

OB

**Modelo
Uvesco**

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.



PESCADOS BM
DEL CANTÁBRICO

ARLUZA DE ANZUELO

OFERTA

GALLO FILETE 1K+

19'95
€/KG

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.

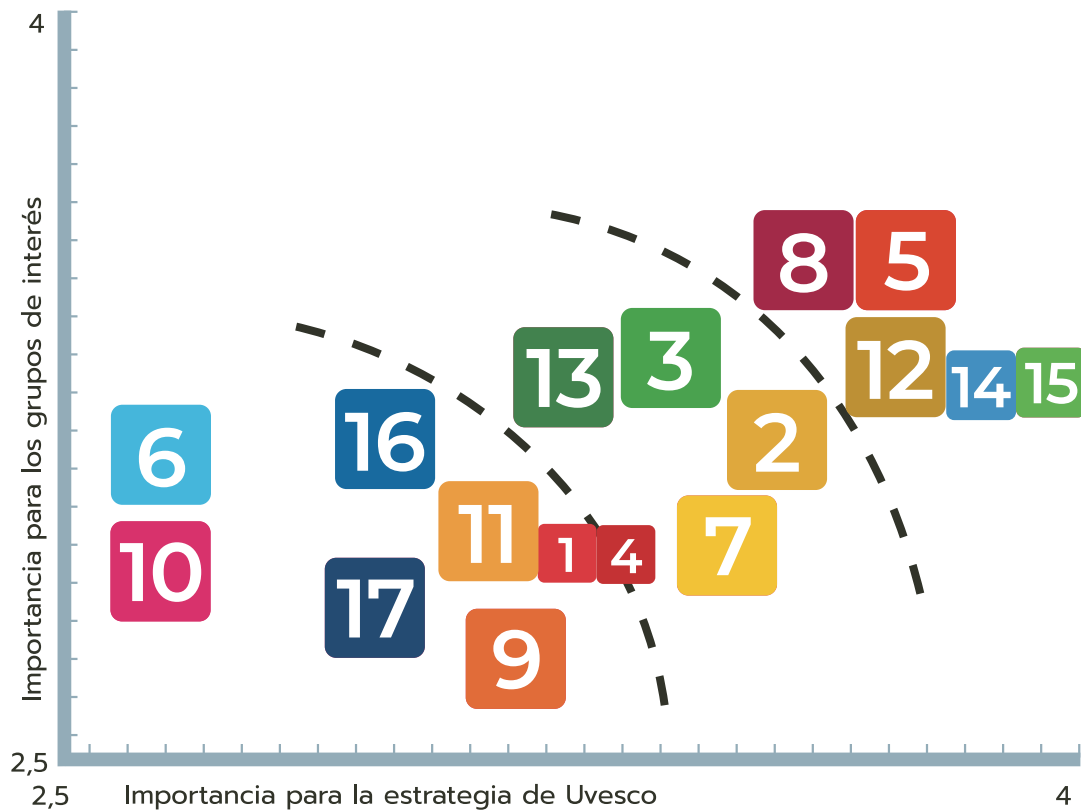


En este comité -con representación de los diferentes departamentos del Grupo-, se debaten los diferentes temas relacionados con la RSC dentro del Grupo, al mismo tiempo que se coordinan las diferentes acciones que conllevan la implicación de varios departamentos y se hace seguimiento de las líneas abiertas. 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 ODSs



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.