



2023 Memoria

Uvesco en sociedad





01 CARTA DE NUESTRO PRESIDENTE	04
02 RESUMEN DEL AÑO 2023	08
Uvesco dinamizador y motor económico	10
La apuesta por el crecimiento	12
Espacios sostenibles y eficientes	14
Impulso a personas emprendedoras	16
03 MODELO UVESCO	18
Uvesco generador de riqueza y valor en su entorno	20
ADN de Uvesco	22
Valores	25
Impacto económico	27
Impacto en desafíos globales	28
04 NUESTRO IMPACTO	32
04/1 BENEFICIOS PARA LA CLIENTELA	36
Programas de fidelización	38
Más ventajas y ahorros ligados al programa de cliente/a	40
Servicio telefónico para mayores	43
Consolidación del <i>e-commerce</i>	44



04/2 ACCIONES SOCIALES Y SOLIDARIAS	46
Nuestro impacto en el tejido social y cultural	48
Activando el tejido asociativo de la comunidad	49
Ahorro en alimentación	51
Acciones solidarias	54
Actividades sociales y culturales	58
Patrocinios y clubes deportivos	63
Deporte y hábitos saludables	64
 04/3 BIENESTAR DE LA ORGANIZACIÓN	 68
Nuestro impacto en el bienestar de nuestros y nuestras profesionales	70
Estabilidad en los puestos de trabajo	72
Conciliación trabajo-vida privada	75
Seguridad, salud y bienestar	79
Información y comunicación	84
Formación y desarrollo de habilidades	86
Cultura de integración	88
Desarrollo de carrera. Plan Cantera	91
Fomento de estilo de vida saludable	92
 04/4 ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y DE CALIDAD	 96
Compromiso con el producto local y de temporada	98
Alianzas con el sector primario	102
Poniendo en valor las costas del Cantábrico	107
Alimentación sana y de calidad	108
Calidad y cuidado del fresco desde el origen	111
Apostando por categorías bio/eco y platos cocinados al momento	113
 04/5 SOSTENIBLE Y EFICIENTE	 114
Plan estratégico de sostenibilidad	116
0 emisiones de CO ₂ por consumo eléctrico: reto cumplido	123
Supermercados eco-eficientes	124
La reducción de la huella de carbono: eje estratégico	126
Compensación de la huella de carbono	129
Reducción del desperdicio alimentario	131
Separación y reciclaje de residuos	134
Utilización de ecoenvases y apuesta por el plástico reciclado	138
<i>Ticket</i> digital	140

01

Carta de nuestro presidente

Hemos crecido mirando hacia la clientela y adaptando nuestra oferta a las circunstancias del momento, sin renunciar a algo innegociable para nuestra entidad: el compromiso por la calidad y el producto fresco. Esta capacidad de adaptarnos nos ha permitido la expansión y consolidación de nuestro modelo de supermercado.



Nutrimos el bienestar de nuestro entorno

En Grupo Uvesco, hemos crecido mirando hacia la clientela y adaptando nuestra oferta a las circunstancias del momento, sin renunciar a algo innegociable para nuestra entidad: el compromiso por la calidad y el producto fresco.

A lo largo de nuestra trayectoria, esta capacidad de adaptarnos nos ha permitido la expansión y consolidación de nuestro modelo de supermercado -en la zona norte (País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja) y en la Comunidad de Madrid, donde estamos enfocando la expansión de BM Supermercados-.

En 2023, hemos dado pasos decisivos en nuestros planes estratégicos, centrándonos en ayudar a las personas y en facilitar el acceso a

la alimentación de calidad -que continúa siendo una preocupación para consumidores y consumidoras-. Entre estas acciones, se encuentran: el fortalecimiento de nuestro compromiso con el producto fresco; la revisión del surtido y el lanzamiento de la marca BM (reforzando nuestro compromiso con la calidad); la potenciación de ofertas, en nuestro canal -físico y digital-, con el objetivo de atender las necesidades de una población, cada vez más diversa y que toma mayor conciencia sobre su salud y su entorno.

Asimismo, el año 2023 nos ha llevado a realizar una reflexión, sobre nuestros impactos y aportaciones a la sociedad, en el marco de nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad Social. Reflexión, que nos ha permitido acercarnos más a nuestro posicionamiento -y a



los valores que nos diferencian en el mercado-. Hablamos de nuestra colaboración con proveedores y proveedoras locales (que nos ofrecen la calidad y la proximidad de nuestros productos); de las personas que forman parte del Grupo (nuestra cara visible y que ofrecen el trato diferencial que nos distingue) y de nuestra gestión sostenible y eficiente, definiendo los ejes de la Estrategia de Sostenibilidad 2024-2030.

Con todo ello, nuestra responsabilidad nos empuja a seguir aportando valor y calidad y a seguir trabajando en nutrir el bienestar de nuestro entorno, construyendo una sociedad más justa, solidaria y sostenible.

En definitiva, a ser responsables con las personas, a ayudarles a que tengan una mejor

calidad de vida -a través de la alimentación de calidad-, a que puedan cuidar su bienestar y el de sus familias y a que, aunando el esfuerzo de todas las personas, podamos respetar el medioambiente, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Presidente de Grupo Uvesco

José Ramón Fernández
de Barrena Bermejo

02

Resumen del año 2023

Uvesco dinamizador y motor económico: potenciando aperturas; reforzando la propuesta comercial, con la revisión de surtido y la introducción de la marca BM; y avanzando en digitalización, para lograr la omnicanalidad y facilitar la compra de nuestra clientela.



Uvesco dinamizador y motor económico

Adaptándonos a un contexto inflacionista

En 2023, los cambios en los hábitos del consumo han seguido marcando el rumbo, en el sector de la distribución -afectado, en los últimos años, por un contexto inflacionista, consecuencia de la subida de costes y materias primas, la crisis de suministros y las guerras europeas-. Esta situación nos ha dejado un año, en el que **los esfuerzos se han centrado en la adaptación a las nuevas necesidades de una persona consumidora más preocupada por el ahorro**, pero que continúa valorando la calidad y los productos de proximidad (lo que nos permite mantener la apuesta por nuestro modelo de supermercado).

Fruto del esfuerzo realizado y gracias a nuestro compromiso por la generación de valor y desarrollo económico, hemos conseguido cumplir las previsiones y nos hemos mantenido entre las empresas de distribución líderes, con un modelo de supermercados de proximidad. Un modelo, en el que el foco ha estado dirigido a la clientela, para quien hemos desarrollado una estrategia de promociones, favoreciendo el ahorro y facilitando el acceso a la alimentación de calidad y al producto fresco -pilar del modelo BM y gran perjudicado, en este último año-.

En este contexto, hemos desarrollado una estrategia, basada en **TRES EJES PRIORITARIOS**. En primer lugar, en el crecimiento -a través de aperturas y la mejora de nuestras tiendas-, fundamental para seguir siendo motor económico y generador de empleo. En segundo lugar, reforzando nuestro surtido -con la potenciación del producto fresco y la introducción de la marca BM-. Y, en tercer lugar, con nuestro objetivo de seguir abordando la digitalización y la omnicanalidad.

01

Crecimiento

Potenciación de aperturas y emprendimiento

02

Refuerzo de la propuesta comercial

Revisión de surtido e introducción de la marca BM

03

Avances en digitalización

Clave en el presente y futuro, para lograr la omnicanalidad y facilitar la compra

UVESCO EN CIFRAS

SUPERMERCADOS

295

FACTURACIÓN

1.072M€

INVERSIÓN

36,5M€

PROVEEDORES/AS
LOCALES

248M€

BANCOS DE
ALIMENTOS

626T

PUESTOS
ENCARGADAS

61%

DESCUENTOS, VALES
Y BONOS

28M€

BENEFICIO FAMILIAS
NUMEROSAS

1,5M€

DESPLAZAMIENTOS
SOSTENIBLES

27,8%

EMPLEADOS/AS

6.176

SALARIOS Y
BENEFICIOS SOCIALES

205,4M€

INVERSIÓN EN
FORMACIÓN

5,2M€

TASA DE RECICLAJE
(PLANTAS DE IRUN)

95%

PLÁSTICO RECICLADO
EN ENVASES

50%

AHORRO ENERGÉTICO

101.799KWh



La apuesta por el crecimiento

7 nuevos establecimientos propios

En 2023, hemos mantenido nuestro plan de expansión del modelo BM, que ha contemplado aperturas, tanto en la Comunidad de Madrid y zona centro, como en el País Vasco y Navarra. Así, **en Madrid, hemos sumado cuatro establecimientos más -lo que nos mantiene entre los diez primeros**

operadores de distribución de Madrid, en superficie-. Respecto a la zona norte, hemos abierto tres supermercados más -lo que, junto a las reformas de otras tiendas implantadas, nos permite reforzar y mantener nuestro liderazgo en la zona norte de la península, donde tenemos nuestro origen-.

7 Nuevos establecimientos propios

4 - COMUNIDAD DE MADRID
1 - NAVARRA
1 - GIPUZKOA
1 - ARABA/ÁLAVA

272 Supermercados propios

205.999 m²

BIZKAIA: 100 supermercados, 66.043 m²
GIPUZKOA: 56 supermercados, 41.236 m²
ARABA/ÁLAVA: 10 supermercados, 9.607 m²
NAVARRA: 25 supermercados, 24.260 m²
CANTABRIA: 26 supermercados, 18.084 m²
LA RIOJA: 6 supermercados, 6.210 m²
MADRID: 46 supermercados, 38.470 m²
ÁVILA: 2 supermercados, 1.374 m²
GUADALAJARA: 1 supermercado, 716 m²



Espacios sostenibles y eficientes

Reformas

La inversión en reformas y mejoras de tiendas es una constante, en los planes de inversión de Grupo Uvesco, **con el objetivo de contar siempre con supermercados actualizados con las últimas innovaciones y ofrecer la mejor experiencia de compra.**

En este ámbito, en 2023, hemos llevado a cabo reformas completas en tres supermercados, así como otras obras y actuaciones de mejora y actualización, en otra veintena de tiendas.



La inversión en reformas y mejoras de tiendas es una constante, en los planes de inversión de Grupo Uvesco, con el objetivo de contar siempre con supermercados actualizados con las últimas innovaciones y ofrecer la mejor experiencia de compra.

Estas reformas consisten en: cambios de mobiliario, para facilitar pasillos más amplios y el aprovechamiento del espacio, para optimizar el surtido; colocación de nuevas cámaras frigoríficas; cambio de luminarias y reordenación de mostradores y secciones de frescos, para dotar de una mayor presencia a

las exposiciones de producto. Estas actuaciones permiten, además, la introducción de criterios de ahorro energético, con nuevas luminarias, que mejoran la eficiencia y contribuyen al cuidado del medio ambiente (uno de los objetivos sostenibles marcados en nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad).



Impulso a personas emprendoras

23 franquicias - 6.175 m²

A nuestras tiendas propias, se unen 23 establecimientos, en formato de franquicia, que contribuyen al desarrollo económico y la generación de valor, en las poblaciones donde se encuentran. Al mismo tiempo, esta vía de desarrollo ayuda a la generación de empleo -uno de los compromisos de Grupo Uvesco, que cumplimos, no solo a través de empleos directos, sino también con la apuesta por la fórmula de franquiciado/a-.

Esta fórmula ofrece una oportunidad de abrir un supermercado rentable y con opciones de futuro a personas emprendedoras, que quieren sumarse al modelo BM, con un desarrollo profesional, en poblaciones de pequeño tamaño.

Las personas que apuestan por estas franquicias cuentan con nuestra total colaboración: desde asesoramiento financiero, hasta el plan de viabilidad y seguros; surtido y servicio logístico; apoyo y formación del personal, para las personas empleadas del Grupo... Todo ello beneficia tanto a la persona emprendedora -que muestra su satisfacción por pertenecer a Grupo Uvesco-, como al mantenimiento del modelo BM, a través de estas tiendas. De esta forma, replica el formato de BM Supermercados, en cuanto al compromiso con el producto de calidad y surtido, a la vez que refuerza nuestra postura por la alimentación saludable.

F R A N Q U I C I A



Nuestro modelo de franquicia

Asesoramiento financiero;
Surtido y servicio logístico de Grupo Uvesco;

Apoyo y formación del personal, para las personas empleadas del Grupo...





Nuestra misión: ofrecer un amplio surtido de productos de calidad, con un servicio excelente y diferenciador, en torno a la alimentación sana, que genere una relación de confianza plena con las personas consumidoras y, a través de esta gestión, aportar mayor calidad de vida y favorecer una sociedad más justa y sostenible.



Uvesco generador de riqueza y valor en su entorno

Nuestra misión: nutrir el bienestar de nuestro entorno

Poner a disposición de las personas un amplio surtido de productos de calidad, con un servicio excelente y diferenciador, en torno a la alimentación sana, que genere una relación de confianza plena con las personas consumidoras y, a través de esta gestión, aportar mayor calidad de vida y favorecer una sociedad más justa y sostenible.

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. Por una parte, la proximidad de las viviendas le

permite establecer una relación muy estrecha con la clientela, con visitas frecuentes a los establecimientos; y, por otra, el modelo enfocado en el producto local y de Km0 permite también a las personas proveedoras, en muchos casos, un contacto directo con el punto de venta, sin necesidad de transportes intermedios.

Ubicación estratégica en zonas residenciales y espacios de fácil accesibilidad para los consumidores y consumidoras.



ADN de Uvesco

Principios que nos ayudan a crecer

Nuestra actividad y desarrollo tiene como motor una estrategia comercial muy clara, que dio lugar a la formación de Grupo Uvesco en 1993, fruto de la unión de dos empresas de distribución veteranas. En ese momento, la experiencia y los puntos en común de las dos partes fundadoras permitieron marcar nuestras señas de identidad y los pilares del Grupo e iniciar una etapa con una estrategia definida y con una proyección de crecimiento, basada en el desarrollo sostenible, la calidad, el servicio y con una fuerte implantación del producto fresco y local -que, hoy día, sigue marcando nuestra actividad-.

Al mismo tiempo, manteniendo nuestros pilares como punto de referencia, nuestros planes de crecimiento han estado muy enfocados hacia nuestra clientela, lo que nos ha permitido adaptarnos a las circunstancias del mercado -muy cambiantes e inciertas, sobre todo en estos últimos años-, que nos han llevado a integrar la adaptación en nuestra estrategia, como motor de tracción para avanzar. Nuestra constancia y compromiso con nuestro origen y pilares han sido clave en nuestra trayectoria y en el crecimiento de nuestros supermercados -representados en las enseñas BM Supermercados y Super Amara-.



PILARES MODELO UVESCO (BM/SUPER AMARA)

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.

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).

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.

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.

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.

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.

Esta apuesta nos ha permitido un crecimiento constante -haciendo frente a las adversidades del mercado y del sector- y ha demostrado que contamos con un modelo sostenible y fiable. Esto se demostró durante la crisis provocada por la COVID-19, donde el sector de la distribución se convirtió en protagonista y en el que realizamos un esfuerzo extraordinario, demostrando que nuestro modelo puede contar con la confianza de la clientela, en las situaciones más adversas.

Además, para la gestión eficiente de la actividad comercial, resulta fundamental que estos pilares sean compartidos por las personas que forman parte del Grupo. Cada profesional de las diferentes áreas de Grupo Uvesco es una persona comprometida, con una misma vocación -orientada al servicio a la

clientela- y que pone en práctica los pilares de la empresa, para conseguir el mismo objetivo común: ofrecer un servicio de calidad y la mejor experiencia de compra, basada en los mismos pilares y criterios comerciales.

Únicamente a través de la visión compartida de nuestros principios, es posible realizar una gestión eficiente y con resultados positivos, en el balance general de la empresa. Esta visión hace que la actividad de Grupo Uvesco, desde las diferentes áreas, tenga un sentido único y que, por tanto, se generen diferentes impactos positivos y de calidad en la sociedad.



Valores

Compromiso con una sociedad saludable,
solidaria y próspera

Nuestra actividad se desarrolla sobre la base de seis áreas de actuación concretas, que marcan nuestra gestión, en relación con cada

agente que forma parte de nuestra cadena de valor y con nuestro entorno.

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.

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.

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 (donde la persona consumidora es la protagonista).

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.

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-.

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.

Grupo Uvesco es un agente generador de riqueza y valor en su entorno, gracias a su relación e interacción con agentes, que forman parte del sector de la distribución y que también entran en juego en la actividad comercial. La correcta relación y comunicación entre agentes es necesaria y útil, para lograr una actividad comercial de éxito. En esta relación, Grupo Uvesco debe canalizar y coordinar su cadena de valor, siendo motor económico.

En los grupos de interés externos, se encuentran, por una parte, las personas proveedoras y acreedoras del sector de distribución con quienes se relaciona y que proveen los productos y alimentos de los establecimientos; de otra parte, la clientela (las personas destinatarias de la

actividad comercial); y, por último, la plantilla y agentes sociales, con los que Grupo Uvesco tiene una relación directa y estrecha y con los que impacta, positivamente, en la calidad de vida y bienestar de la sociedad. En definitiva, su correcta gestión con los grupos de interés le permiten el desarrollo de su actividad, de forma equilibrada, sostenible, justa y con impactos socioeconómicos.

GRUPOS INTERÉS UVESCO

EXTERNOS

Proveedores/as, acreedores/as, consumidores/as y la comunidad.

INTERNOS

Gobierno de la empresa y plantilla.



Impacto económico

Valor generado en nuestro entorno

La actividad comercial de Grupo Uvesco y su marcado carácter local generan un valor económico que revierte, a su vez, en diferentes agentes que intervienen en su actividad: personas proveedoras y acreedoras, plantilla y sociedad en general.

Este impacto económico genera valor en su entorno, en diferentes ámbitos: potenciando el empleo; el desarrollo y la cohesión social; la salud y el bienestar y apoyando las medidas, para un desarrollo conjunto y sostenible de la sociedad.

VALOR DISTRIBUIDO

SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES

205,4M€

COMPRAS A PROVEEDORES/AS LOCALES

248M€

INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

3,5M€

INVERSIONES

PROYECTOS DE EXPANSIÓN E I+D+i

36,5M€

IMPUESTOS

PAGOS A LAS ADMINISTRACIONES

105M€

Impacto en desafíos globales

Compartimos objetivos

Los impactos de la actividad de Grupo Uvesco en su entorno se encuentran enmarcados en la Estrategia de Responsabilidad Social.

Una estrategia desarrollada, con el fin de tomar conciencia de su compromiso y de su papel como agente social y de implementar esta reflexión, de forma interna, entre agentes y personas que forman parte del Grupo.

En este plan, se establecen los ámbitos prioritarios en los que nuestra actividad tiene un impacto social, económico y medioambiental -en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por Naciones Unidas en 2015, que marcan los ámbitos de impacto social, en los que mejorar

o intervenir a nivel mundial, para conseguir un mundo más justo-.

Grupo Uvesco puede aportar algo a cada uno de estos retos; sin embargo, se han detectado **nueve ODS**, donde podemos marcar una diferencia mayor y que estructuran nuestro compromiso. Un compromiso necesario para que, de la mano de administraciones públicas y entidades sociales, se pueda construir una sociedad más sostenible y justa.

Asimismo, la responsabilidad de aportar a estos objetivos es transversal a todo el Grupo, pero cobra especial relevancia en el Comité de Responsabilidad Social Corporativa de Grupo Uvesco.



En este comité -con representación de los diferentes departamentos del Grupo-, se debaten los diferentes temas relacionados con la RSC dentro del Grupo, al mismo tiempo que se coordinan las diferentes acciones que conllevan la implicación de varios departamentos y se hace seguimiento de las líneas abiertas. Este comité se reúne de manera bimestral y está presidido por la directora financiera de Grupo Uvesco.

Así, los aspectos identificados como materiales para Grupo Uvesco se correlacionan con los siguientes ODSs. Estos puntos se encuentran, asimismo, **alineados con los principales ámbitos de interés**, que se marcan en la Estrategia de Sostenibilidad, desarrollada en 2023:

Impacto sobre los ODS definidos por Naciones Unidas

Correlación entre los aspectos materiales de Grupo Uvesco y los ODS



Principales áreas de actuación en las que Grupo Uvesco genera impacto



Donación a bancos de alimentos.

Proyectos piloto de donación directamente desde tienda, con Oreka y Phenix.

Donativos a ONGs: Lagael, Activa'TT...

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

Ahorro para familias numerosas.



Ahorro para personas celíacas.

Servicio de atención telefónico, para personas mayores.

Beneficios sociales a personas empleadas.

Aportación económica a la lucha contra el cáncer, a través de AECC.

Programa "Elige Cuidarte", para el cuidado de la alimentación.

Lanzamiento del "Proyecto Solidario Uvesco".



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 tiendas 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.



Las acciones, que se han identificado y que contribuyen a alcanzar las metas fijadas para cada uno de los ODS son las siguientes:



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.

Proyecto "Último minuto", en las tiendas de Super Amara, para donación de excedentes alimentarios.

Uso de envases, bolsas y botellas de plástico reciclado.

Certificación Welfair / Bienestar Animal.

Adhesión al Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment).

Certificado Residuo Cero de AENOR, en las plantas logísticas de Irun.

Opción de *ticket* digital, con el objetivo de reducir papel.



Reducción de la huella de carbono del 48%, en el período 2018-2022.

28% 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.



Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Participación en proyectos colaborativos, con diferentes clústeres y administraciones.

Participación en el proyecto "Misión alimentación saludable y sostenible" de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

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

Uvesco responsable con el tejido social y con el desarrollo económico de nuestro entorno. Asumimos nuestra responsabilidad, favoreciendo el tejido social y el desarrollo económico de nuestro entorno, de forma respetuosa.



Uvesco responsable con su entorno

Asumimos nuestra responsabilidad. Por una parte, apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestros 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 Beneficios para la clientela



- 04/1 Beneficios para la clientela
- 04/2 Acciones sociales y solidarias
- 04/3 Bienestar de la organización
- 04/4 Alimentación saludable y de calidad
- 04/5 Sostenible y eficiente



04/2 Acciones sociales y solidarias



04/3 Bienestar de la organización



04/4 Alimentación saludable y de calidad



04/5 Sostenible y eficiente



Beneficios para la clientela

Programas de fidelización. Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes y clientas.



Programas de fidelización

Medidas de ahorro

Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes y clientas. Para ello, desarrollamos una actividad, basada en los pilares y valores del Grupo, que se refuerza con una **intensa actividad comercial, orientada a ofrecer los mayores beneficios económicos, ventajas comerciales y ahorros para nuestra clientela.**

Ponemos, así, a su disposición un abanico de medidas de ahorro, al que pueden acceder a través de los programas de fidelización de las dos enseñas, Super Amara y BM Supermercados. Se trata de programas, con más de veinte años de funcionamiento, que ponen el foco en cada cliente y clienta, con

numerosas ventajas y con un impacto en la comunidad, que, año tras año, y de la mano de nuestro plan de expansión, va creciendo.

En la actualidad, contamos con más de 895.000 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. Grupo Uvesco, de esta forma, cumple el objetivo de poner al alcance de los consumidores y consumidoras un surtido de gran calidad y de productos frescos muy amplio. Además, para facilitar su acceso, revierte en sus clientes y clientas diferentes beneficios económicos, descuentos y un ahorro en sus compras.

CLIENTES/AS ADHERIDOS/AS 895.919

Venta cliente/a fidelizado/a 84%

CUENTA BM
832.798 clientes/as

TARJETA SUPER AMARA
63.121 clientes/as



BENEFICIO ECONÓMICO A FAMILIAS
(descuentos, vales y bonos)
28M€

Más ventajas y ahorros ligados al programa de cliente/a

Con el fin de facilitar el acceso a la alimentación de calidad

En los últimos años, esta actividad promocional se ha incrementado. Primero, por efecto de la crisis sanitaria; y en los últimos años, por la crisis de suministros y materias primas, que nos

ha llevado a **incrementar un 20% en los dos últimos años las acciones de ahorro para nuestra clientela, con el fin de facilitar el acceso a la alimentación de calidad.**

Marca propia, reforzando la propuesta comercial

En 2023, se ha dado un paso más, con la revisión del surtido y el **lanzamiento de la marca BM** -con el objetivo de crear una marca propia de máxima calidad, al mejor precio, y mejorar su identificación, para facilitar la capacidad de elección de las personas consumidoras, manteniendo nuestro compromiso por el amplio surtido y la calidad-.

De esta forma, bajo esta nueva marca, se unifican las diferentes marcas de distribución, que hasta ahora se encontraban en las tiendas,

en concreto: IFA (Eliges, Sabe y Unnia), Saski, Peñalabra, Bertako y Selecta. En paralelo, se ha realizado una revisión de todo el surtido, para actualizar e introducir nuevos productos, que completen la gama en todas las secciones.

En total, bajo la marca BM se completa un **surtido de 1.200 productos básicos**, en envasados y frescos, que representará un 11% de las referencias del supermercado.



REFERENCIAS MARCA BM
1.200



Ahorros y ventajas segmentadas

En los últimos años y junto a la estrategia de digitalización, este programa está ampliando sus ventajas, con una especialización de las ofertas -para dirigir las de forma segmentada y adecuadas a las necesidades de cada consumidor y consumidora- y un mayor número de descuentos, especialmente centrados en las secciones de frescos (principal eje del modelo BM, donde se refuerzan las ofertas, de forma periódica, con descuentos importantes acumulables y directos en las compras).

Al mismo tiempo, a través de la aplicación móvil de la cuenta de cliente/a, se facilita el acceso a los descuentos y se favorecen las ofertas segmentadas, que benefician, aún más,

el acceso a productos de interés para la persona consumidora. Las ventajas que ofrece refuerzan el modelo de supermercado y permite que los clientes y clientas tengan un alto grado de fidelización en sus compras.



Servicio telefónico para mayores

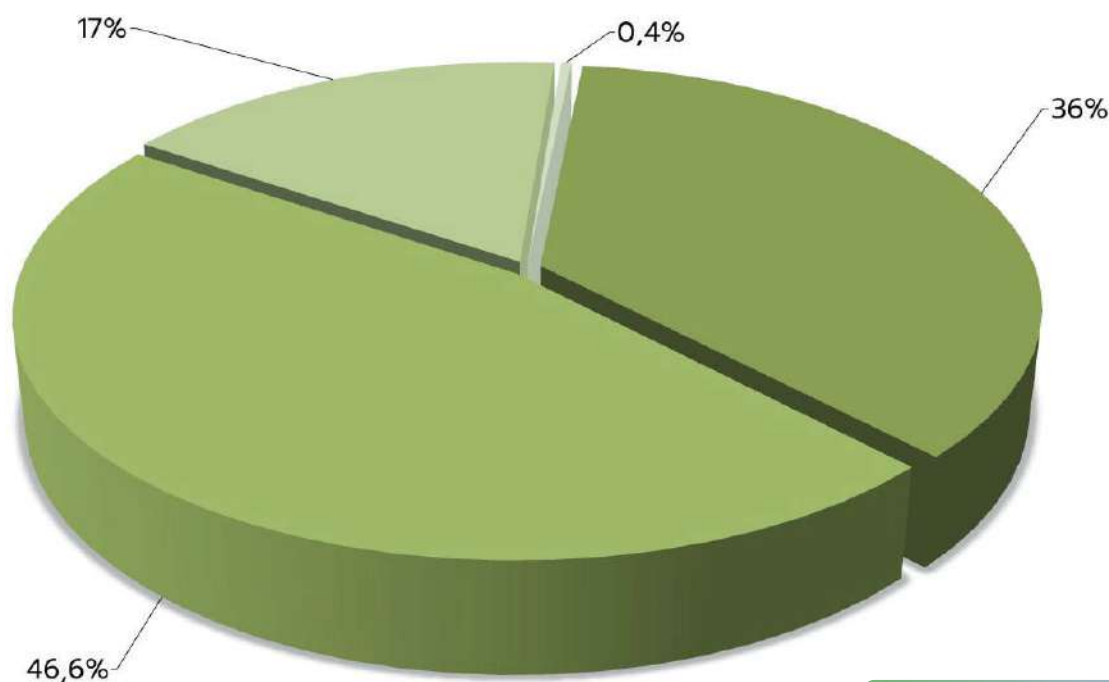
Para favorecer y facilitar el acceso a la compra de las personas mayores

Para favorecer y facilitar el acceso a la compra de las personas mayores, contamos con un **servicio telefónico de compra**, que, a través del teléfono de atención a la clientela, ofrece ayuda a estas personas, con dificultades para desplazarse al supermercado o acceder a la compra *online*. Este servicio fue esencial, durante el confinamiento de 2020.

Cuenta con una media de 400 pedidos al mes y con un alto nivel de fidelización, siendo personas de más de 65 años las que utilizan este teléfono de forma habitual, para hacer sus compras. En cuanto al tipo de compra, tiene un gran peso el producto fresco, que, al igual que en el caso del pedido *online*, se prepara al gusto de cada cliente y clienta.

Tipos de contacto SAC 2023

- Información
- Solicitudes
- Quejas
- Sugerencias



900 555 300



Consolidación del *e-commerce*

Pilar de nuestra estrategia de digitalización

El compromiso por el desarrollo del *e-commerce* -pilar de nuestra estrategia de digitalización, y el desarrollo experimentado, especialmente a partir el año 2020- nos permite contar con un servicio consolidado, que cumple con los mismos estándares de calidad que la tienda física y pone el foco en el producto fresco. En nuestra estrategia de desarrollo y crecimiento económico, es fundamental. De esta forma, se encuentra dentro de nuestro plan estratégico de responsabilidad, como un eje más generador de valor y crecimiento en el entorno.

Apuesta por el fresco: con un 30% de producto fresco en los pedidos, la herramienta digital fortalece el modelo de supermercado de Grupo Uvesco.

Asimismo, el desarrollo del *e-commerce* da respuesta a la demanda de una persona consumidora, cada vez más digital, que tiende a realizar compras *online*; favorece el desarrollo económico, a través de la potenciación de la tecnología; y, en tercer término, reduce los desplazamientos a tienda -lo que disminuye los impactos en el medio ambiente, derivados del uso del vehículo particular-. Siendo el *e-commerce* una pieza fundamental del ecosistema digital de la empresa, que ayuda a fidelizar a nuestra clientela, la apuesta estratégica se ha consolidado este último año.

En el último año, las ventas *online* se han incrementado un 14% y el número de clientes y clientas, que compran en el canal, en un 9%.



Hemos seguido evolucionando el servicio, con la intención de impulsar la omnicanalidad y seguir ofreciendo una experiencia excelente a nuestra clientela. En este sentido, hemos desarrollado **mejoras en la plataforma de venta online** (integración de nuevas promociones, mejora del buscador, facilitadores de compra, etc.), **hemos desplegado el servicio de “Click & Collect”** (se ha ampliado a 28 tiendas y hemos instalado un *locker* tritemperatura, donde la clientela puede recoger su pedido) y **hemos puesto el foco en los procesos derivados del modelo operativo**

de preparación de pedidos en tienda

-ejecutando mejoras que favorezcan, por un lado, la eficiencia en la preparación y, por otro lado, la excelencia en el tratamiento del producto, haciendo hincapié en los frescos-. Por otra parte, este desarrollo del *e-commerce* resulta una pieza fundamental del ecosistema digital del Grupo, donde actualmente la clientela ya puede desenvolverse y navegar de forma sencilla, a través de los entornos digitales que tiene a su disposición y que están relacionados: **la tienda online, la aplicación móvil y la página web.**

PEDIDOS ONLINE
^ 14%

CLIENTES/AS
^ 9%





Acciones sociales y solidarias

La proximidad con nuestra clientela es uno de los compromisos que nos permite impactar, directamente, en el tejido social y dar una parte de nuestro valor a la comunidad a la que pertenecemos.



Nuestro impacto en el tejido social y cultural

Uno de nuestros valores: la proximidad con la clientela

Uno de nuestros valores es la proximidad con nuestros clientes y clientas. Los establecimientos -en su mayoría situados en zonas residenciales- nos facilitan un trato muy cercano con la clientela (una característica que nos ha llevado, a lo largo de nuestra trayectoria, a establecer lazos con el tejido social y con la comunidad donde desarrollamos nuestra actividad). Se trata de uno de los compromisos, que nos permiten impactar, directamente, en el tejido social y dar una parte de nuestro valor a la comunidad a la que pertenecemos.

De esta forma, 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. Todo ello tiene un impacto en una mejor cohesión social y en el fomento de una cultura sostenible y saludable, en la que la alimentación de calidad es un pilar fundamental.

Con las acciones desarrolladas, cumplimos los objetivos de desarrollo ODS 1 y 3, que impactan en la mejora de la salud y el bienestar de la comunidad y que contribuyen a reducir la brecha de pobreza de colectivos desfavorecidos.

IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.256.000€

ASOCIACIONES Y
COLECTIVOS

752.000€

FAMILIAS NUMEROSAS

1.551.000€

SOLIDARIDAD, CULTURA
Y DEPORTE

953.000€

BANCOS DE ALIMENTOS

566T

Activando el tejido asociativo de la comunidad

A través de nuestros acuerdos con diferentes asociaciones y a través del ahorro que ofrecemos en las compras

Asociaciones de celíacos de nuestras zonas de implantación

Nuestro impacto en la comunidad se desarrolla a través de nuestros acuerdos con diferentes asociaciones, a las que apoyamos para el desarrollo de su actividad y, también, a través

del ahorro que ofrecemos en las compras, para los socios y socias de estas entidades.

Con ello, no solo apoyamos el mantenimiento



de estos colectivos -necesarios para la estabilidad del tejido social y organizativo del entorno-, sino que fomentamos, además, el consumo de calidad y el bienestar de las personas y familias que forman parte de estos colectivos, que cuentan con ventajas en sus compras.

Entre estos acuerdos, destaca nuestra relación continuada a lo largo de los años, con las **asociaciones de celíacos de nuestras zonas de implantación**, a quienes apoyamos, a través de beneficios que ayudan en el desarrollo de su actividad.

De esta forma, influimos en el beneficio conjunto, calidad de vida y bienestar de este colectivo. Pero lo más destacado es que, a través de este acuerdo, apoyamos a un sector cada vez más numeroso de personas intolerantes al gluten, adscritas a estas asociaciones, y que se pueden beneficiar de un descuento especial en todas sus compras de nuestros supermercados.

Acuerdos con colectivos sociales

De la misma manera, tenemos otros acuerdos con colectivos sociales, que desarrollan actividades deportivas y culturales en su

entorno, como son Santiagotarrak de Irun, Peña Sport de Tafalla y La Marinera de Castro Urdiales.

Ventajas a clientes/as

En este apartado, nuestra actividad también tiene un impacto en otras empresas del entorno y en sus empleados y empleadas, a través de un **programa de ventajas especiales a clientes y clientas**. En concreto, colaboramos

con Jasokunde Kooperatiba, Laguntasuna Kooperatiba, Volkswagen Navarra, Sociedad Vascongada de Publicaciones, Petronor, ITP Zamudio, Bridgestone, Centro Comercial Zubiarte de Bilbao y Club Suscriptor DV.

Ahorro en alimentación

Familias numerosas, personas con intolerancias y alimentación saludables

Familias numerosas

La colaboración en la mejora de la calidad de vida de las personas implica, también, un compromiso con aquellos hogares que tienen un gasto elevado en alimentación, como las familias numerosas y las personas con intolerancia al gluten. En ambos casos, desde hace ya más de diez años, desarrollamos un programa con un **descuento especial del 5%**,

en todas las compras que realizan en sus supermercados -lo que supone un ahorro importante en su cesta de la compra y en la economía familiar-. En 2023, un total de 16.969 familias numerosas, adheridas a este programa de descuentos, consiguió un ahorro total de 1,5M€.

FAMILIAS NUMEROSAS BENEFICIADAS
16.969

DESCUENTO
5%

AHORRO TOTAL
1,5M€



Personas intolerantes al gluten

Por su parte, el programa de ahorro que beneficia a **personas intolerantes al gluten** se realiza a través del acuerdo alcanzado con las Asociaciones de Celíacos -vigente en BM Supermercados y del que forman parte un total de 3.143 personas-. En este caso, no solo se apoya la economía de un sector con un gasto mayor, por el consumo de productos específicos para intolerantes al gluten; sino que, además, se favorece a un colectivo, con dificultades para disponer de un surtido a su medida en el mercado (a pesar de tener cada vez más reconocimiento, el surtido sigue siendo menor que el de otras referencias).

El 5% de descuento se aplica a todas las compras, con lo que se benefician del acceso al consumo de otros productos -como frutas y hortalizas, que, a pesar de no ser específicas sin gluten, son base fundamental de la alimentación-.

PERSONAS INTOLERANTES AL GLUTEN BENEFICIADAS
3.143

DESCUENTO
5%

Uvesco saludable; los alimentos que mejor te sientan

En el marco del compromiso por mantener la capacidad de elección de la clientela y contar con un surtido acorde a las necesidades de la población, nuestros establecimientos cuentan con un espacio destinado a la **alimentación saludable**, donde se recogen marcas y productos especiales dirigidos a personas con diferentes tipos de intolerancias y a completar la alimentación de colectivos minoritarios. De esta forma, se incluyen más de doscientas referencias de productos específicos sin gluten -galletas, magdalenas, pan, bases de pizza, bebidas... -; pero también se cuenta con otros productos bio, eco, soja... dirigidos a clientes y clientas, que cuidan su salud y su alimentación,

no necesariamente relacionados con alguna intolerancia.

Por otra parte, cada vez son más las marcas que señalizan sus artículos con el indicativo "sin gluten" y que se encuentran en otros lineales del establecimiento, con lo que se cumple con el objetivo de que todas las personas consumidoras tengan la mayor información posible, sobre los componentes de los productos. Además, junto con el producto fresco, permite a personas con intolerancias un mayor y mejor acceso a una alimentación adecuada a sus necesidades.



Acciones solidarias

Hemos entregado 629 toneladas al Banco 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. A través de esta colaboración, destinamos, desinteresadamente, un volumen diario de productos, que nos ha llevado a convertirnos en uno de los principales donantes de alimentos de Gipuzkoa -donde se ubican dos de sus plantas logísticas- y que, año tras año, va en aumento.

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. Esto es posible, gracias al sistema de gestión de residuos de Grupo Uvesco. Un sistema transversal -que implica desde el área de logística, hasta el personal de tienda- y que

permite la recuperación de aquellos productos de alimentación, que están en condiciones de consumo óptimas, pero no se encuentran a la venta y que se destinan a los Bancos de Alimentos, para cubrir necesidades básicas de familias desfavorecidas.

En 2023, el programa “Último minuto” desarrollado en nuestros establecimientos Super Amara, ha sido premiado por la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Banco de Alimentos, en el marco de la Semana Europea del Desperdicio, por tratarse de una iniciativa, 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. Es la tercera vez que Grupo Uvesco resulta seleccionado por la Diputación Foral De Gipuzkoa; en 2022, recibió un reconocimiento por el mismo programa y en 2019, por la incorporación a las donaciones del producto perecedero -favoreciendo, tanto el aprovechamiento, como el volumen de donaciones-.



Por otra parte, 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 los clientes y clientas.

En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2023, se han recibido 590.170

euros y 423 toneladas, aportados por la ciudadanía, que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

La suma total de aportaciones a los bancos de Alimentos en 2023 (aportaciones diarias + 7% aportaciones en campañas) asciende a 629 toneladas.

CAMPAÑA MAYO

212.343€ bonos + 180.831 kg

DONACIÓN 7% UVESCO

14.864€ + 12.658 kg

CAMPAÑA NOVIEMBRE

377.827€ bonos + 242.978 kg

DONACIÓN 7% UVESCO

26.447€ + 17.008 kg

Se trata de una labor de sensibilización y de apoyo, que incrementa las aportaciones que realizamos a los Bancos de Alimentos, a través

de donativos -económicos o en forma de producto- de particulares y personas anónimas.

DONACIONES DIARIAS AL BANCO DE ALIMENTOS + 7% de la Gran Recogida de Alimentos

AÑO 2020
307T

AÑO 2021
390T

AÑO 2022
566T

AÑO 2023
629 toneladas



Actividades sociales y culturales

Solidaridad con colectivos desfavorecidos, participación y desarrollo de la mujer y mejora del bienestar de la ciudadanía, fomentando hábitos saludables y sanos

El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Uvesco, conlleva nuestro compromiso con el desarrollo de actividades sociales y culturales de nuestro entorno que, tras el parón sufrido durante los años de pandemia, hemos podido

recuperar con el objetivo de fomentar la solidaridad con colectivos desfavorecidos, la participación y desarrollo de la mujer y la mejora del bienestar de la ciudadanía, fomentando hábitos saludables y sanos.

Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)

Entre las actividades llevadas a cabo en 2023, destaca por su impacto en el bienestar y la salud, nuestra colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), con quien colaboramos en diferentes campañas. Por ejemplo, en la 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 -campañas, en las que realizamos una donación de 3.000 euros a la AECC, destinada a la mejora de la calidad de vida de las familias afectadas-.

Día Mundial de la Hipertensión

Por otra parte, hemos participado, un año más, en el Día Mundial de la Hipertensión (17 de mayo), junto con determinados Colegios de Enfermería, en el que tuvimos un stand de prevención e información, en cada provincia donde estamos presentes. Se trata de un compromiso que está en línea con uno de los

Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS 3 por la Salud y el Bienestar-, contribuyendo a la prevención de una dolencia que puede mejorarse, a través de hábitos y alimentación sanas.

Prevención y divulgación de la trombosis, con la asociación Activa'TT

Asimismo, hemos puesto en marcha un programa de prevención y divulgación, con la asociación Activa'TT, para concienciar sobre la trombosis. En este marco, se desarrolló una campaña de captación de donativos en tienda para clientes y clientas. Además, se realizó una donación de 9.000 euros, destinada a la asociación, para programas de formación, promoción e investigación de esta afección.

En tercer lugar, se llevó a cabo una jornada destinada a personas trabajadoras del Grupo, en la que se les realizó un test médico, con un diagnóstico y pautas para prevenir la trombosis.

Programa de medición de la glucemia

En 2023, se lanzó una prueba piloto de la mano de la start up **Glucovibes**, destinada a mejorar la salud de las personas consumidoras,

a través de un programa de medición de la glucemia.

Concierto Solidario de Navidad Super Amara

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 2023, hemos organizado el

Concierto Solidario de Navidad Super Amara con Los Secretos, en el Kursaal de Donostia-San Sebastián, en beneficio de LAGAEL (asociación de ayuda a mujeres, que sufren adicciones, problemas de abusos y adicciones emocionales).

Otras actividades culturales y sociales

Participación en otras muy diversas actividades culturales y de índole social, en las que hemos estado presentes, aportando material o productos para la celebración de los eventos.

La relación de eventos y localidades, en los que ha participado el Grupo, en el ejercicio 2023, se detallan en el siguiente cuadro:

EVENTOS Y LOCALIDADES EN LAS QUE HA PARTICIPADO UVESCO 2023

DONACIÓN DE 400 KILOS DE PRODUCTOS DE HIGIENE A CÁRITAS	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
CONCURSO DE MARMITAKO Y CONCURSO DE PAELLA, SEMANA GRANDE	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
BILBOKO KONPARTSAK ASTE NAGUSIA	BILBAO
DONOSTIA FESTAK - SEMANA GRANDE HINCHABLES PLAZA CATALUÑA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
DONOSTIA FESTAK - BANDERA DE LA CONCHA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
FIESTAS SAN FERMÍN - HINCHABLE	PAMPLONA
FIESTAS SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	MADRID
FIESTAS HOYO DE MANZANARES.	MADRID
HINCHABLES LAGUNDUCK	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
MARCHA SOLIDARIA A FAVOR DE GAUTENA (ASOCIACIÓN GUIPUZCOANA DE AUTISMO)	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
PROYECTO SÍNDROME DE DRAVET - GERO AXULAR DANTZA TALDEA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN CON BANCO DE ALIMENTOS EN LA VENTA DEL LIBRO SOLIDARIO "ESTA NAVIDAD REGALA GASTRONOMÍA"	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
"XIV JORNADAS DE ASPREH" - ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA REHABILITACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
CONCURSO MENESTRA DE CORDERO/ MERLUZA EN SALSA VERDE SEMANA GRANDE	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL MUSIKASTE - SEMANA DE LA MÚSICA VASCA	ERRETERIA



VENTA SOLIDARIA DE BOLSAS PARA "JUNEREN HEGOAK"	ERRETERIA
IKERTZE-PROYECTO CECADI. CURSOS DE CAPACITACIÓN AUDIOVISUAL PARA PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
DÍA MUNDIAL RETINOSIS PIGMENTARIA - BEGISARE, RETINOSIS GIPUZKOA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL DE CINE DOCUMENTAL MUSICAL DOCK OF THE BAY	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
BELÉN DE NAVIDAD, EN PLAZA GIPUZKOA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL FENOMENA	HONDARRIBIA
"CHEF POR UN DÍA" - SS GASTRONOMIKA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
PARTICIPACIÓN EN LA CARRERA SOLIDARIA ASANOI (ASOCIACIÓN DE FAMILIAS CON MENORES CON CÁNCER DE GIPUZKOA)	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN CON ADEMI - ASOCIACIÓN DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE DE GIPUZKOA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN EN ASPACE EGUNA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN



Patrocinios y clubes deportivos

Acuerdos con diferentes clubes y asociaciones

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.

Grupo Uvesco colabora, de manera activa, con diferentes clubes deportivos:

Club deportivos

Real Sociedad de Fútbol, S.A.D.
Real Unión Club de Irun, S.A.D.
Liga ACT Eusko Label
Hondarribia Arraun Elkartea
BM Bilbao Santutxu Femenino
Isuntza Arraun Elkartea
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 6.000 clientes y clientas, en 2023.

Deporte y hábitos saludables

Actividades populares, que tienen un impacto en la mejora de la calidad de vida y hábitos saludables de la comunidad

Hemos estado presentes en otras actividades, que tienen un impacto en la mejora de la calidad de vida y hábitos de la comunidad.

Además de los acuerdos con los clubes, en 2023, 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...).

Durante 2023, se repartieron 100.000 bolsas de avituallamiento.

AVITUALLAMIENTOS 2023
100.000

Algunos de los eventos deportivos, patrocinados por el Grupo, se resumen en la siguiente tabla:



ALGUNOS EVENTOS DEPORTIVOS PATROCINADOS POR UVESCO 2023

LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
BICIPATINES	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
TORNEO DE FÚTBOL INÉS DE PABLO	PAMPLONA
TRAIL PICOS DE EUROPA	POTES (CANTABRIA)
CAMPUS FÚTBOL INFANTIL	MAJADAHONDA, EIBAR, ATHLETIC CLUB BILBAO
NIGHT MARATÓN	BILBAO
CARRERA "NORTE VS SUR"	MADRID
MEDIA MARATÓN	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN, VITORIA/GASTEIZ
CLÁSICA SALTO	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
CARRERA SANTURCE A BILBAO	SANTURCE
CARRERA BILBAO-ARENAS	BILBAO
DERBY DE LAS AFICIONES	MADRID
CARRERA UPV	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
SAN SILVESTRE	HONDARRIBIA, DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN, LAS ROZAS, TORRELODONES, BILBAO GALDAKAO, ERRETERIA
FORTUNA (TENIS DE MESA)	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
LENGOKOAK FUTBOL TALDEA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
MARATÓN DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
TORNEO SOLIDARIO DE GOLF A FAVOR DE LA FIBROSIS QUÍSTICA	ANDOAIN
CARRERA DE CASCABELES POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA CON LA ONCE	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
BIZIKLETADA SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
CARRERA CONTRA EL CÁNCER AFC	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN
"DÍA DE LOS SENDEROS DE BURDUNTZALDEA"	LASARTE-ORIA
TORNEO IZAR LEKU DE GIMNASIA RÍTMICA	DONOSTIA/SAN SEBASTIÁN





Bienestar de la organización

Nuestro propósito consiste en nutrir el bienestar de nuestro entorno. Para ello, realizamos esfuerzos sistemáticos, con el fin de incrementar los niveles de bienestar en la organización, en sus diferentes acepciones -bienestar físico, mental, relacional y económico-.



Nuestro impacto en el bienestar de nuestros y nuestras profesionales

Compromiso pleno con el bienestar organizacional

Realizamos esfuerzos sistemáticos, con el fin de incrementar los niveles de bienestar en la organización -físico, mental, relacional y económico-.

Nuestro propósito consiste en **nutrir el bienestar de nuestro entorno**.

Para ello, realizamos esfuerzos sistemáticos, con el fin de incrementar los niveles de bienestar en la organización, en sus diferentes acepciones -bienestar físico, mental, relacional y económico-.

En el área de personas, contamos con un sistema compuesto por diferentes recursos, relacionados con dos ejes principales:

Nuestro propósito: ser la empresa de supermercados, que ofrece la mejor experiencia de compra. Para lograr este fin, resulta fundamental que nuestro personal se encuentre bien.

2 Ejes principales

Mejores profesionales

Aspiramos a que la clientela, nuestra plantilla y la sociedad en general nos perciban como los y las profesionales que, por atención, conocimiento del producto y capacitación técnica, ofrecen el mejor servicio.

Visión compartida

Los 6.176 miembros de la plantilla del Grupo compartimos la aspiración de cumplir nuestro propósito como organización.

Por ello, desde Grupo Uvesco, tenemos un compromiso pleno con el bienestar organizacional -que incluye, por supuesto, el bienestar de nuestra plantilla, en línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 (salud y bienestar de las personas)-.

Para ello, llevamos a cabo esfuerzos sistemáticos, planificados y proactivos, que persiguen: por un lado, mejorar procesos y resultados -tanto de las personas empleadas, como de la organización- y, por otro lado, **fomentar recursos y prácticas saludables**, orientadas a mejorar el ambiente de trabajo -a nivel de tarea, interpersonal y organizacional-.

En definitiva, estos esfuerzos se dirigen a contar con puestos de trabajo saludables,

optimizar la salud de las personas empleadas y promover el bienestar y el compromiso.

De esta forma, **contamos con diferentes prácticas, que nos ayudan a conseguirlo.**



Estabilidad en los puestos de trabajo

La estabilidad en el empleo, uno de nuestros pilares

Contamos con una **plantilla de 6.176 personas** (a cierre de ejercicio 2023) 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.

Apostamos por contratos estables, por unas condiciones laborales por encima de la media del sector -en todas las zonas en las que estamos presentes- y por fomentar nuestras medidas de conciliación. Todo ello nos ayuda a atraer talento y a cuidar a las personas, que formamos el Grupo en la actualidad.

Presencia de la mujer

En lo que se refiere a la plantilla, el 69% de la plantilla total son mujeres; por lo que somos una empresa mayoritariamente femenina. Uno de los retos del Grupo consiste en seguir potenciando la presencia de la mujer, en puestos de responsabilidad. A cierre del ejercicio 2023, **el 69% de los puestos con responsabilidad** (dirección, gerencia y responsables de área, personas encargadas

de tienda y sus auxiliares) **estaban ocupados por mujeres**. Si analizamos los puestos de responsabilidad de las tiendas, las mujeres ocupaban el 72% de los puestos.

MUJERES EN PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD

69%

MUJERES EN PUESTOS DE
AUXILIARES DE ENCARGADO/A

81%



PLANTILLA

6.176

POR GÉNERO

	Mujeres	Hombres
Dirección	42%	58%
Gerentes y responsables de área	32%	68%
Mandos intermedios y personal técnico	21%	79%
Personal administrativo	69%	31%
Encargados/as de tienda	57%	43%
Auxiliares de encargado/a de tienda	81%	19%
Operarios/as de tienda	77%	23%
Operarios/as de almacén	3%	97%
Total plantilla	69%	31%

POR TIEMPO DE TRABAJO

% Contratos a tiempo parcial: **12%**

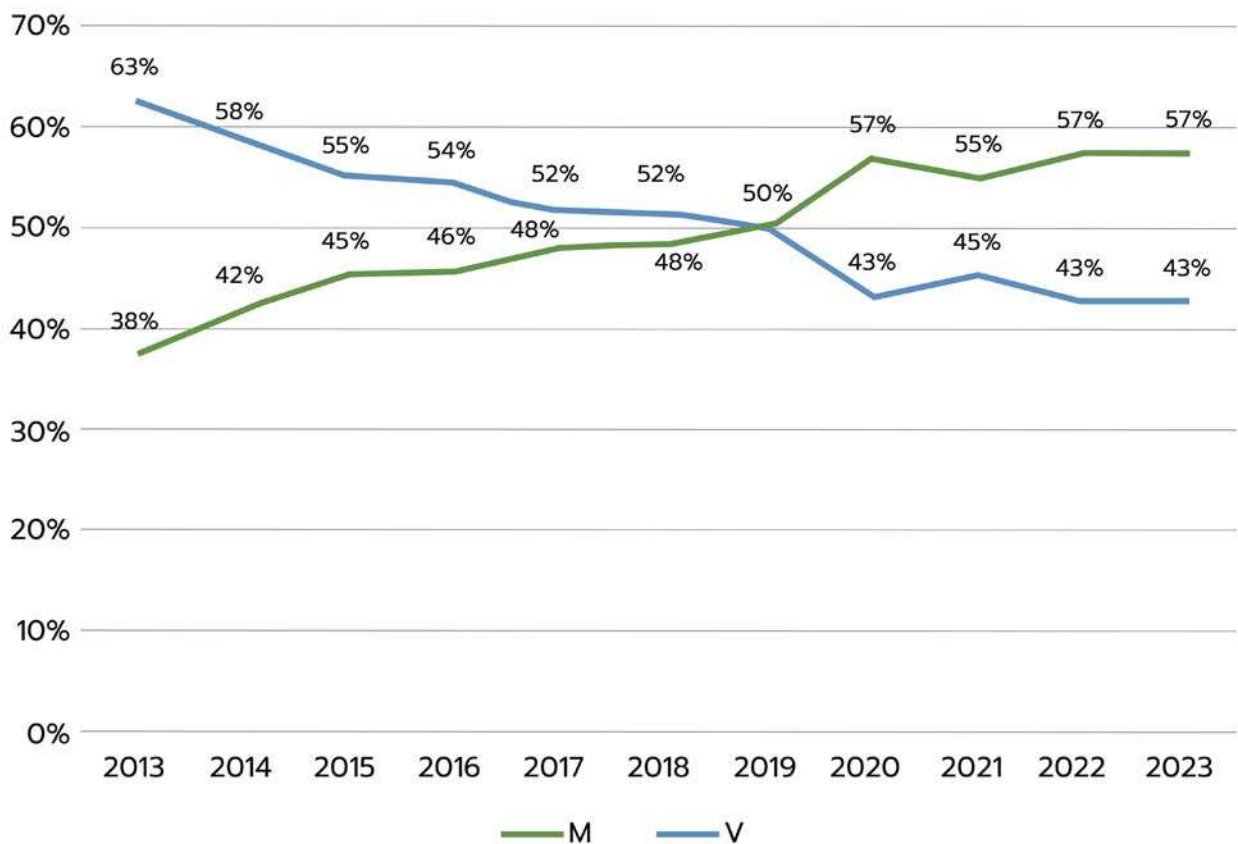
PLANTILLA POR EDAD

Hasta 50 años: **62%**

Mayores de 50 años: **38%**

Como resultado de estos esfuerzos, a cierre del ejercicio 2023, el 81% de los puestos de auxiliares de encargado/a estaban ocupados por mujeres que, en un futuro, podrán acceder a puestos de encargados/as de tienda.

El siguiente gráfico muestra cómo el porcentaje de mujeres, en la posición de encargado/a de tienda, ha ido aumentando en los últimos años, hasta representar el 57% del total de la categoría. Se puede observar que, en 2019, se igualó la proporción de hombres y mujeres y que, desde entonces, son mayoría en estos puestos.



Evolución % mujeres vs. % hombres encargados/as de tienda

V: Hombre / M: Mujer

Conciliación trabajo-vida privada

Apostando por la conciliación, entre el trabajo y la vida privada, y fomentando la igualdad

1 Prácticas que apuestan por la conciliación, entre el trabajo y la vida privada, y que fomentan la igualdad.

2 Dentro del Plan Estratégico de Responsabilidad y nuestro compromiso por fomentar medidas y prácticas saludables, que nos permitan alcanzar el bienestar organizacional, son fundamentales aquellos recursos, que mejoren e impulsen la conciliación, entre el trabajo y la vida privada, y que fomenten la igualdad de las personas.

Apostamos por la conciliación, como punto clave del bienestar social de la plantilla. Tener una vida plena -tanto en lo personal, como en lo profesional-, en la que se puedan compaginar ambas facetas, contribuye a mejorar la satisfacción con la organización y a incrementar los niveles de bienestar de la plantilla.

Llevamos años esforzándonos por mejorar las condiciones laborales, relacionadas con la conciliación. Las medidas que aplicamos se distinguen entre las dirigidas al personal de centrales, al personal de tiendas y las que aplican todo el personal:

Medidas para el personal de central.

Medidas para el personal de tiendas.

Medidas para todo el personal.



Medidas para el personal de central

Horario flexible de entrada y salida.

Jornada continua los viernes de todo el año y en los meses de verano (julio y agosto).

No limitación, en la selección de períodos de vacaciones.

En función del puesto, posibilidad de teletrabajo parcial.

Medidas para el personal de las tiendas

Modelos de reducciones de jornada, concentrando las horas en días, semanas o meses.

Excedencias de Semana Santa, verano y períodos de adaptación.

Días de descanso adicionales a las vacaciones.

Licencias para atender a hijos e hijas hospitalizadas.

Prioridad de ubicación en tienda, por cercanía al domicilio.

Además, desde el mes de noviembre de 2023, disponemos de un protocolo de desconexión digital. Esta medida recoge, no solamente el derecho a la desconexión digital, sino también un listado detallado de buenas prácticas y recomendaciones.

Con este protocolo, se pretende garantizar el descanso a todas las personas y reconocer su

Medidas para todo el personal

Formación en gestión del tiempo.

Homologación de licencias para convivientes.

Licencia para acompañar a hijos o hijas con discapacidad, dependencia o diversidad funcional a temas médicos o educativos.

Ampliación de las horas de acompañamiento médico para hijos e hijas y mayores dependientes.

Medidas para
la conciliación
trabajo-vida
privada

derecho a la desconexión digital, una vez finalizada la jornada laboral. Las pautas y recomendaciones, para la desconexión, digital se alinean con otras políticas del Grupo -todas ellas bajo el propósito de mejorar la salud, bienestar y desarrollo profesional de la plantilla-.

Diversidad y personas con discapacidad

En Grupo Uvesco, siempre apostamos por la inclusión de personas con discapacidad, así como con personas en situación de vulnerabilidad, fomentando entornos de empatía, comprensión y apoyo.

La integración de personas con discapacidad se gestiona a través de entidades y fundaciones especializadas, que colaboran en la incorporación e integración de este colectivo, en nuestros supermercados y centrales.

Por ejemplo, en Gipuzkoa, se ha desarrollado con Gureak un trabajo, en el que sus responsables de empleo han analizado puestos, para poder definir mejor la preparación de su alumnado en aula. Con ese conocimiento, proponen personas que pueden cubrir diferentes posiciones -fundamentalmente, profesionales de sala-.

Su incorporación se desarrolla, inicialmente, bajo un contrato de prácticas -en el marco de los programas de inserción de estas fundaciones-. Si la evolución resulta adecuada, se les realiza un contrato laboral.

A cierre de ejercicio, el número de personas empleadas con discapacidad es de 66 personas.

Con la finalidad de trasladar esta filosofía de integración de personas con discapacidad a toda la plantilla y sensibilizarla, durante el segundo semestre de 2023, hemos desarrollado un plan específico de comunicación y formación, que ha incluido:

Plan específico de comunicación y formación

Píldoras formativas

Noticias, pósteres en tienda

Charlas de personas expertas

Formación *online*, sobre discapacidad y trato adecuado

Seguridad, salud y bienestar

Gestión de la prevención y plan general de prevención

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. Consiste en una declaración de principios y compromisos -adquiridos, en primera instancia, por la dirección de la empresa-, que promueven la mejora continua de las condiciones de seguridad y salud. En este sistema, se indican las directrices y objetivos generales de la prevención, para conseguir su integración en

todos los departamentos, el cumplimiento de la normativa vigente y la promoción de la salud.

Los requisitos, recursos e instrumentos esenciales están definidos, en un plan general de gestión de la prevención de riesgos laborales (PRL). Este documento forma parte de la normativa interna y engloba el resto de los procedimientos internos, en materia de PRL. Durante el ejercicio 2023, se han actualizado los planes generales de prevención para todas las empresas, adecuándose a las nuevas normativas vigentes.



Como complemento al modelo de organización de la prevención, y con el fin de favorecer la integración de la actividad preventiva, en el

seno de la empresa y en los diferentes procesos productivos, se define una persona coordinadora de seguridad y salud laboral.

Evaluaciones de riesgos para la seguridad y la salud

Disponemos de evaluaciones de riesgos, para la salud y la seguridad de la plantilla, en todos los emplazamientos del Grupo, que incluyen la definición y el seguimiento de las acciones

preventivas. Todas estas acciones son fundamentales para la gestión de la prevención y son revisadas y actualizadas, periódicamente.

Cuidado y vigilancia de la salud y bienestar

Todas las actuaciones relacionadas con vigilancia de la salud tienen como objetivo final hacer que Grupo Uvesco continúe siendo una organización saludable, para incrementar los niveles de bienestar de la plantilla.

Con los SPA, garantizamos a la plantilla una vigilancia inicial de su salud y una periódica, por cambio de puesto, para trabajadoras embarazadas o personas, que se incorporan tras una baja de larga duración (según los riesgos inherentes al puesto de trabajo).

Durante 2023, se destacan las siguientes actuaciones -gestionadas por el equipo de prevención-, relacionadas con la vigilancia, cuidado de la salud y el bienestar del personal:



ACTUACIONES PARA LA VIGILANCIA, CUIDADO DE LA SALUD Y EL BIENESTAR PERSONAL

Realización de 3.032 exámenes de salud específicos anuales.

Campaña de vacunación gratuita contra la gripe, ofertada a todo el personal.

Campañas de salud y divulgación, para la promoción de hábitos saludables.

Análisis de las evaluaciones de riesgo y protocolos médicos a aplicar, en vigilancia de la salud.

Recepción y estudio de prestaciones por riesgo, durante el embarazo o lactancia.

Desarrollo e implantación de una nueva herramienta, para la solicitud de reconocimientos médicos *online*.

Evaluación, valoración y adecuación de puestos del personal especialmente sensible, con adaptaciones de los puestos de trabajo, cuando sea necesario.

Acción específica, para prevención de la trombosis.

Servicio PSA con analítica, para hombres mayores de 45 años.

Servicio de ginecología y urología.

Revisiones gratuitas, para prevención del glaucoma.

Plataforma Uvesco ON BIENESTAR, con disponibilidad de profesionales de medicina general y especialistas *online*, durante todo el día.

Iniciativas del Grupo, relacionadas con la salud y el bienestar: En 2023, se ha continuado trabajando con **Glucovibes**. En 2022, fuimos entidad pionera, en implantar a los participantes un GPS metabólico integrado, que monitoriza su nutrición, actividad, descanso y niveles de glucosa, en tiempo real (durante catorce días).

Tarjeta de servicios médicos con descuentos, para todas las personas y sus familiares directos, en un total de once especialidades médicas.

Promoción de la práctica deportiva de nuestra plantilla, fomentando su participación en diferentes eventos deportivos (por ejemplo, en carreras de empresas).

Realización de evaluaciones psicosociales.

Medidas para la 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.

Además, hemos llevado a cabo una serie de actividades en 2023, encaminadas a la mejora de la **ergonomía**:

ACTIVIDADES ENCAMINADAS A LA MEJORA DE LA ERGONOMÍA

Informar y formar, sobre los riesgos y medidas ergonómicas

Para concienciar sobre la importancia de aplicar, adecuadamente, las pautas de manipulación manual de cargas. Se han realizado formaciones presenciales en ergonomía, para grupos de personal de tienda y de centrales, formaciones *online* para prevención de trastornos musculoesqueléticos y formaciones para el personal del almacén de la plataforma Unialco Irun y Alpa Araso, en ergonomía activa.

Fortalecer la actividad preventiva ergonómica

Durante 2023, hemos realizado evaluaciones ergonómicas, para todos los puestos.

Prevención de trastornos musculoesqueléticos

Este año se han trabajado las rutinas de ejercicios de calentamiento y estiramiento, para colectivos específicos, al inicio de la jornada.

Formación de escuela de espalda y brazo

Seguimos ofreciendo este servicio gratuito, con el objetivo de evitar sobrecargas musculares y prevenir posibles lesiones de cuello, espalda y brazo.

Campañas de comunicación

Por ejemplo, de la importancia de la realización de rutinas de ejercicios de calentamiento y estiramiento, al inicio de la jornada, realizar la manipulación de cargas de forma correcta, etc. Dichas campañas se colocan en el tablón de información, para que lo pueda ver todo el personal.

Masajes preventivos

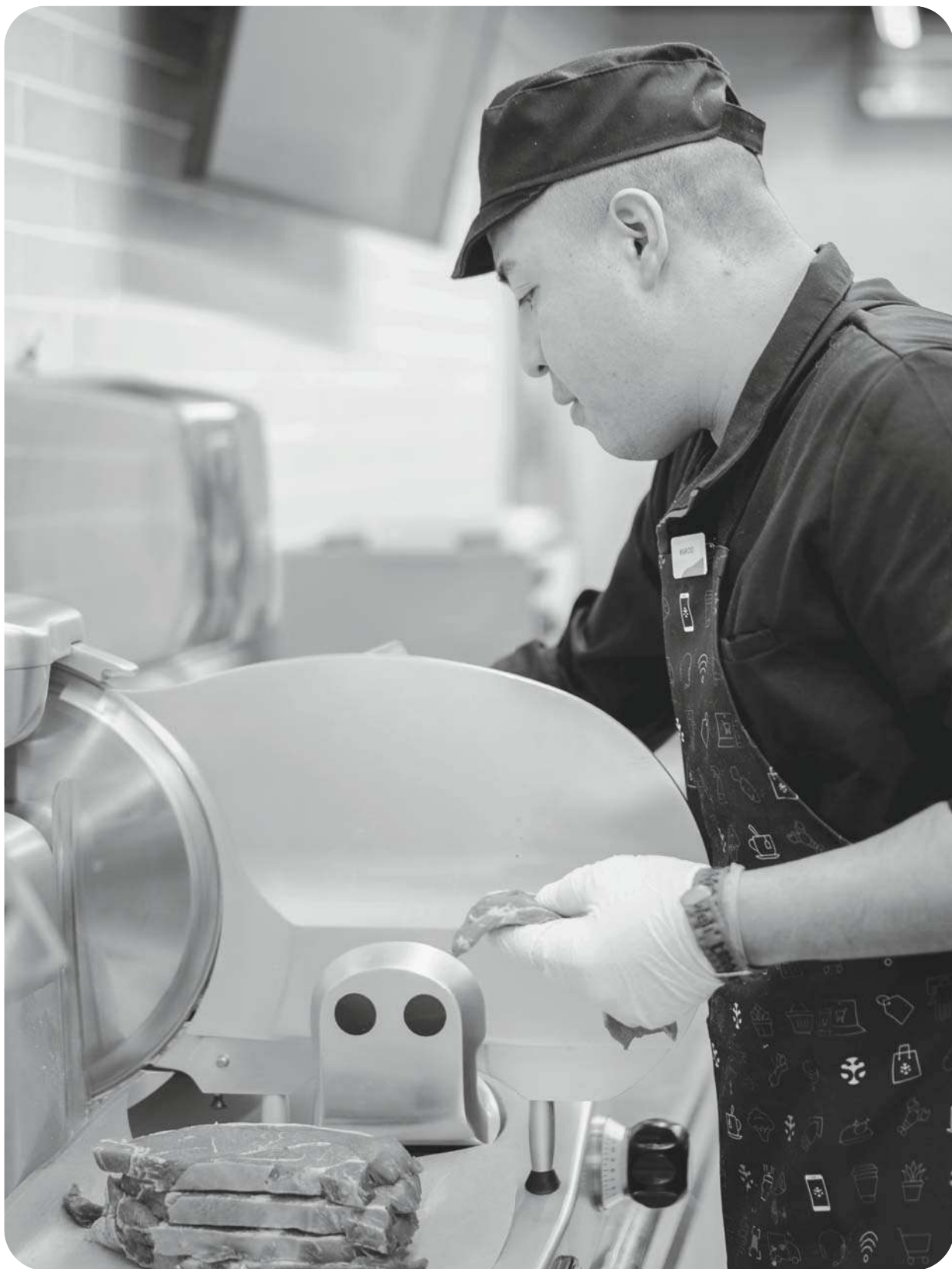
Las personas trabajadoras del Grupo siguen disponiendo de centros de masajes preventivos, con precios especiales, en todas las provincias, para prevención de trastornos musculoesqueléticos.

Adaptación del puesto de trabajo al personal que lo necesite

Adaptación del puesto, alternancia de posturas, organización del trabajo u otras medidas, que disminuyen el riesgo ergonómico y mejoren el confort, al manipular cargas.

Mantenimiento de cuchillos

Se ha continuado con la contratación de un servicio de mantenimiento de cuchillos, que asegura el correcto afilado de todos los útiles de corte, en las secciones de charcutería-carnicería y pescadería.



Información y comunicación

Favorecemos una adecuada información y comunicación

Favorecemos una adecuada información y comunicación, tanto desde la organización hacia las personas (revistas, boletines, etc.), como en sentido inverso, desde las personas hacia la organización (buzones de sugerencias, representantes del personal...).

Por un lado, a través de nuestros y nuestras líderes -personas que gestionan equipos-, desarrollamos una tarea de comunicación e información, que les ayuda a entender las ventajas de fomentar el bienestar, a nivel organizacional, para sí mismos/as, para sus equipos y para sus resultados -y por tanto, los de la organización-.

Por otro lado, aunque el liderazgo es uno de nuestros ejes de comunicación, no es el único. Por ello, apelamos también a la responsabilidad individual. Para ello, resulta necesario

proporcionar información y herramientas, que ayuden a entender el bienestar y sus ventajas al resto de profesionales de la organización. Estas herramientas, con las que contamos en Grupo Uvesco, son las siguientes:

Herramientas de comunicación

Uvesconnect

Uvesco Info

Reunión cuadro de mando

Envío periódico de material informativo a las tiendas

Buzón de sugerencias

Cuestionarios de compromiso

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE GRUPO UVESCO

Uvesconnect

Herramienta *online* de acceso a noticias, información corporativa, formaciones de diversos temas de corta duración (píldoras formativas), Club de la persona empleada (CLUVESCO) y otras ventajas como personal del Grupo.

Uvesco Info

Publicación impresa y personalizada, en forma de revista, que llega al domicilio de la plantilla de Grupo Uvesco, para dar a conocer las principales áreas de trabajo y temas de actualidad de la organización.

Reunión cuadro de mando

Reuniones mensuales de las personas encargadas de tienda, con los equipos de su tienda, para poner en común los resultados.

Envío periódico de material informativo a las tiendas

Para potenciar determinadas informaciones (pósteres).

Buzón de sugerencias

Canal de comunicación interno, para realizar consultas y sugerencias.

Cuestionarios de compromiso

Además de las encuestas de riesgos psicosociales, se realizan estas encuestas relacionadas, entre otras cosas, con la satisfacción de la plantilla con la organización. Esta medición permite, al área de recursos humanos, medir y monitorizar el impacto de las distintas medidas aplicadas -relacionadas con la promoción interna, igualdad de oportunidades, orgullo de pertenencia, bienestar, etc.-.



Formación y desarrollo de habilidades

Prácticas para el desarrollo de competencias y habilidades

Prácticas, que ofrecen la oportunidad para el desarrollo de las competencias y habilidades, requeridas para el puesto de trabajo.

El eje de la formación, desarrollo y promoción interna es uno de los recursos esenciales, para cumplir la misión de la organización: “hacer que Grupo Uvesco disponga de los y las mejores profesionales que, por su actuación laboral consigan la mejor experiencia de compra, construyendo una visión compartida, alineada con el propósito de la organización”. Para ello, se pone el foco en el bienestar organizacional y en una mirada apreciativa, respecto a las capacidades internas, para la consecución del reto propuesto. La formación y el desarrollo son puntos clave, a la hora de impulsar mayores niveles de bienestar de la plantilla; ya que, a través de ellos, se obtienen los recursos necesarios para desarrollar, de forma óptima, el trabajo. Posibilitan a la organización prepararse para poder afrontar sus retos, desde una adaptación constante.

Por una parte, el área de formación y desarrollo busca que las personas tengan recursos disponibles, materializados en forma de saber hacer, de manera ágil y competente, su trabajo, desde el principio. Y por otra, trata de ofrecer oportunidades de desarrollo profesional, adaptar a la organización a nuevas necesidades y retos y anticiparse a las nuevas demandas. 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 2023, ha sido un total de 5.231.458€ y el gasto medio por persona ha sido de 903,67€.**

INVERSIÓN EN FORMACIÓN
5,2M€

INVERSIÓN MEDIA POR PERSONA
903,67€



Cultura de integración

Integración y adaptación para las nuevas incorporaciones

CULTURA DE INTEGRACIÓN GRUPO UVESCO

Formación de ingreso

El primer día de trabajo, todas las incorporaciones realizan la app de acogida, adaptada al puesto a cubrir (actualmente, disponemos de más de 21 versiones diferentes). En este aprendizaje, se realizan las formaciones obligatorias por ley y las formaciones estratégicas. Asimismo, se transmite la filosofía del Grupo y se incluye, entre otras, la formación medioambiental.

Formación para el cambio

Su objetivo principal consiste en capacitar profesionalmente al personal interno, para desarrollar puestos diferentes a los que en la actualidad desarrolla. De esta forma, podrán cubrir las necesidades, que surgen en puestos de sección de frescos en los supermercados.

Formación Escuela

En nuestra responsabilidad de apoyar a colectivos vulnerables, contamos con un programa formativo, dirigido a personas desempleadas. A través de esta formación, se les prepara en profesiones de supermercado -especialmente, en secciones de frescos-. Este aprendizaje les facilita poder incorporarse a un mercado de trabajo, con una alta demanda en estas posiciones.

Colaboramos con distintos gobiernos autonómicos y adquirimos un compromiso de contratación del 50% del alumnado de cada grupo formativo. Habitualmente, se suele incorporar al 80% del personal formado. En 2023, en estas acciones formativas (en País Vasco y Navarra), han participado 54 personas.

Formación Continua

Este aprendizaje va destinado a profesionales del Grupo y tiene como objetivo seguir desarrollando sus capacidades y habilidades, conocer aspectos estratégicos de la organización o cubrir posibles áreas de mejora, identificadas por sus equipos o responsables. La formación continua se realiza en tres formatos: *online*, aula virtual o presencial. En 2023, se han dedicado más de 25.522,10 horas a esta tipología de aprendizaje, impartiendo más de 80 formaciones distintas.



Podemos clasificar la formación en:

Obligatoria por ley

Grupo Uvesco garantiza que todos sus profesionales reciben, al menos cada cuatro años, la formación establecida por ley.

- Prevención de riesgos laborales.
- Manipulación de alimentos.
- Compliance.
- Igualdad.
- Manejo de carretillas y plataformas elevadoras.
- CAP.

Formaciones estratégicas

Para personal de supermercado: formaciones presenciales.

- Excelente I: Conductas irrenunciables (atención a la clientela).
- Excelente II: Alimentación saludable (asesoramiento nutricional y conocimiento de producto).
- Excelente III: Te ayudo a comprar (asesoramiento en tienda).

Formación en liderazgo

Estas formaciones presenciales dotan a los y las líderes de las habilidades y capacidades necesarias, para crear entornos de bienestar, dentro de sus equipos:

- Liderando para el bienestar: programa en el que las personas responsables de equipo profundizan en conocimientos relacionados con: bienestar mental, bienestar físico, bienestar espiritual, bienestar social y bienestar del entorno.
- Máster en habilidades directivas modelo Uvesco (Plan 300): un máster, en el que se profundiza en las diez competencias básicas de la persona que lidera. Se trata de un programa emblemático, por su contribución al cambio cultural y de modelo de liderazgo del Grupo.

Formación departamental de actualización y mejora

Anualmente, se recogen las necesidades de cada departamento. Estas necesidades engloban contenidos relativos a desarrollar competencias y habilidades, adquirir nuevos conocimientos o perfeccionar los existentes.

Formación online

En nuestra plataforma *online* de formación, cada profesional tiene disponibles sus formaciones obligatorias, sus formaciones estratégicas y sugeridas por la organización para su perfil, además de un catálogo de más de 90 cursos, para elegir en qué ámbito desarrollarse.

Desarrollo de carrera. Plan Cantera

Prácticas, que ofrecen la oportunidad de desarrollar la carrera y promocionar

Contamos con el programa de promoción interna, denominado **Plan Cantera**. Este tiene como objetivo asegurar la cobertura de posiciones estratégicas, a medio y largo plazo, aportando oportunidades de desarrollo profesional, dentro de la Organización, a las personas participantes. Para poder postularse a este programa, se debe cumplir una serie de requisitos de admisión.

En 2023, más de 800 personas de la organización han asumido funciones de mayor responsabilidad, llegando, un año más, a cumplir nuestro objetivo de que el 90% de las posiciones de responsabilidad, en la organización, sean cubiertos por profesionales internos.



Fomento de estilo de vida saludable

Fomento del desarrollo de hábitos saludables, en las personas empleadas

Prácticas que fomentan el desarrollo de hábitos saludables en la plantilla (cuidado de postura, hábitos alimenticios, actividad física...).

Siempre con el foco puesto en nutrir el bienestar de nuestros profesionales, Grupo Uvesco ha implantado a lo largo de los últimos meses, programas que nos ayudan a acometer este objetivo:



PROGRAMAS QUE NOS AYUDAN A ACOMETER ESTE OBJETIVO

Uvesco On Bienestar

Grupo Uvesco ha puesto a disposición de todos sus profesionales una plataforma de salud gratuita, que permite acceder a diez especialidades médicas, en un tiempo de espera inferior a tres minutos.

A través de esta plataforma, el personal accede a este servicio, a través de videoconsultas, pudiendo recibir recetas electrónicas, en caso necesario.

Proyecto Solidario Uvesco

Grupo Uvesco ha puesto en marcha la primera edición del Proyecto Solidario Uvesco. A través de esta iniciativa, se favorece y refuerza nuestro compromiso solidario. Es la propia plantilla quien presenta y elige los proyectos a apoyar y quien realiza sus donaciones, a través del programa de personas empleadas.

En esta primera edición, el proyecto beneficiario ha llegado a través de BM Supermercados de Bizkaia. Los fondos recaudados se destinarán a la fundación "Mi Princesa RETT", con el fin de crear espacios multisensoriales, para favorecer el desarrollo sensorial y cognitivo de niños y niñas afectadas por el síndrome RETT (trastorno genético neurológico y de desarrollo poco frecuente). Para reforzar este objetivo, desde Grupo Uvesco, se aporta una donación extra, por cada euro donado por nuestros/as profesionales.

Información y detección de enfermedades cardiovasculares

En colaboración con la Asociación Activa'TT, durante 2023, se han realizado dos charlas sobre estas patologías, abiertas a toda la plantilla. Además, durante una jornada, el personal de Uvesco pudo realizarse un diagnóstico precoz de insuficiencia venosa.

Uvesco Club de Benefits

Club de compras, accesible en exclusiva para todo el personal de Uvesco y 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).



Por otro lado, a lo largo de 2023, hemos recibido diversos premios, que reconocen la

labor del Grupo en materia de bienestar; conciliación y familia; o formación y desarrollo.

PREMIOS QUE RECONOCEN LA LABOR DE GRUPO UVESCO

Premio MEES Bienestar Emocional

Premio, por el que se reconocen las mejores prácticas de bienestar corporativo en nuestro país, entregado por la organización "Mi Empresa es Saludable".

Grupo Uvesco ha resultado ganadora en la octava edición de los galardones MEES (Mi Empresa Es Saludable), en la categoría "Bienestar Emocional", con la campaña "Nos cuidamos".

Se ha valorado el trabajo realizado en Grupo Uvesco, respecto al bienestar de sus profesionales, poniendo de relieve la importante labor en un sector tan complejo, como el de la distribución de alimentos.

Premio Familias Euskadi

Premio, en el que se valora el esfuerzo en materia de conciliación, realizado por Grupo Uvesco en los últimos años, así como su participación en el programa "Kontzilia30" del Gobierno Vasco, entregado por la ONG AFAE.

Tercer premio en la categoría de Formación y Desarrollo

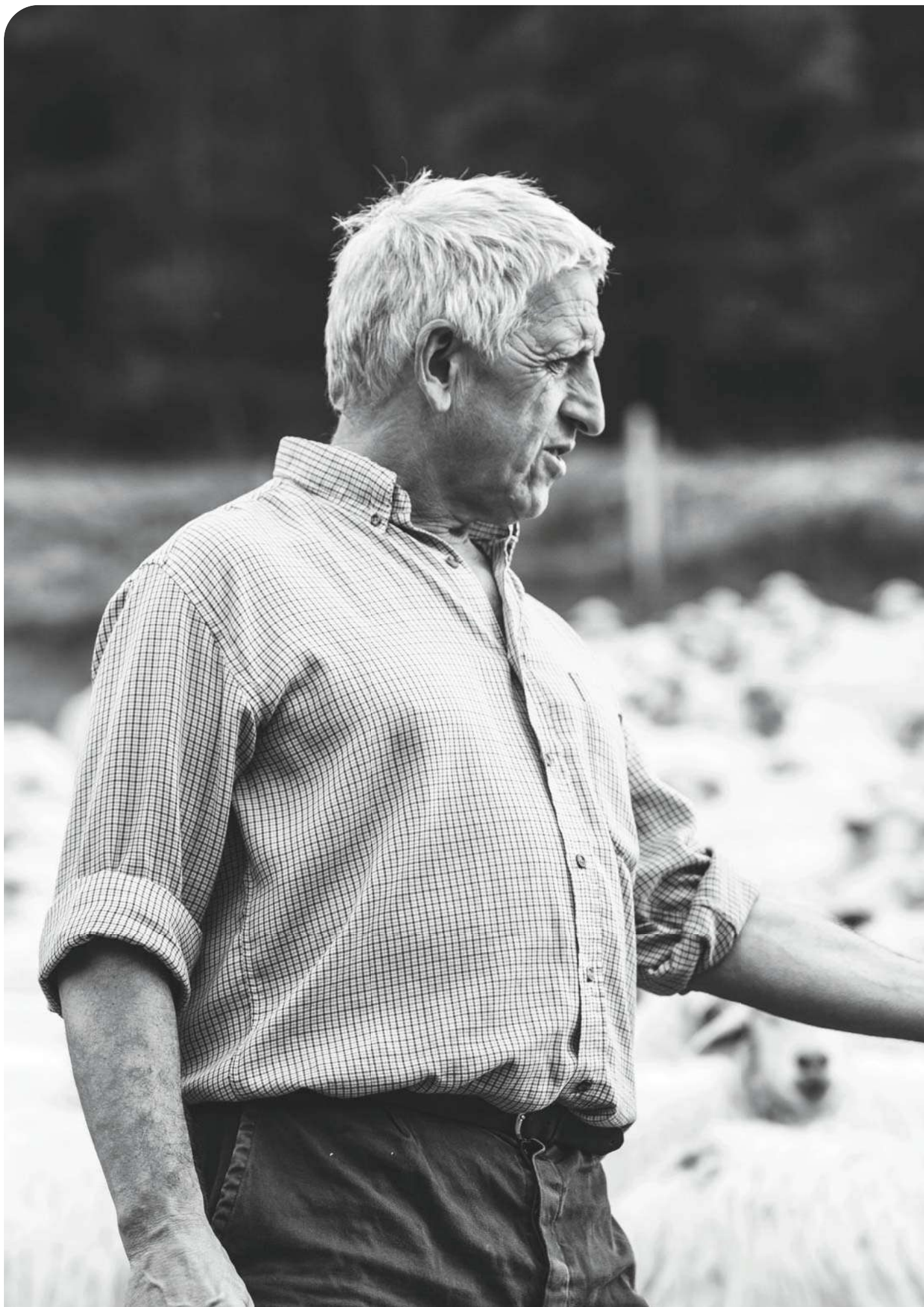
Premio, en el que se reconoce la importancia de esta materia en el Grupo, entregado por la Asociación Española del Retail.

Mi EMPRESA ES
SALUDABLE



Alimentación saludable y de calidad

El compromiso con el producto local es uno de nuestros pilares y está relacionado con nuestra vocación por ofrecer un producto de calidad, con valores positivos para nuestra sociedad y territorio.



Compromiso con el producto local y de temporada

Más sostenibles, por ser Km0

El compromiso con el producto local es uno de nuestros pilares y está relacionado con nuestra vocación por ofrecer un producto de calidad, con valores positivos para nuestra sociedad y territorio.

El objetivo de ofrecer productos autóctonos nos lleva a realizar una labor de cooperación, coordinación y de relación estrecha con las personas proveedoras, que nos permite un conocimiento profundo del producto y de las

historias y personas que están detrás de su elaboración. Estamos muy cerca de los proveedores y proveedoras-parte fundamental en nuestra cadena de valor-, lo que nos permite **conocer la realidad compleja del sector primario y del mundo rural y poder dar nuestro apoyo y herramientas, para facilitar la conservación y desarrollo de este.**



El compromiso con el producto local se encuentra en nuestro origen y conlleva impactos, en línea con los Objetivos de

Desarrollo Sostenibles de Naciones Unidas y la Estrategia “De la Granja a la Mesa” de la Comisión Europea, incluida en el “Pacto Verde”.

Contribuir a dar valor y riqueza a la región

Los agricultores, las agricultoras y las personas productoras locales realizan una auténtica interpretación de la cultura, la identidad y la tradición de su territorio. Estos valores garantizan la singularidad, la (bio)diversidad y la riqueza de cada región; y su conservación es, hoy en día, indispensable en un mundo en

constante globalización. En Grupo Uvesco, para dar este valor, ponemos en primera línea a los productores, las productoras y sus productos, dándoles visibilidad y otorgándoles el protagonismo de las secciones, del punto de venta y de los canales de comunicación.

Proteger el medio ambiente y reducir impactos

El servicio directo a tienda -modelo característico de nuestros supermercados- mejora la sostenibilidad: al promover un formato de distribución sostenible, al reducir los efectos negativos derivados del

transporte, de los embalajes y de los sistemas de refrigerado, al favorecer modelos de producción más respetuosos con el medio ambiente y al apostar por los productos de temporada.

Favorecer la conservación del sector primario y medio rural

El consumo local protege un sector cuya existencia es vital, porque garantiza alimentos, preserva el paisaje, potencia el uso y la fertilidad de las tierras y recupera variedades adaptadas a nuestro clima y cultura gastronómica. Apostamos por relaciones con

las personas proveedoras, justas y duraderas -a través de las relaciones fluidas y productivas-, ajustando los volúmenes a la producción y apoyando proyectos orientados al desarrollo e innovación del sector.



Proporcionar alimentos de calidad y saludables

Los alimentos locales y de temporada se recogen en su punto óptimo de maduración, garantizando la frescura y el sabor y asegurando una mayor cantidad de nutrientes -por lo que su consumo beneficia el bienestar de la comunidad-. Permiten, además, tener una mayor y mejor trazabilidad del producto, asegurando la calidad.

Por otro lado, participamos en **proyectos de innovación e integración socio-laboral** (como la Fundación Itsaslur de Bizkaia), liderados por agentes del sector agroalimentario, que se desarrollan en las zonas de actuación. Esto nos convierte en referente dinamizador, colaborador y facilitador del sector y de proyectos sostenibles.

El compromiso con el producto local afecta al producto fresco -visible a través del peso fundamental de secciones atendidas-.

Asimismo, se extiende a otras áreas de la alimentación, en las que se desarrollan alianzas con proveedores y proveedoras locales de productos como: miel, sidra, quesos, yogures, embutidos, txakoli, cervezas y zumos...

Los lácteos y los quesos locales tienen una presencia importante en todas nuestras zonas de actuación, contando con quesos de pastor y artesanos, en campaña y en servicio directo, permitiendo ofrecer quesos de gran calidad y de multitud de puntos de origen, cercanos a cada tienda.

Alianzas con el sector primario

Compras a proveedores y proveedoras locales

Responsabilidad por apoyar al sector primario y fomentar los valores de la alimentación sana.

La responsabilidad por apoyar al sector primario y fomentar los valores de la alimentación sana nos ha llevado, a lo largo de los años, a contar con una red de **alianzas y acuerdos** con productores y productoras de sus zonas de implantación, que afectan directamente en el desarrollo económico de este sector. Por una parte, con el **sector agrario y ganadero**, para la compraventa de productos próximos al ámbito de sus tiendas; y por otra, **con cofradías de pesca del Cantábrico**, para la comercialización del pescado de sus lonjas.



Contamos con acuerdos directos, con más de cuatrocientos pequeños/as agricultores/as, ganaderos/as y elaboradores/as que distribuyen sus productos en los establecimientos próximos -algunos/as, diaria y directamente-.

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

ACUERDOS DIRECTOS CON EL SECTOR PRIMARIO

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 ofrecen una calidad garantizada.

Cofradía de pescadores y pescadoras de Santoña y de Laredo

Para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.

Servicio verdura fresca en Madrid

Acuerdo con proveedores y proveedoras de Madrid, para ofrecer servicio directo de verdura fresca de temporada, en la mayoría de los establecimientos.

Asimismo, a través de la apuesta por Marcas de Calidad, Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas, contribuimos a proteger y apoyar a los productos, que disponen de una certificación expresa de calidad, y a los productos agroalimentarios, cuya calidad o características se deben, fundamental o exclusivamente, al medio geográfico -con sus factores naturales y humanos- y cuya producción, transformación y elaboración se realiza en la zona geográfica de origen.

Finalmente, nuestro compromiso es visible, a través de la comercialización del **100% de la merluza del Cantábrico, el 100% de la ternera local -gracias a los acuerdos con 350 ganaderos y ganaderas de pequeñas granjas,**

en todos los ámbitos de actuación- y con acuerdos con 14 queserías artesanas de Cantabria, que distribuyen más de 50 quesos locales, entre otras muestras de contribución al sector primario.



Por otro lado, en la mayoría de los establecimientos de Madrid -en línea con la tendencia del Grupo en otros territorios-, se ha implantado el modelo de servicio directo de verdura fresca de temporada. 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.

En este sentido, hemos desarrollado y colaborado, en las acciones de refuerzo, para dar apoyo a proveedores y proveedoras locales, en línea con nuestra filosofía. Entre estas medidas, destacan las siguientes:



REFORZAR EL CONTACTO, PARA DAR SALIDA A LOS EXCEDENTES DE PRODUCTO

Ampliando el surtido de productos, abriendo el servicio a un mayor número de tiendas y fomentando ofertas.

CONTACTO CON NUEVAS PERSONAS PROVEEDORAS O ELABORADORAS LOCALES

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 y productoras vascas, 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.

Bertako / DeAquí

Identifica aquellos productos -principalmente carne, fruta, verdura, quesos y yogures-, que producen y comercializan productores y productoras locales de País Vasco, Navarra, Cantabria, La Rioja, Madrid y Ávila, donde la cadena está presente.

Selecta

Acompaña a aquellos productos de temporada y del mejor origen posible, que cumplen los requisitos de calidad y garantía, establecidos en cada caso, así como criterios de producción y manipulado sostenibles.

Caserío y Temporada

Pone en valor frutas y hortalizas de pequeñas explotaciones agrícolas, que sirven directamente o a través de central, en los establecimientos. Además, son productos de temporada, respetando los ritmos naturales de producción.

Poniendo en valor las costas del Cantábrico

Pescados de primera calidad

La posición estratégica de Grupo Uvesco, con la zona natural de implantación junto al mar Cantábrico, nos permite mantener una relación muy estrecha con barcos, lonjas, pescadores, pescadoras y el mar Cantábrico y, por extensión, tener acceso a pescados de primera calidad. Así, **tiene relación diaria con los principales puertos del Cantábrico: Hondarribia, Ondarroa, Bermeo, Santander, Santoña, Laredo, Castro Urdiales y San Vicente de la Barquera.**

Esto nos permite contar con una fuente de riqueza natural y sostenible, promover la actividad económica de estas lonjas y garantizar un producto de primera calidad, en las pescaderías de todos los establecimientos.

Asimismo, Grupo Uvesco se encuentra 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.



Alimentación sana y de calidad

Respondiendo a una ciudadanía, cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar

Nuestro modelo, enfocado en productos de calidad y donde el producto fresco tiene un peso importante, se dirige a una ciudadanía, cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar.

Las tendencias de consumo de los últimos años, con una ciudadanía cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar, están corroborando nuestro modelo, enfocado en productos de calidad y donde el producto fresco tiene un peso importante. Se trata de un concepto, que se encuentra en el origen de su formación y que se ha mantenido

fiel, a pesar de los cambios a lo largo de los años. Este modelo nos permite contar con la confianza de las personas consumidoras y, además, marcar una identidad propia y diferenciada de otras fórmulas comerciales.

Por lo tanto, el objetivo último de contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas, lo cumplimos a través de su apuesta por la alimentación sana y por su compromiso en ofrecer un surtido *premium*, con ofertas y productos que satisfagan, plenamente, las necesidades de alimentación, con total garantía.

La responsabilidad con la alimentación se materializa, por lo tanto, a través de las siguientes actuaciones:

Al facilitar la capacidad de elección de la clientela, a través de la variedad del surtido, con primeras marcas, marca propia y ofertas a medida.

Al garantizar el cumplimiento de los controles de calidad y garantía de los productos.

Al informar y comunicar de las propiedades nutricionales y de los beneficios para la salud de los productos disponibles, en sus establecimientos.

Al dedicar espacios y lineales, en exclusiva, a la exposición y venta de productos saludables.

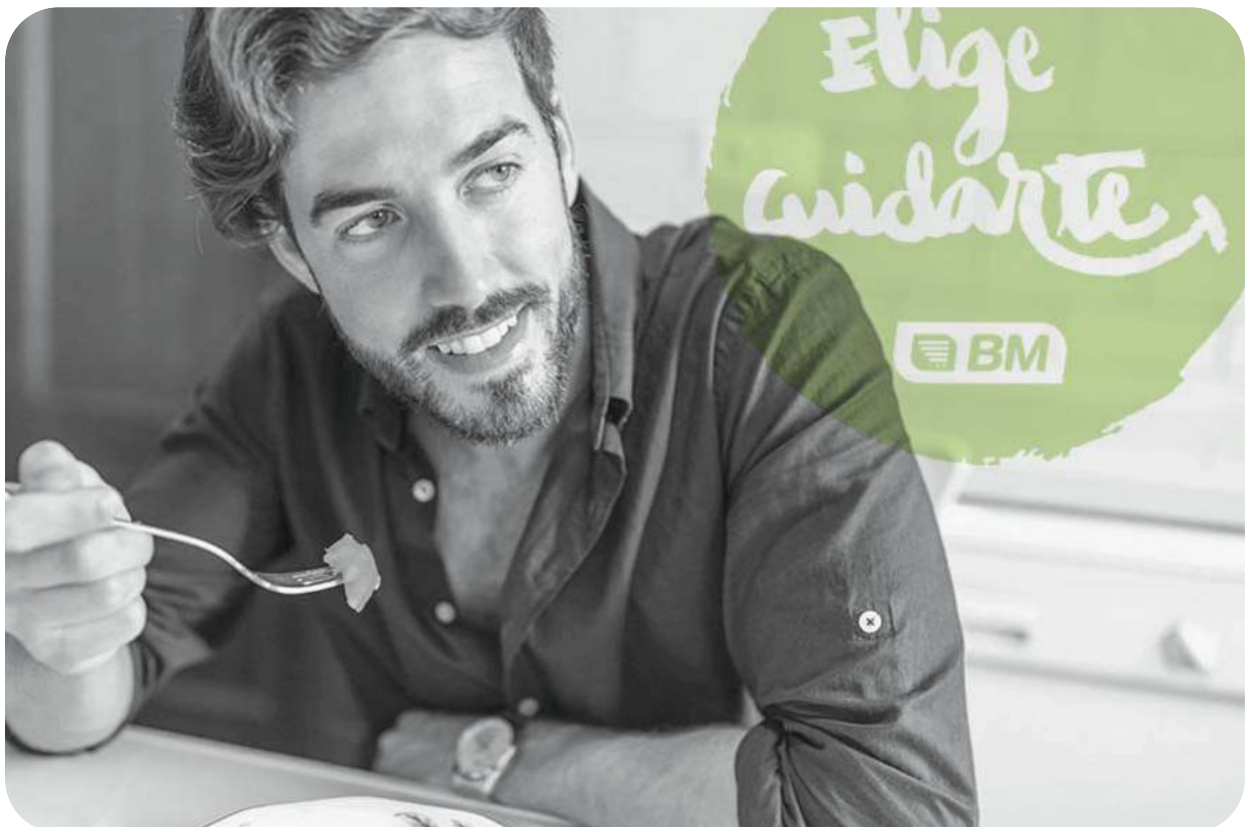
Al apostar por la especialización del producto fresco, con mostradores atendidos.

Programa “Elige Cuidarte”

Con la idea de reforzar los valores de la alimentación de calidad y fomentar el consumo responsable, **Grupo Uvesco cuenta con un programa de difusión con el que, con la colaboración de una doctora en Medicina y Nutrición, identifica y difunde información de interés, sobre propiedades nutricionales y beneficiosas de los alimentos.**

Este programa, bajo el término “**Elige Cuidarte**”, redundará en la mejora del conocimiento de la persona consumidora, aumenta su capacidad de elección y fomenta el consumo sostenible y saludable, así como una cultura de salud y bienestar en la sociedad.

Además, a través de Super Amara, los consumidores y consumidoras cuentan con un servicio de consultoría en alimentación y salud. En él, con el apoyo de una doctora en Nutrición, se ofrece información nutricional, sobre alergias e intolerancias alimentarias y sobre preferencias de consumo.



Programa “Elige Cuidarte Kids”

En el programa “Elige Cuidarte Kids” -dirigido a escolares de entre 6 y 14 años y que tiene como objetivo fomentar y educar a la población, en hábitos de alimentación saludable-, han participado un total de 20 centros escolares, alcanzando a un total de 5.000 escolares.

Este programa consiste en la distribución de meriendas saludables y nutritivas -con el reparto de bocadillos y fruta en la salida de los colegios, junto con una publicación didáctica para los padres y madres, con pautas de alimentación-, así como visitas a tiendas con el alumnado, para conocer, de

primera mano, las ventajas de los productos frescos.

En 2023, han participado en estas visitas 900 alumnos y alumnas de Educación Primaria, que han tenido contacto directo con los productos: frutas, verduras, pescados, carnes..., conociendo su origen, cualidades y propiedades.



Calidad y cuidado del fresco desde el origen

Producto con el mejor origen y de los/as mejores productores/as

Para que la alimentación sea de calidad, resulta fundamental que el producto tenga el mejor origen y provenga de los mejores productores y productoras. Esto es más necesario, si cabe, en el producto fresco. Tenemos el compromiso

de certificar el origen y calidades de los productos, en cuanto a la calidad; pero también, y especialmente, en los productos cárnicos y de charcutería, con el cuidado y bienestar de los animales de los que proceden.

Certificación Welfair / Bienestar Animal

Con este compromiso, a través de entidades de certificación acreditadas por ENAC, hemos incorporado el sello “Welfair / Bienestar Animal”, en todos los productos de aves de marca “Bertako / Deaqui”, “Selecta” y, recientemente, en el conejo “Bertako Untxia”.

Asimismo, el cerdo Duroc “Selecta” envasado -que ya cuenta con distintas certificaciones de bienestar animal en todo el proceso (a falta de homogeneizarlas)- se encuentra en proceso de incorporación de este sello. Por otra parte, estamos en contacto con los productores y productoras de vacuno, que tienen las certificaciones en vigor, con el fin de que, progresivamente, añadan dicho sello a todos sus productos.

A través de esta certificación, se garantiza que los animales se encuentran en buenas condiciones y libres de sufrimiento. En

definitiva: que el ganado tiene una buena alimentación (libre de sed y desnutrición); cuenta con un buen alojamiento (con libertad de movimientos y temperatura adecuada); se encuentra en buen estado de salud y muestra un comportamiento apropiado a las características de la especie. Este sello visibiliza el compromiso de Grupo Uvesco con el origen, cuidado y bienestar animal. De esta forma, se adecúa a la demanda de las personas consumidoras, cada vez más sensibilizadas e informadas sobre esta materia.

Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment)

Por otra parte, estamos adheridos al Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment), para impulsar mejoras en los estándares de bienestar animal para el 100% del pollo fresco, congelado y aquellos productos que contengan más del 50% de ingrediente de pollo en nuestra marca “Deaquí/Bertako”, para 2026. Se trata de un pacto promovido por 36 organizaciones de 19 países.


Así, además del cumplimiento de las leyes y regulaciones de la UE actuales, el compromiso establece la adopción de ciertos requisitos de calidad en la producción, como establecer una densidad de almacenamiento máxima, la

elección de especies de crecimiento lento y otras actuaciones de mejoras medioambientales -como la iluminación natural y la calidad del aire, entre otros-. De esta forma, nos unimos a otros compromisos, como alcanzar el reto para el año 2025, de que el 100% de los huevos que se comercialicen, así como los huevos empleados en elaboraciones propias, sean procedentes de gallinas libres de jaulas.



Apostando por categorías bio/eco y platos cocinados al momento

Alimentación de calidad



La categoría de productos bio/eco es una tendencia de consumo en auge, que potenciamos con **600 referencias diferentes**, con el fin de ahondar en el compromiso con la capacidad de elección de la clientela, con un surtido diferenciado e innovador, y que tiene un impacto en el bienestar de la comunidad, por ser productos de calidad. Asimismo, está acorde a las necesidades actuales de la persona consumidora, cada vez más preocupada por su salud y bienestar, y que demanda y valora la calidad de esta categoría de productos, bajos en azúcares o con ingredientes más naturales.

Un paso más allá en la alimentación de calidad también es, en los últimos años, la introducción, en algunos supermercados, de nuevas secciones de **“Cocina Selecta”**, con **platos preparados calientes (listos para consumir), horno para asados al momento y cocina al vapor, en los mostradores de carnicería y pescadería**. Con ello, se potencian los valores de consumo sano, priorizando el consumo de frescos, saludables y “fáciles”, frente a otro tipo de cocinas rápidas, que contienen alimentos procesados.



Sostenible y eficiente

El calentamiento global y el cambio climático son algunas de las preocupaciones y grandes retos, en las que las empresas debemos enfocar nuestros esfuerzos, con el fin de que la actividad que generamos sea sostenible y ponga las herramientas necesarias para cuidar el entorno donde se desarrolla.



Plan estratégico de sostenibilidad

Ámbitos de actuación prioritarios, en materia de sostenibilidad

El calentamiento global y el cambio climático son algunas de las preocupaciones y grandes retos, a los que se enfrenta la sociedad en el presente y el futuro, y en las que las empresas debemos enfocar nuestros esfuerzos, con el fin de que la actividad que generamos sea sostenible y ponga las herramientas necesarias para cuidar el entorno donde se desarrolla.

En este contexto, 2023 ha sido el año, en el que hemos desarrollado nuestra estrategia de sostenibilidad. Dentro de ella, se han establecido los objetivos que quiere seguir Grupo Uvesco, durante los próximos años (se

han definido los horizontes 2025 y 2030), y estos objetivos se han trasladado a metas concretas.

Dentro de esta estrategia, además del análisis de doble materialidad, se ha redactado la política de sostenibilidad del Grupo aprobada, por el Comité de Responsabilidad Social Corporativa y ratificada por la dirección de Grupo Uvesco. En ella, se reafirma el compromiso de la organización con la sostenibilidad y se detallan los principios, que regirán las actuaciones en esta materia.





Así, hemos realizado el primer análisis de doble materialidad (que se encuentra reflejado, en el impacto de Grupo Uvesco en los ODS). El objetivo del mismo ha sido conocer no solo la huella que Grupo Uvesco tiene en su entorno, sino también los posibles riesgos de sostenibilidad que pueden tener un impacto material en la empresa.

Una vez elaborado este análisis, **hemos definido una estrategia de Sostenibilidad y un Plan de Acción, para el período 24-30, con objetivos concretos a alcanzar, en un horizonte temporal. Esta estrategia se articula, en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales se establecen acciones y objetivos concretos:**

Economía circular

Dentro de este eje, se han definido cuatro líneas principales de trabajo: reciclaje, envasado, agua y desperdicio alimentario. Las metas que se han establecido dentro de estas líneas tienen el objetivo de que el impacto ambiental de la organización sea el menor posible -tanto a través de la prevención del consumo (tanto en agua como en envasado, en reutilización en la línea del reciclaje), como en dar una segunda vida a todos los excedentes que se puedan generar-.

Hacia la neutralidad climática

Dentro de la neutralidad climática, las líneas están enfocadas en calcular, reducir y compensar la huella de carbono. De este modo, se incluye, entre los objetivos el cálculo de las emisiones de Alcance 3, uno de los retos más complejos a abordar por la organización en términos de métricas ambientales. También, se plantean objetivos de reducción de emisiones, a base de optimizar la logística y seguir apostando por las energías renovables. Por último, tal y como ya se hace en Grupo Uvesco, se establece el compromiso de compensar aquellas emisiones de difícil mitigación, a través de proyectos locales de manera anual.

Productos sostenibles

En este eje, el principal objetivo consiste en establecer una política ESG de proveedores y proveedoras. De este modo, se busca potenciar el efecto tractor que puede tener Grupo Uvesco, para que su cadena de valor sea más sostenible y que la sostenibilidad en la empresa no se quede en sus propios procesos, sino que se extienda más allá. Del mismo modo, se han definido objetivos sobre bienestar animal y producción sostenible, en carne y pescado. Finalmente, se quiere desarrollar, junto con el Grupo IFA, una estrategia de producto saludable, en la que se reduzcan cantidades de componentes nocivos (grasa, sal, etc.), en la marca propia de BM.

Bienestar, igualdad y diversidad

Este es el bloque más social, dedicado al bienestar de las personas. Dentro de él, se detallan medidas de formación, igualdad, diversidad y bienestar.

Implicación con el entorno

Dentro de este último bloque, se especifican aquellas medidas que promueven que Grupo Uvesco sea un agente, en los diferentes territorios en los que se ubica. De esta manera, existen líneas de trabajo relativas al apoyo al entorno (a través de donaciones, patrocinios, descuentos a colectivos específico, etc.), se establece un plan de voluntariado y se define la línea de campañas solidarias, que se quiere seguir en los próximos años.

Las acciones concretas, para la consecución de todos estos bloques de objetivos, se recogen en un Plan de Acción, en el que se establecen también las personas responsables de ejecutarlos y los plazos. Este plan de acción

se revisa, de manera bimestral, en el Comité de Responsabilidad Social Corporativa, para comprobar que, efectivamente, se está trabajando y avanzando en cada uno de los objetivos.

La colaboración: clave en la estrategia de Grupo Uvesco

La consecución de todos estos objetivos que se ha marcado Grupo Uvesco se conseguirá, 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 2022, Grupo Uvesco dio un gran paso, en su relación con los demás agentes del entorno, gracias a su adhesión a dos grandes alianzas: el **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, con el cual el compromiso se ha renovado durante 2023, y la **adhesión al Basque Ecodesign Center**.



LA COLABORACIÓN: CLAVE EN LA ESTRATEGIA DE GRUPO UVESCO

ADHESIÓN AL 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, que ya cuenta con dieciocho de las mayores empresas de Euskadi. En 2023, Grupo Uvesco ha desarrollado tres grandes proyectos, dentro de este foro: el cálculo de la tasa de gestión circular, la preparación para el Alcance 3 de la huella de carbono y la sistematización de la información ambiental. Además, se ha participado en varios grupos de trabajo, junto con las demás organizaciones, para poder avanzar en temas, como la taxonomía europea o la compra privada verde.

PROYECTOS PHENIX Y OREKA

Por otro lado, dentro de los proyectos colaborativos llevados a cabo este año por Grupo Uvesco, hay dos que destacan de manera especial. Si bien Grupo Uvesco tiene una larga tradición en donar productos al Banco de Alimentos, hay productos que, por sus características (fecha de consumo preferente cercana, necesidad de mantener cadena de frío, etc.), no se pueden donar, de manera centralizada, desde el almacén.

Por ello, se han desarrollado dos proyectos piloto, de la mano de **Phenix en Madrid** y de **Oreka en Bilbao**, para donar productos, directamente desde la tienda. De este modo, se aumenta el rango de productos susceptibles de donación y, al mismo tiempo, se puede expandir el número de asociaciones a las que se entregan alimentos -contribuyendo, tanto al medioambiente, como a la sociedad-.

ADHESIÓN AL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

La adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (iniciativa de la ONU, que lidera la sostenibilidad empresarial, a nivel mundial) conlleva un compromiso por desarrollar acciones responsables y por alinear la estrategia englobada, en cuatro áreas: derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción. Además, el pacto recoge el compromiso en avanzar hacia Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 17 -alianzas para lograr los objetivos-, ya que la colaboración, tanto con entidades locales, como con otras empresas, es clave para avanzar en sostenibilidad.

ACUERDOS CON AYUNTAMIENTOS Y MANCOMUNIDADES

Por otro lado, tenemos acuerdos con diferentes ayuntamientos y mancomunidades de las localidades de **Pamplona, Getxo, Bilbao, Vitoria-Gasteiz, Logroño y Madrid**, entre otras poblaciones, para **colocar contenedores de residuos orgánicos en nuestros supermercados** -garantizando, de esta forma, que esta fracción se recicla en las tiendas que se encuentran en las ubicaciones afectadas-. El propósito es que se pueda reciclar la materia orgánica en todas las tiendas de Grupo Uvesco, para lo cual seguimos en conversaciones con ayuntamientos y mancomunidades.

OTROS PROYECTOS COLABORATIVOS, CON OTRAS ORGANIZACIONES, PARA PODER AVANZAR EN TEMAS MEDIOAMBIENTALES

ODSFOOD

Promovido por el Basque Food Cluster, este proyecto estaba dirigido a que grandes empresas con experiencia en la implantación de los ODS pudieran traccionar a PYMES, en su avance hacia la sostenibilidad.

URBANKLIMA 2050

Una de las múltiples actividades de este proyecto, en el que Grupo Uvesco compartió su proceso, fue generar conocimiento, en torno a la economía circular, en las empresas de Gipuzkoa.

ONTINFOOD

Del Basque Food Cluster, que promovía la mejora en la reciclabilidad de los envases.

BASQUE CIRCULAR SUMMIT

Dentro del mayor evento de Economía Circular del sur de Europa, Grupo Uvesco participó en dos ponencias diferentes: el futuro de la descarbonización y la sostenibilidad en la cadena alimentaria.

EXPOSICIÓN "ZIRKULARRAK"

Dentro de esta exposición de más de 175 productos ecodiseñados, Grupo Uvesco participó, con sus bandejas fabricadas a partir de plástico reciclado en un 95%.



Certificación Estrategia 100% Circular AENOR

En paralelo con el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad, Grupo Uvesco ha obtenido el certificado Estrategia 100% Circular de AENOR, **siendo la primera empresa de distribución alimentaria en España en conseguirlo**. En las auditorías para lograr este certificado, no solo se ha examinado la estrategia, sino todo el proceso de elaboración y aquellas acciones adjuntas, necesarias para lograr la consecución de los objetivos -como son el Plan de Formación (sin la involucración y sensibilización de todo el personal de Grupo Uvesco, no será posible) o la Revisión por la Dirección, para asegurar que ha sido validada al más alto nivel

de la organización-. A su vez, se ha comprobado que la estrategia y los objetivos que se plantean en ella sean coherentes y que se hayan establecido indicadores, para poder hacer el seguimiento.

En 2023, se ha superado la primera auditoría, con la que se ha obtenido el sello. Durante los años siguientes, habrá auditorías, de manera anual, en las que se comprobará el nivel de alcance de los objetivos y el nivel de avance de la estrategia -lo que asegurará que, poco a poco, logremos nuestras metas-.

Gestión medioambiental

El reto del presente y el futuro del Gran Consumo consiste en reducir al máximo el impacto que genera su actividad en el entorno, desarrollando una actividad de gestión comercial, en todos sus ámbitos, sostenible y respetuosa con el medioambiente y que repercuta en un mejor bienestar social.

Se trata de uno de los objetivos más ambiciosos del sector y que afecta a todos los ámbitos de la cadena de distribución. Por ello, implica una gestión transversal, que afecte a todos los agentes y, sobre todo, una toma de consciencia de todas las personas, que forman parte de la actividad. Una vez realizada esta toma de consciencia, resulta fundamental realizar un análisis previo de las diferentes áreas a mejorar. Una vez

detectadas dichas mejoras, se debe establecer las estrategias de compromiso a implementar, para mantener la actividad más sostenible, respetuosa con el medioambiente y que permita una convivencia, en armonía con los diferentes agentes del entorno.

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 Irun**.

0 emisiones de CO₂ por consumo eléctrico: reto cumplido

Modelo de supermercado 100% energéticamente sostenible

En 2023, se ha mantenido uno de los acuerdos pioneros en España, por el que el 100% de la energía eléctrica que consumimos en Grupo Uvesco es de origen renovable. Esto se logró gracias a un PPA (Power Purchase Agreement), firmado en 2018, porque la totalidad de la energía consumida por el Grupo es de origen renovable, procedente de la planta solar Nuñez de Balboa, en Usagre (Badajoz, Extremadura). Con una capacidad de más de 500 MWp, es una de las mayores plantas solares de Europa.

Cabe destacar que, en Grupo Uvesco, fuimos la primera empresa de distribución en adoptar este compromiso, gracias al cual **se ha evitado la emisión de más de 28.366 toneladas de CO₂, durante 2023**. De este modo, avanzamos en nuestro compromiso de descarbonización de la economía.

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



Supermercados eco-eficientes

Ahorro y reducción de consumo de energía

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.

Estas inversiones afectan al plan de reformas y mantenimiento de tiendas. En 2023, las actuaciones han estado centradas en los equipos de frío, a través de medidas como la introducción de puertas en los murales de frío y congelado -para mantener la temperatura idónea de los productos, evitar el escape de

energía y mejorar la climatización en tienda-. Si bien otros años también se han realizado cambios de luminarias, para introducir bombillas y fluorescentes LED de bajo consumo, este año ya no se han hecho actuaciones en este sentido, ya que la mayoría de las tiendas cuentan con este tipo de iluminación.

El objetivo final consiste en reducir el consumo energético global para, de este modo, minimizar el impacto medioambiental, reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero, que genera la gestión comercial de la empresa.

INVERSIÓN EN EFICIENCIA AÑO 2023

ILUMINACIÓN	MOBILIARIO FRÍO	TOTAL
8.482,53€	132.478,55€	140.961,08€

AHORRO ENERGÉTICO
KWH/AÑO
101.799,6KWh

AHORRO ENERGÉTICO
TN CO₂/AÑO
27,48T CO₂



La reducción de la huella de carbono: eje estratégico

La logística, un eje prioritario

El transporte supone uno de los mayores impactos que la organización tiene en el entorno, ya que al tratarse de una empresa de distribución, supone una parte muy importante de la actividad. 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.

El 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).

Otra de las áreas, en las que trabajamos desde hace años, consiste en hacer más sostenible el reparto a domicilio desde la tienda -que comprende, tanto las compras por internet, como aquellas que se realizan de manera física, pero en las que la clientela solicita que se le lleve la compra a casa-. Durante años, se ha impulsado la compra de furgonetas eléctricas, para este servicio. Así, gracias a la introducción de este tipo de vehículos, unido al reparto a pie -para los trayectos más cortos y próximos a los establecimientos-, hemos conseguido que un 27,8% de los desplazamientos del servicio a domicilio sean sostenibles -lo que influye, directamente, en una reducción de la huella de carbono-.

Este compromiso se refuerza con los puntos de recarga de vehículos, con los que contamos en determinados supermercados.

DESPLAZAMIENTOS
SOSTENIBLES
27,8%

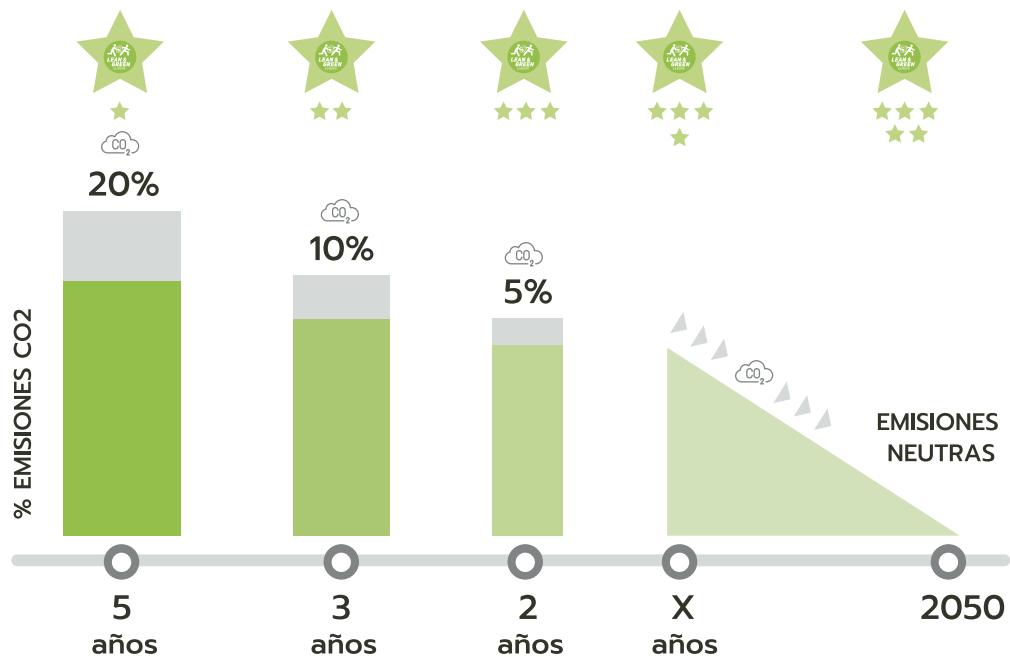


Como resultado de las medidas adoptadas, sumadas a las medidas de eficiencia energética y consumo renovable, **hemos reducido un 48,30% las emisiones de CO₂ desde 2018**, el primer año que se hizo la medición (indicador kg CO₂/palé). El alcance de la huella recoge las emisiones producidas, tanto en las plataformas logísticas, como en el transporte de las mismas hasta los supermercados. En esta medición, se ha incluido el 100% de las rutas realizadas y el 100% de los palés transportados, con un alto grado de calidad en los procesos de obtención de datos para dicha medida.

La acreditación de estos logros nos llevó a obtener la **tercera estrella Lean & Green -distintivo otorgado por AECOC y auditado por la consultora internacional EY (Ernst & Young)-**, siendo una de las tres primeras empresas de España en lograrlo. Cabe destacar que la reducción de emisiones, que se realizó en tres años, está muy por encima del plazo exigido por esta acreditación.



PLAN DE ACCIÓN



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, acción que se ha mantenido durante el año 2023.

la conservación de la biodiversidad, en el parque natural de Peñas de Aia, a escasos kilómetros de las plataformas de Irún.

EMISIONES DE CO₂ COMPENSADAS: 10%

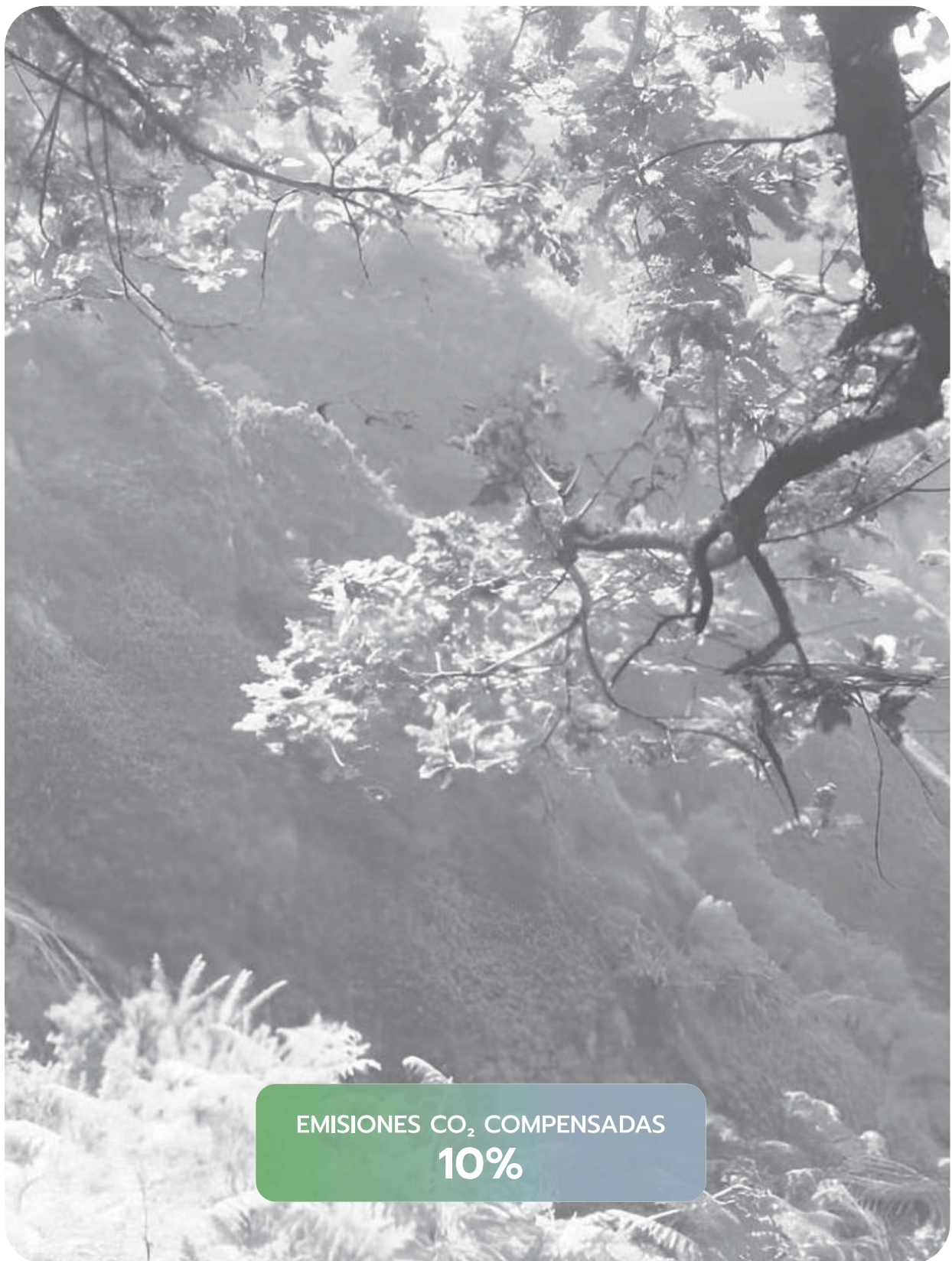
Esta compensación se hace, a través del Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, promovido por Naturklima (Fundación de Cambio Climático de Gipuzkoa). De este modo, la compensación tiene el valor añadido de que las acciones de absorción de carbono se hacen en Gipuzkoa, por lo que la reparación se hace en el mismo lugar donde se genera el impacto.

Esto se alinea, de manera directa, con la filosofía de Grupo Uvesco de involucrarse en la comunidad local, tanto a nivel social como medioambiental.

Durante este segundo año, Grupo Uvesco ha compensado el 10% de sus emisiones -el doble del año pasado- y ha tomado el compromiso de que en los próximos años lo hará, como mínimo, en ese porcentaje.

En concreto, este año se han compensado 525,76 toneladas de CO₂, a través de la creación de cuatro pequeños humedales para





Reducción del desperdicio alimentario

Uno de los retos más importantes, a nivel de la organización es la correcta gestión del *stock* en tiendas y almacenes

El primer paso en la gestión de residuos ha de ser la prevención. De este modo, en Grupo Uvesco, llevamos años trabajando con cajas reutilizables en la logística y se funciona mediante un pool de palés, para la reutilización de los mismos.

En cualquier caso, uno de los retos más importantes, a nivel de la organización, es la correcta gestión del stock en tiendas y almacenes y poder dar una salida a los excedentes alimentarios.

Bancos de Alimentos

De este modo, dentro de los almacenes, todos los artículos que, por el motivo que fuera (roturas en el envoltorio, fecha de caducidad próxima, etc.), son aptos para el consumo, pero no para la venta, se donan al Banco de

Alimentos, a través de su recogida diaria en nuestros almacenes de Irun y Corrales de Buelna.

Con este sistema, cumplimos tres objetivos sostenibles:

3

Objetivos sostenibles

- 1 Reducir el desperdicio alimentario, con la recuperación de productos que, de otra forma, tendrían un impacto negativo, a través de la implicación del personal de tienda, en la correcta gestión de las caducidades.
- 2 Reforzar los valores de servicio de calidad excelente y la generación de confianza con la clientela -ya que el calendario de caducidades en tienda está actualizado-.
- 3 Los productos recuperados tienen un impacto en la mejora de vida de las familias en riesgo de exclusión social, a través de los Bancos de Alimentos.

Programa “Too Good To Go”

Otra de las iniciativas, que contribuyen a reducir el desperdicio alimentario, es el programa “Too Good To Go”, que se aplica en los supermercados BM. Se trata de una aplicación móvil, que permite el aprovechamiento del excedente de productos diarios en tienda, a través de la venta de *packs* a precios reducidos.

En 2023, se ha llegado a salvar un total de 90.287 *packs*. Esto equivale a 90 toneladas de comida no desperdiciada y 225,7 toneladas de CO₂ no emitido.

PACKS SALVADOS
90.287

Donaciones a asociaciones solidarias

En los supermercados de la marca Super Amara, por su parte, se colabora con el **proyecto Último Minuto**, en el que alimentos frescos y envasados, próximos a la fecha de caducidad y que no pueden ser retornados a central, se donan a entidades sociales, directamente desde la tienda. Gracias a este programa, se han donado más 22.717 kg de alimentos.

De la misma forma, durante 2023, se ha implementado, en todas las tiendas del Grupo, el **“markdown”, por el cual todo producto, con caducidad próxima, se vende con un descuento, que se va incrementando según se acerca la fecha de caducidad.**

Todas estas actividades se han realizado, dentro de un grupo de trabajo específico

sobre merma y desperdicio alimentario, creado en Grupo Uvesco para analizar tal fin -que incluye medidas de mejora de *stock* y optimización de los pedidos, para evitar que este excedente alimentario pueda llegar a generarse-.

Para todo aquel excedente que no se puede evitar generar, y que, por diferentes motivos, tampoco se le puede dar salida por “Too Good To Go”, ni por “markdown”, se están examinando opciones, para hacer donaciones a asociaciones benéficas, directamente desde la tienda, a través de los **proyectos piloto con Phenix y Oreka.**



Separación y reciclaje de residuos

Compromiso con la economía circular

Tratamiento diferenciado, para cada tipo de residuo

La gestión de caducidades y la donación de productos son los primeros pasos, para reducir el volumen de productos desechados. Sin embargo, **con aquellos residuos que no se puede evitar generar, es necesario realizar una correcta separación y tratamiento.** En Grupo Uvesco, llevamos a cabo este compromiso, con un **tratamiento diferenciado,**

para cada tipo de residuo resultante de nuestra actividad de la distribución alimentaria. Así, una vez tratado en nuestra planta logística, los **derivamos a otras empresas del entorno específicas, para su reaprovechamiento en la producción de otros materiales** -con lo que se impacta, positivamente, en la economía circular y en la generación de valor-.





GESTIÓN DE LOS RESTOS EN NUESTROS DIFERENTES CENTROS

MATERIALES DE CARTÓN, PLÁSTICO, PÓREX Y MADERA

En tiendas y en las plataformas logísticas, se desechan, de manera diferenciada, para su entrega posterior a gestores/as autorizados/as. Estos residuos son reciclados, para fabricar envases del mismo material.

ALIMENTACIÓN ENVASADA

Todos los residuos de alimentación envasada generados en las plantas de Gipuzkoa se envían a una planta de cogeneración en Mendigorriá (Navarra), donde se produce biogás.

SANDACH CARNE

Los restos de carne se dirigen desde la planta logística de Gipuzkoa a la empresa Sebería Donostiarra (Donostia/San Sebastián) y desde la planta logística de Cantabria a Riograsa (La Rioja) -para fabricar jabones y pieles sintéticas-. En la zona centro, son recogidos, tienda a tienda, por gestores/as autorizados/as para tal fin.

SANDACH PESCADO

Se envían a la empresa Barna, en Mundaka (Bizkaia), donde los reutilizan para crear harinas de pescado. En la zona centro, son recogidos, tienda a tienda, por gestores/as autorizados/as para tal fin.

ORGÁNICO -FRUTAS, HORTALIZAS Y PAN NO APTOS PARA EL CONSUMO-

Se usan para hacer compost y biogás. En la planta logística de Irún, se envían a Mendigorriá y en las tiendas, se gestiona a través de los ayuntamientos.

RESTO

El material que no se puede separar para el reciclaje se envía a vertedero.

Residuo Cero: validación de nuestro compromiso con el reciclaje

El sistema de reciclaje de las plataformas logísticas de Irun ha sido reconocido con el certificado Residuo Cero de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), que se obtuvo por primera vez en 2021 y se ha revalidado en 2023, por tercer año consecutivo. **La auditoría de seguimiento, llevada a cabo en mayo de 2023, ha certificado que nuestra tasa de reciclaje es de un 94,48%**, superando el requisito mínimo.

La auditoría comprueba no solo la correcta separación de estos restos, sino también la trazabilidad completa -asegurando que se gestionan, correctamente, hasta su tratamiento final-. Se analizan la totalidad de los residuos, generados durante un año, analizando su segregación, su almacenamiento y su posterior envío a empresas de reciclaje. También, comprueba que esos/as gestores/as reciclen los residuos, analizando así su

trazabilidad completa, hasta su tratamiento final. Asimismo, se analizan las medidas de prevención de residuos, como las donaciones al Banco de Alimentos.

Este certificado pone en valor el tratamiento que hacemos del residuo, reconociéndose el esfuerzo y trabajo que desarrollamos en el Grupo, en materia de residuos y sostenibilidad.

TASA RECICLAJE (PLANTAS IRUN)
95%

Reciclaje y reutilización de cápsulas de café: impacto circular. Finalista en los Premios Europeos de Prevención de Residuos 2022

En Grupo Uvesco, además de gestionar los residuos que generamos de la mejor manera, quisimos ir un paso más allá y ayudar a clientela, vecinos y vecinas a que pudieran reciclar sus restos, de la forma más cómoda y

fácil posible. De este modo, se instalaron contenedores de reciclaje, en el punto de venta, para aquellos residuos que, por su naturaleza, plantean dudas o no tienen un contenedor concreto para su depósito.

En estos puntos limpios, todas las personas podían **depositar sus cápsulas de café, aceite de cocina, cartuchos de tóner y pilas**. Estos contenedores contaban con el valor añadido de que estaban fabricados a partir de cápsulas de café recicladas, lo que no solo convierte el proyecto en circular (las cápsulas de café depositadas se transforman en nuevos contenedores), sino que permite dar a la ciudadanía la segunda vida que estos residuos puedan tener. Para fabricar cada uno de estos puntos, se utilizaban unas 15.000 cápsulas de café (todo ello, con la colaboración de Kafea Ekogras, quien además de fabricar los contenedores, es la empresa gestora encargada de recoger las cápsulas y el aceite).

Esta iniciativa fue la ganadora de la Semana de Prevención de Los Residuos de Euskadi, además de una de las tres finalistas, a nivel europeo, de la European Week for Waste Reduction.

No es la primera vez que Grupo Uvesco llega a ser finalista en estos premios, ya que, en 2017, también estuvimos presentes por nuestro sistema de gestión de residuos.

En paralelo, todos los supermercados tienen a disposición de su clientela contenedores para depositar pilas. Además, en más de 90 supermercados contamos con puntos de recogida de luminarias, donde se puede dejar bombillas y fluorescentes.



Utilización de ecoenvases y apuesta por el plástico reciclado

El diseño y gestión de envases, parte fundamental de la estrategia de sostenibilidad

En 2023, Grupo Uvesco ha comercializado más de 145 millones de envases, lo que hace que su diseño y gestión sea una parte fundamental de su estrategia de sostenibilidad.

Durante este último año, el Grupo ha continuado con el camino comenzado hace un tiempo, centrado en mejorar la reciclabilidad de los envases y en incluir plástico reciclado en ellos. De este modo, 2023 ha sido el año en el que el pórex, un material poco reciclable, ha sido completamente eliminado de los envases.

Al mismo tiempo, 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.

Mientras que en 2020, el plástico reciclado suponía un 34% del total del plástico usado en envases (unos 63.000 kg), en 2023 hemos pasado a un 50,12% del total del plástico, lo que se traduce en un uso de más de 113.936 kg de plástico reciclado.



Ticket digital

Mayor ahorro de papel

A través de las aplicaciones móviles de BM Supermercados y Super Amara, conseguimos colaborar en la reducción del consumo de papel, primero con la emisión de bonos y descuentos en el móvil, y segundo a través del *ticket* digital.

Así, las personas que lo solicitan pueden ver todas sus compras en su aplicación móvil y

evitar, de esta forma, la impresión del *ticket* en la caja del supermercado.

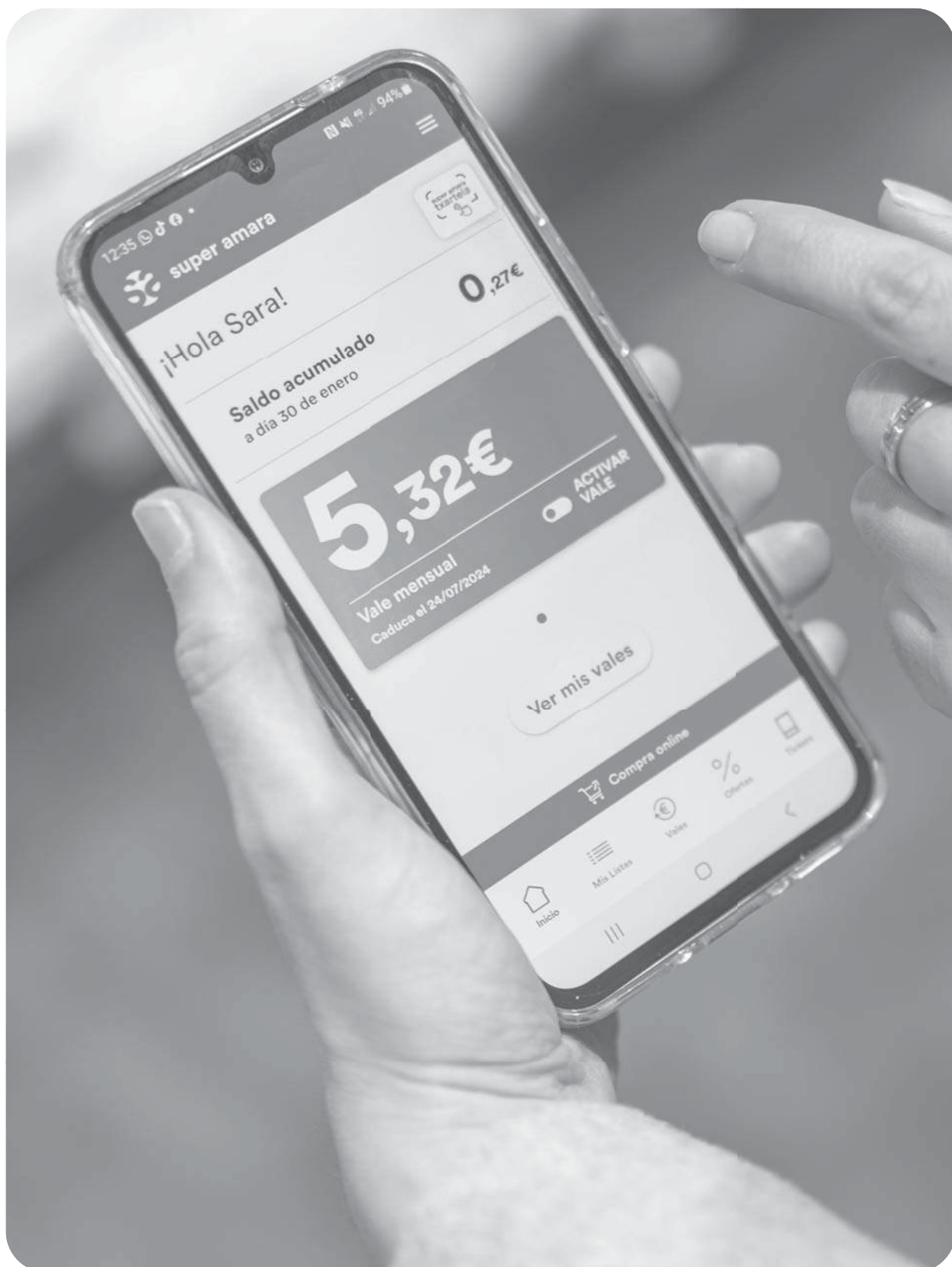
Actualmente, cuentan con *ticket* digital un total 55.354 clientes y clientas de nuestros establecimientos, con lo que también contribuimos a un ahorro del consumo de papel.

CLIENTES/AS APP
283.104

BM SUPERMERCADOS	SUPER AMARA
268.844	14.260

CLIENTES/AS TICKET DIGITAL
55.354

BM SUPERMERCADOS	SUPER AMARA
50.704	4.650





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