector Agroalimentario de la Comunidad de Madrid.

Acciones de refuerzo del apoyo a proveedores y proveedoras locales

- Reforzar el contacto, para dar salida a los excedentes de producto -ampliando el surtido de productos, abriendo el servicio a un mayor número de supermercados y fomentando ofertas-.
- Contacto con nuevos/as proveedores/as o elaboradores/as.
- Habilitar redes de compraventa directa, para dar salida a los excedentes, agilizando los procesos administrativos y logísticos.
- Colaborar con el Gobierno Vasco, las tres Diputaciones Forales vascas y Hazi, para dar salida a los excedentes de productores/as vascos/as, a través de sus puntos de venta.
- Participar en las campañas de promoción desarrolladas por las autoridades: "Comemos en casa, comemos de casa", en Navarra; "Llevamos Cantabria a tu mesa", en Cantabria, y "Basque Wine", en Euskadi.
- Celebración del Foro BM en San Sebastián, reuniendo a más de 100 proveedores/as locales, para compartir y poner en común inquietudes y retos del sector.





Ctra. Irun a Oiartzun, s/n
Polígono Bidaurre Ureder (B.º Ventas)

20305 IRUN (Gipuzkoa)
Teléfono: (+34) 943 668 000

Polígono Industrial Barros
Parcela 23

39400 LOS CORRALES DE BUELNA (Cantabria)
Teléfono: (+34) 942 848 120