

**INFORME DE ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA
UVESCO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES (GRUPO UVESCO)
EJERCICIO 2021**

**INFORME DE ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA
UVESCO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES (GRUPO UVESCO)
EJERCICIO 2021**

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO DE UVESCO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL EJERCICIO 2021

A los accionistas de
UVESCO, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de UVESCO, S.A. y sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión adjunto del Grupo.

El contenido del Informe de Gestión incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la "Tabla de referencia de contenidos de Estado de Información No Financiera y Contenidos GRI" incluida en el Informe de Gestión adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión del Grupo, así como su contenido, es responsabilidad de los Administradores de UVESCO, SA. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente en España y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la "Tabla de referencia de contenidos de Estado de Información No Financiera y Contenidos GRI" incluida en el Informe de Gestión.

Esta responsabilidad incluye, asimismo, el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de UVESCO, SA son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 en vigor, Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 Revised), emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre el Informe de verificación independiente del



Estado de Información No Financiera emitida por el Registro de Economistas Auditores (REA) del Consejo General de Economistas de España (CGEE).

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación con el cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

Alcance del trabajo

Nuestro trabajo de seguridad limitada se ha llevado a cabo mediante entrevistas con la Dirección y las personas encargadas de la preparación de la información incluida en el EINF, así como la revisión de los procesos para recopilar dicha información y la aplicación de procedimientos analíticos y otras pruebas dirigidas a la obtención de evidencia sobre el EINF, como son:

- Obtener conocimiento del modelo de negocio, las políticas y el enfoque de gestión aplicado, así como los principales riesgos, relacionados con las cuestiones que la normativa mercantil exige que se incluyan en el EINF y la información necesaria para su revisión.
- Revisión de las actuaciones de la entidad para determinar la relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la entidad considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos de la entidad para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión y análisis de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 a partir de los datos suministrados por las fuentes de información, utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en base a muestreo.
- Contraste de la información financiera reflejada en el EINF con la incluida en las cuentas anuales de la entidad.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Fundamento de la conclusión con salvedades

El EINF adjunto no incluye la información relativa a la remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.

Conclusión con salvedades

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en la evidencia obtenida, excepto por los efectos de la cuestión descrita en el párrafo "Fundamento de la conclusión con salvedades", no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la "Tabla de referencia de contenidos de Estado de Información No Financiera y Contenidos GRI" del Informe de Gestión.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos o jurisdicciones.

OPINIA AUDITORES, S.L.P.



Javier Legaz Ortiz
30 de marzo de 2022

GRUPO UVESCO

ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA

EJERCICIO 2021

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD 2021 (GRUPO UVESCO)

INDICE

1. Introducción

2. Modelo de negocio

2.1 Negocio: organización y mercados en los que opera.

2.2 Gestión de calidad.

2.3 Valores.

2.3.1 Alianzas con el Sector Primario.

2.3.2 Cercanía con Agentes Sociales.

2.3.3 Capacidad de Elección.

2.3.4 Calidad del Empleo.

2.3.5 Bienestar y salud de las personas

2.3.6. Innovación.

2.4 Objetivo: mejor calidad de vida.

2.5 Cadena de Valor y Grupos de interés.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

3.1 Análisis de materialidad: principales áreas de actuación en las que genera impacto.

4. Gestión del riesgo

4.1 Entorno de negocio.

4.1.1 Riesgos relacionados con el mercado/competencia.

4.1.2 Normativo y regulatorio.

4.2 Riesgos operacionales.

4.2.1 Inadecuada adaptación del modelo económico y operativo.

4.2.2 Cadena de suministro.

4.2.3 Cumplimiento de los estándares de seguridad.

4.2.4 Sistemas de la información.

4.2.5 Cuestiones laborales y de recursos humanos.

5. Información sobre cuestiones medioambientales

5.1 Contaminación y uso sostenible de los recursos.

5.1.1 Eficiencia energética-control de emisiones-consumo de agua.

5.1.2 Transporte sostenible.

5.2 Economía circular y Gestión de residuos

- 5.2.1 Revisión de caducidades.
- 5.2.2 Tratamiento diferenciado y reciclaje de residuos.
- 5.2.3 Puntos de reciclaje en tiendas.
- 5.2.4 Envases sostenibles y reducción del consumo de papel.
- 5.3 Protección a la diversidad
- 5.4 Principales indicadores de las políticas medioambientales.

6. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

- 6.1 Empleo.
- 6.2 Organización del Trabajo.
- 6.3 Salud y Seguridad.
- 6.4 Relaciones sociales.
- 6.5 Formación y Promoción interna
- 6.6 Accesibilidad universal de las personas con discapacidad
- 6.7 Igualdad de género
- 6.8 Principales indicadores de las políticas sociales y relativas al personal

7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno

- 7.1 Respeto a los Derechos Humanos
- 7.2 Lucha contra la corrupción y el soborno

8. Información sobre el Grupo

- 8.1 Compromisos del Grupo con el desarrollo sostenible y Gestión de Proveedores
 - 8.1.1 Carne, Pesca, Fruta y Verdura Local
 - 8.1.2 Red de colaboradores por Acuerdos y Convenios
 - 8.1.3 Acciones sociales, de asociación o patrocinio
 - 8.1.4 Banco de Alimentos
- 8.2 Consumidores: La responsabilidad en la Alimentación
 - 8.2.1 Proyecto ELIGE CUIDARTE
 - 8.2.2 Productos para personas con necesidades específicas o con alergias (gluten, lactosa...).
 - 8.2.3 Revista BM no es lo mismo.
 - 8.2.4 Servicio de Atención al Cliente (SAC).
- 8.3 Impacto económico e información fiscal.
- 8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social

Anexo 1: Contenidos del Estado de Información No Financiera

1. Introducción

El presente estado de Información No Financiera (EINF) se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Asimismo, se ha seguido como referencia el marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI), en su versión GRI Estándares, siguiendo además, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, resolución de 25 de septiembre, "*Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*". Como Anexo I se incluye el contenido del EINF requerido por la mencionada normativa, así como el marco de referencia utilizado.

El Grupo Uvesco, cuya cabecera es Uvesco, S.A., está compuesto por el conjunto de sociedades indicadas en la nota 1 de la memoria de las cuentas consolidadas, cuya información se presenta, sin exclusión alguna, a nivel integrado en este informe.

Cabe destacar que, a finales del ejercicio 2021, los accionistas de la sociedad dominante Uvesco, S.A. firmaron un acuerdo de venta del GRUPO UVESCO con condiciones suspensivas, a favor de un Fondo de Inversión las cuales están ultimándose favorablemente a la fecha de formulación de las presentes cuentas anuales consolidadas.

A través del EINF, el Grupo Uvesco incluye la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del grupo, y el impacto de su actividad respecto, al menos, a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, incluidas las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal.

2. Modelo de negocio

2.1 *Negocio: organización y mercados en los que opera*

Grupo Uvesco es un grupo líder del sector del gran consumo y de la distribución alimentaria, que se encuentra en pleno proceso de expansión. Su inicio se sitúa en el año 1993, tras la unión de dos empresas familiares del sector del Gran Consumo (Unialco SL, empresa guipuzcoana creada en la década de los sesenta y Ves SL, empresa centenaria con actividad en Cantabria), que deciden emprender juntas, para crecer y desarrollar un modelo de negocio único, basado en la calidad, el producto fresco, el surtido y el servicio al cliente. Su área de actuación se ubica principalmente en el País Vasco, Cantabria, Navarra y Madrid, si bien también explota supermercados en La Rioja, Ávila y Guadalajara.

Al cierre del ejercicio cuenta con un total de 257 supermercados bajo las enseñas "BM Supermercados" y "Super Amara", tras en 2021 abrir 19 nuevos supermercados y reformar y ampliar 15 centros ya existentes. Entre las aperturas del 2021, destaca la incorporación en Madrid de 12 tiendas, anteriormente pertenecientes a la enseña Condis, y que ahora han pasado a formar parte del grupo. Asimismo, se han cerrado 2 supermercados que no respondían a los estándares actuales requeridos por el Grupo.

Con todo ello, la superficie comercial explotada es de 191.260 m², cuyo detalle por provincia, junto con evolución en los dos últimos ejercicios es el siguiente:

Provincia	2021		2020		2019	
	Supermerc.	m2	Supermerc.	m2	Supermerc.	m2
Bizkaia	100	65.557	100	65.209	101	65.567
Gipuzkoa	55	39.347	56	39.697	56	39.762
Madrid	37	30.448	21	19.263	16	13.147
Cantabria	25	17.387	25	16.946	24	16.731
Navarra	24	22.802	24	22.802	25	22.802
Álava	7	7.369	7	7.369	7	7.367
La Rioja	6	6.226	5	5.469	5	5.469
Ávila	2	1.374	2	1.364	2	1.374
Guadalajara	1	750	0	0	0	0
Total	257	190.510	240	178.119	236	172.219

Además, cuenta con infraestructuras logísticas en Irún (Gipuzkoa), Corrales de Buelna y Sámano (Cantabria), que suman 63.600 m² de superficie destinada al almacenaje. Destaca la puesta en marcha de las naves de Irún y Sámano destinadas en exclusiva al tratamiento del producto fresco (carne, charcutería, pesca y fruta), en 2014 y 2016 respectivamente.

Por último, el modelo de franquiciado de BM Supermercados ("BM Shop"), que Grupo Uvesco puso en marcha en 2017, sigue dando pasos y ampliando su red de franquiciados, quienes muestran una gran implicación con el Grupo y un alto de nivel de satisfacción en sus negocios. Esta fórmula ofrece una oportunidad de abrir un supermercado rentable y con opciones de futuro a emprendedores, que quieren sumarse al modelo BM, con un desarrollo profesional en poblaciones de pequeño tamaño, contando en la actualidad, después de las nuevas 7 franquicias abiertas en este ejercicio 2021, con 20 franquicias a disposición del público. Con ello, además, se pone de manifiesto el impacto socioeconómico del Grupo en la generación de empleo.

El Grupo cuenta al cierre de 2021 con un total de 5.927 empleados (5.662 en 2020 y 5.120 en 2019), acometiéndose la toma de decisiones del mismo de forma colegiada a través de los miembros del Consejo de Administración de la cabecera del grupo Uvesco, S.A.

2.2 *Gestión de calidad*

La trayectoria de éxito de Grupo Uvesco viene marcada por su carácter de empresa local, con supermercados de cercanía y con una vocación clara de ofrecer un servicio excelente al cliente, desde el compromiso y la responsabilidad de todas las personas que forman la empresa. El denominador común y motor es, por tanto, realizar una gestión de calidad: desde los acuerdos con proveedores, el compromiso de los trabajadores, el tratamiento logístico de los productos y la presentación del punto de venta, hasta la relación establecida con el cliente.

Este compromiso por la calidad implica el desarrollo de actuaciones concretas, ligadas a la actividad comercial, que permiten a Grupo Uvesco integrarse en su entorno, contribuir a la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos (a través del consumo y la colaboración con la sociedad), al desarrollo económico (a través de la generación de empleo) y al medio ambiente (a través de acuerdos con proveedores locales y minimizando el impacto todo lo posible), abarcando así los tres ámbitos del desarrollo sostenible. Esta actividad genera vínculos de unión y confianza, en los diferentes procesos de la gestión comercial, que sitúan a Grupo Uvesco como un referente para los consumidores, líder en su área de influencia.

2.3 *Valores*

Para mantener la gestión de calidad, Grupo Uvesco se apoya en una serie de valores, que defiende desde sus inicios: amplitud de surtido, producto de calidad y local, y servicio especializado al cliente, que la convierten en una empresa con un crecimiento sostenible y basado en principios sólidos y estables.

Las seis áreas de actuación concretas, que marcan toda su gestión y su relación con las personas y su entorno son las siguientes:

2.3.1 *Alianzas con el Sector Primario*

Con un modelo de supermercado basado en el refuerzo de los productos Km 0 y en la creación de alianzas con el sector primario, que posibilitan un desarrollo sostenible de la actividad comercial.

2.3.2 *Cercanía con Agentes Sociales*

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

2.3.3 *Capacidad de Elección*

Se apuesta por la capacidad de elección del cliente, a través de un muy amplio surtido de primeras marcas con más de 19.000 referencias (15.500 en 2020). A esto se le une una variedad de ofertas, descuentos y ventajas, con el fin de reducir el gasto de la compra, y donde el consumidor es el protagonista.

2.3.4 *Calidad del Empleo*

Se apuesta por el empleo de calidad, invirtiendo en formación de sus trabajadores y en beneficios sociales, y por la seguridad y bienestar de las personas. Todo ello repercute en la excelencia del servicio.

2.3.5. Bienestar y salud de las personas

Se prima la alimentación saludable, basada en producto fresco, permite una mayor calidad de vida de la ciudadanía y, por lo tanto, una sociedad con mayores beneficios, en su salud y bienestar.

2.3.6. Innovación y tecnología

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

2.4 Objetivo: mejor calidad de vida

Apostar por sus propios valores y por una gestión de calidad ha logrado el crecimiento de Grupo Uvesco, a lo largo de toda su trayectoria, incluso en momentos de crisis económica, permitiéndole establecer vínculos con su entorno fundamentales para mantener su modelo de negocio. Esta misma gestión le ha convertido en un agente activo, participativo y responsable de la actividad socioeconómica.

El compromiso de Grupo Uvesco con la sociedad y el medioambiente se ha recogido bajo la marca “R” de Responsabilidad. Con ella, se han puesto en valor todas las acciones, que tienen un impacto dirigido a construir una sociedad más justa, sostenible y solidaria.

Por lo tanto, en su ámbito de actuación, Grupo Uvesco se convierte en un agente que adopta un compromiso por favorecer la calidad de vida de las personas, apostando por una alimentación sana, unos hábitos de vida saludables, el empleo de calidad y el desarrollo sostenible:



2.5 Cadena de Valor y Grupos de interés.

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

Es fundamental una correcta gestión para mantener la cadena de valor, y para que todos los Grupos de interés tengan un beneficio y, por lo tanto, se generen impactos positivos en la comunidad y en el entorno.

En esta cadena de valor se encuentran:

- a) Los Proveedores y Acreedores del sector de distribución con los que se relaciona y que proveen de productos y alimentos a los establecimientos.
- b) Los Clientes, que son los destinatarios finales de la actividad comercial.
- c) Empleados y Agentes sociales, con los que se tiene una relación directa y estrecha con los que impacta positivamente en la calidad de vida y bienestar de la sociedad.



Conocer sus expectativas y requerimientos es un aspecto fundamental para la creación de valor en el negocio. Por ello, se mantiene una comunicación constante y bidireccional con ellos.

El proceso de identificación de aspectos relevantes con estos Grupos de interés consta de tres fases:

1. Identificación y priorización de los grupos de interés.
2. Identificación de los asuntos materiales.
3. Validación de la información a proporcionar sobre los asuntos materiales.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Grupo Uvesco, consciente del impacto de su actividad en el entorno, ha realizado una reflexión interna que le ha llevado a desarrollar su Estrategia de Responsabilidad Social. Para ello, se ha basado en su compromiso con el entorno, tomando como referencia el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por las Naciones Unidas en su Agenda 2030.

Este marco se compone de diecisiete objetivos que persiguen erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Cada objetivo tiene metas específicas, que deben alcanzarse en para 2030.



Grupo Uvesco puede aportar algo a cada uno de estos retos, sin embargo, se han detectado nueve ODS donde la entidad puede marcar una diferencia mayor y que estructuran el compromiso del grupo. Un compromiso necesario para que, de la mano de administraciones públicas y entidades sociales, se pueda construir una sociedad más sostenible y justa. Para ello, se han identificado las acciones que contribuyen a alcanzar las metas fijadas para cada uno de los ODS:

3.1 Análisis de materialidad: identificación de las principales áreas de actuación en las que Grupo Uvesco genera impacto

ODS 1: FIN DE LA POBREZA



- Donación a bancos de alimentos.
- Descuentos para familias numerosas.
- Colaboración con ONGs: Unicef, Cáritas.
- Proyectos de integración sociolaboral, en el sector agroalimentario.

ODS 3: SALUD Y BIENESTAR



- Descuentos para personas celíacas.
- Beneficios sociales a empleados.
- Promoción de alimentación saludable.
- Aportación económica a la lucha contra el cáncer, a través de la AECC
- Programa “Elige Cuidarte”, para la salud de los/as trabajadores.
- “OKencasa”

ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO



- Contratación de mujeres e igualdad de retribución.
- Medidas de conciliación familiar
- Promoción interna de la mujer, bajo el programa: "Tú también puedes".

ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



- 100 % del consumo de energía eléctrica de origen renovable
- Eficiencia energética en tiendas, oficinas y logística.
- Renovación de iluminación LED y mejora de equipos en frío, en tiendas y oficinas

ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



- 10% de descuento en la compra para empleados.
- Impulso a compra local y apoyo en su desarrollo.
- Visión a largo plazo con proveedores y franquiciados.
- Inversiones I+D+i
- Digitalización del programa de fidelización

ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



- Implicación con causas locales y solidarias.
- Apoyo a actividades culturales y deportivas.
- Puntos de recarga para vehículos eléctricos en los supermercados.

ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



- Valorización de residuos.
- Envases y bolsas de plástico reciclado
- Inclusión en la aplicación Too Good To Go
- Programa de control de caducidades
- Certificación Wellfair/Bienestar Animal

ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA



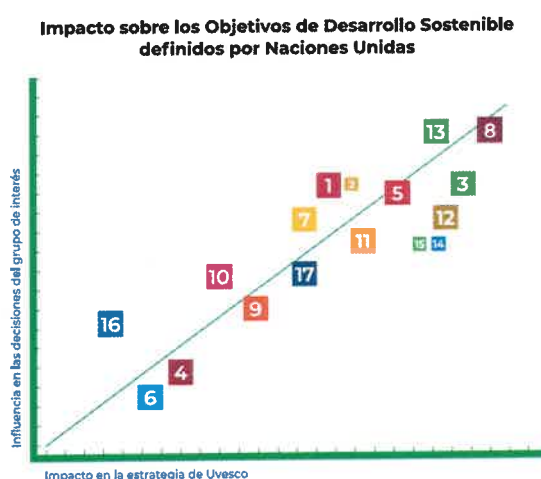
- Reducción y reciclaje de residuos
- Optimización de rutas logísticas y conducción eficiente
- 35% de furgonetas eléctricas en el reparto a domicilio
- 51% de la flota de camiones EURO VI
- Obtención de la tercera estrella Lean&Green por reducción de emisiones GEI
- Certificado Residuo Cero de AENOR en las plantas logísticas de Irún
- Ticket digital, para reducir papel

ODS 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



- Convenios con el sector primario
- Acuerdos con colectivos culturales y deportivos
- Acuerdos con ayuntamientos y mancomunidades para reciclar los residuos orgánicos
- Colaboración con gestores locales para implantar puntos de reciclaje en tiendas
- Adhesión al Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa (GK Recycling)

A continuación, se muestra en la siguiente matriz de materialidad el impacto de estos objetivos en la estrategia de Grupo Uvesco, con su influencia en las decisiones de los Grupos de interés:



4. Gestión del riesgo

El Grupo Uvesco realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las distintas sociedades que componen al mismo.

Además de los riesgos financieros, que se detallan en la nota 14.8 de la memoria de las cuentas consolidadas, la implantación de un sistema de mejora continua, le permite tener identificados los siguientes riesgos no financieros:

4.1 Entorno de negocio

Se trata de riesgos y/o cuestiones relacionadas con el entorno en el que opera el Grupo abarcando, entre otros, aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos o legales.

4.1.1. Riesgos relacionados con el mercado/competencia

Esta categoría abarca los riesgos relacionados con la inadecuada propuesta de valor al cliente en un contexto de hábito demográfico y en los hábitos de consumo. Este aspecto es consustancial al negocio de distribución de alimentación y consiste en la eventual incapacidad para seguir y responder a las evoluciones de su público objetivo o para adaptarse a nuevas situaciones en los hábitos de consumo.

En un entorno tan competitivo en el que la información viaja a tiempo real, gestionar la confianza entre los principales grupos de interés del grupo es clave para el buen funcionamiento del mismo.

Los principales mecanismos de gestión y de control se basan en el desarrollo de análisis y estudios periódicos de mercados, sistema de escucha al consumidor, etc. y definición de planes de acción en base a los resultados.

4.1.2 Normativo y regulatorio

Dentro de esta categoría, se incluyen riesgos relativos a la normativa fiscal, laboral, de comercio y consumo, de propiedad industrial e intelectual, y los riesgos relativos a las restantes legislaciones, particularmente los riesgos normativos de carácter penal, determinen o no la responsabilidad penal de la persona jurídica, así como otros riesgos de incumplimiento normativo.

El funcionamiento incorrecto de los sistemas internos de compliance supone un riesgo legal y reputacional y puede conllevar responsabilidades civiles y penales para los administradores. Corresponde al Órgano de Supervisión y Control, implantado en el Grupo Uvesco para la prevención de la materialización de riesgos legales, incluidos los penales, el seguimiento y monitorización de la normativa aplicable al mismo.

4.2 Riesgos operacionales

Se trata de riesgos y/o cuestiones relacionadas con el modelo de negocio del Grupo y la ejecución de las actividades clave de su cadena de valor abarcando, entre otros ámbitos, la calidad y seguridad de los productos, la cadena de aprovisionamiento, cuestiones medioambientales y de salud y seguridad, RRHH y cuestiones sociales o tecnologías de la información.

4.2.1 Inadecuada adaptación del modelo económico y operativo

El modelo de negocio tiene que responder de manera ágil a nuevas demandas de los clientes y de los sistemas de trabajo. Esta transformación conlleva aparejados riesgos de continuidad de negocio, entre otros motivos, por la mayor dependencia tecnológica. En este sentido, el Grupo Uvesco revisa y ajusta continuamente su modelo comercial para satisfacer las nuevas demandas de los clientes, así como los nuevos hábitos de consumo (comercio electrónico, franquicias...).

4.2.2 Cadena de suministro

Los principales riesgos a los que se enfrenta el Grupo derivan de la posible dificultad para atender las necesidades de consumo, aprovisionar y poner a la venta productos que sintonicen con las expectativas de los clientes.

El Grupo reduce su exposición a estos riesgos mediante un sistema de aprovisionamiento que asegura una flexibilidad razonable en la respuesta a variaciones imprevistas en la demanda de nuestros clientes. El permanente contacto de las tiendas con el equipo de aprovisionamiento (centrales de compras), permite captar los cambios en los hábitos de consumo de los clientes.

Debido a la relevancia que una gestión logística eficiente tiene en la materialización de estos riesgos, el Grupo realiza un análisis de todos los factores que podrían afectar negativamente al objetivo de lograr la máxima eficiencia en la gestión logística, para monitorizar dichos factores de manera activa.

4.2.3 Cumplimiento de los estándares de seguridad

Un aseguramiento insuficiente de la seguridad de nuestros productos y nuestras operaciones puede impactar significativamente en la reputación del Grupo y puede poner en peligro la continuidad del negocio.

El Grupo tiene establecidas políticas de Responsabilidad Social Corporativa y de Calidad y Seguridad Alimentaria con el fin de asegurar el cumplimiento de los estándares de seguridad, trabajando para asegurar la integración de valores sociales y medioambientales en todas sus áreas de gestión.

Los principales mecanismos de gestión y de control se basan en la formación y supervisión constante de la correcta aplicación de las políticas y procedimientos, desarrollo de análisis, sistema de escucha al consumidor, así como al franquiciado, etc. y definición de planes de acción en base a los resultados.

4.2.4 Sistemas de la información

Incluye los riesgos vinculados con la infraestructura tecnológica, la gestión eficaz de la información, de las redes informáticas, así como de las comunicaciones. También comprende los relacionados con la seguridad física y tecnológica de los sistemas, particularmente el riesgo de ataques cibernéticos sobre los sistemas de información, que potencialmente podría afectar a la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información crítica. Fallos en los sistemas de información puede derivar en la fuga, ya sea deliberada o por error, de datos comerciales, de cliente o empleados.

Dada la importancia del correcto funcionamiento de los sistemas tecnológicos para la consecución de los objetivos del Grupo, la Dirección de Sistemas mantiene un control permanente enfocado a garantizar la racionalización y herencia de los mismos, además de la seguridad y estabilidad precisa para el desarrollo ininterrumpido de las operaciones. El Grupo es consciente de que sus sistemas requerirán mejoras e inversión continua, a fin de evitar la obsolescencia y mantener la capacidad de respuesta de los mismos en los niveles requeridos por la Organización.

4.2.5 Cuestiones laborales y de recursos humanos

Los principales riesgos relacionados con el ámbito de los recursos humanos son aquéllos derivados de la potencial dependencia de personal clave, así como mantener un adecuado clima laboral en todos los centros de trabajo. Una inadecuada gestión de los recursos humanos puede desembocar en problemas para atraer y retener talento o un aumento de la conflictividad laboral, lo que en definitiva imposibilita una correcta consecución de los objetivos empresariales.

Para minimizar los riesgos relacionados con el área de personas, el Departamento de Recursos Humanos lleva a cabo procesos de detección de personas clave, y facilita oportunidades de desarrollo a las personas de la Organización con mayor talento y disponibilidad. Por otro lado, el sistema de trabajo implantado en la organización propicia la transmisión de conocimientos entre las personas involucradas en las distintas áreas, de forma que se minimiza el riesgo derivado de la concentración de conocimiento en personas clave. Adicionalmente, la utilización de políticas de desarrollo profesional, formación y compensación, busca retener a los empleados clave.

5. Información sobre cuestiones medioambientales



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.

Para Grupo Uvesco, este compromiso es uno de los pilares de su Plan de Responsabilidad. Un plan, en el que lleva trabajando durante los últimos ocho años y donde se han establecido diferentes estrategias, que afectan a la organización de la empresa, a las infraestructuras, a la logística y el transporte y a acciones de sensibilización hacia la ciudadanía.

Todo ello va encaminado a reducir los impactos, que genera la actividad del grupo en el entorno, avanzando en los ODS mundiales, marcados por la ONU en materia de sostenibilidad. Al mismo tiempo, se trata de reforzar la calidad de vida y bienestar social, pilar básico de su visión comercial.

5.1 Contaminación y uso sostenible de los recursos

5.1.1 Eficiencia energética-control de emisiones-consumo de agua

En abril de 2020 se materializó uno de los acuerdos pioneros en España, por el que actualmente el 100% de la energía eléctrica que consume Grupo Uvesco, es de origen renovable. Con ello, el grupo ha dado un salto más, en la consecución de su modelo de supermercado responsable y sostenible, y se ha convertido en el primer grupo de distribución, en adoptar este compromiso.

Este PPA (Power Purchase Agreement) consiste en un acuerdo de compraventa de energía a largo plazo, para el suministro de electricidad, en base a activos renovables. Con este compromiso, el grupo ha evitado más de 15.300 toneladas de emisiones de CO₂ al año, contribuyendo así a la estrategia de descarbonización de la economía, ya que el cien por cien del suministro de energía es renovable, procedente de la planta solar Núñez de Balboa, que Iberdrola ha construido en Usagre (Badajoz, Extremadura). Con una capacidad de 391 MW, es el mayor proyecto fotovoltaico de Europa.

Otra de las estrategias que desarrolla Grupo Uvesco, en materia de sostenibilidad, supone la renovación y mantenimiento de sus puntos de venta, con el objetivo de que sean supermercados cien por cien eficientes en el consumo de energía y la introducción de tecnologías que optimicen los recursos. Estas inversiones afectan al plan de reformas y mantenimiento de tiendas y tienen impacto en dos ámbitos. Por un lado, la introducción de puertas en los murales de producto frío y armarios de congelado, para mantener la temperatura idónea de los productos, evitar el escape de energía y mejorar la climatización en tienda. Por otra parte, el cambio de luminarias, con la colocación de bombillas y fluorescentes LED de bajo consumo.

El objetivo final consiste en incorporar medidas ecoeficientes, reducir el consumo energético global y, por tanto, minimizar el impacto medioambiental, reduciendo la emisión de CO₂, que genera la gestión comercial de la empresa. En 2021, estas inversiones han superado los 460.000 €, lo que ha supuesto un ahorro energético de 595.770 kWh.

En relación al uso del agua, se abastece al 100% de las redes de agua municipales, llevando el Grupo una revisión y análisis periódico de los consumos por tienda al objeto de detectar fugas e incidencias en la red y poder actuar en consecuencia. El consumo medio de agua por tienda en torno a 100 m³/ mes.

5.1.2 Transporte sostenible

La gran ventaja y elemento diferenciador del modelo de Uvesco es su cercanía y proximidad hacia el cliente, basado en el modelo de supermercados de cercanía, lo que le permite desarrollar fórmulas de movilidad sostenibles con el entorno.

Además de este impacto en la reducción de desplazamientos en vehículos, derivado de su modelo de cercanía, el modelo de tienda también permite reducir desplazamientos, gracias al servicio de entrega a domicilio, optimizando los recorridos de aquellos pedidos realizados en tienda y reduciendo el impacto del vehículo en aquellos pedidos que se realizan online. Este tipo de servicio también impacta sobre el transporte sostenible, ya que, a cierre de 2021, un 35% de la flota de furgonetas y bicicletas de última milla eran vehículos eléctricos.

Por otra parte, se están incorporando puntos de recarga eléctrica de vehículos, para garantizar el servicio de estas furgonetas, que realizan una recarga 100% renovable (con cero emisiones de CO₂).

Todas esas medidas han permitido que Grupo Uvesco haya reducido la huella de carbono un 38% entre los años 2018 y 2020, lo que ha sido reconocido con la tercera estrella Lean&Green de AECOC, siendo Uvesco una de las tres primeras empresas a nivel estatal en conseguirlo.

5.2 Economía circular y Gestión de residuos

En los últimos años, desde la responsabilidad en la gestión de residuos, Grupo Uvesco realizó un análisis pormenorizado de los tipos de residuos, que se generan por la actividad comercial. A partir de ahí, se plantearon las pautas y fórmulas, que permitan realizar esta gestión de forma sostenible, con el fin de maximizar su valoración y, principalmente, reducir al mínimo su depósito en el vertedero.

5.2.1 Revisión de caducidades

Para reducir al máximo los residuos, Grupo Uvesco cuenta con un sistema en la gestión comercial, para conseguir la máxima eficiencia en el aprovechamiento de los productos próximos a caducar. De esta forma, todo el producto de tienda cuya fecha de caducidad está entre cinco y quince días se retira de la venta y se devuelve en el mismo servicio de reparto a tienda. Se trata de un ejercicio que se realiza diariamente, de manera que permite un stock actualizado y que los productos, que no cumplen el criterio para la venta, sean dirigidos, en perfectas condiciones y en el plazo de un día, al Banco de Alimentos. Este mismo sistema se aplica a todos los productos que por el motivo que fuera (golpes, etc.) son aptos para el consumo pero no para la venta.

Se trata de un sistema de gestión que implica un esfuerzo de todas las partes implicadas en el proceso de distribución: del departamento comercial (con un seguimiento diario, a través de estudios y revisiones de stock), de cada tienda (que debe ajustar su surtido a la rotación diaria) y del departamento logístico (que debe distribuir el producto y gestionar las devoluciones).

Esta actividad se realiza con la finalidad de que los productos a la venta se encuentren, en todo momento, en sus condiciones óptimas y en fecha de consumo. Asimismo, se quiere reducir, al máximo, el desperdicio alimentario, que no solo perjudica la imagen de servicio excelente, sino que, además, supone un impacto negativo, en el entorno y el medio ambiente.

5.2.2 Tratamiento diferenciado y reciclaje de residuos

En los últimos años, desde la responsabilidad en la gestión de residuos, Grupo Uvesco realizó un análisis de los tipos de residuos que se generan por la actividad comercial, tanto en tiendas como en las plataformas logísticas. A partir de ahí, se plantearon las pautas y fórmulas, que permitan realizar esta gestión de forma sostenible, con el fin de maximizar su valoración y, principalmente, reducir al mínimo su depósito en el vertedero.

La primera actuación, en gestión de residuos, es la prevención. Esto se consigue con la gestión de las caducidades y la donación de productos, con la que se disminuye, considerablemente, el volumen de productos desechados.

La segunda medida es la correcta separación de cada tipo de material, para maximizar los beneficios del reciclado y generar nuevos productos. El Grupo Uvesco desarrolla una labor de compromiso con la separación selectiva, que se aplica a todos los residuos diferentes, de forma individual, para que cada tipo de residuo tenga su contenedor diferenciado y específico. Esta labor se lleva a cabo tanto en los establecimientos, como en las plantas logísticas. De esta forma, se da una salida sostenible y útil a todos los residuos que se generan, derivados de la actividad de la distribución alimentaria.

El retorno de estos residuos reciclados se resume a continuación:

Residuo/Material	Actuación de Retorno
<i>Restos de pescado (SANDACH)</i>	Se retornan a central para entregarla a la empresa Barna (Bizkaia), donde los convierten en harinas de pescado.
<i>Restos de carne (SANDACH)</i>	Se retornan a central donde se entregan a Sebería Donostiarra o a Riograsa, quienes los usan para elaborar jabones y pieles sintéticas
<i>Orgánico (frutas y verduras)</i>	Se aprovechan para hacer compost
<i>Plásticos y cartón</i>	Ambos residuos se entregan a gestores autorizados para su reciclaje
<i>Alimentación envasada</i>	Se destina a la planta de cogeneración de Mendigorria, donde se elabora biogás
<i>Material restante</i>	El material que no puede ser reciclado se deposita en vertedero

La segregación de los residuos ha avanzado de manera notable durante el 2021, ya se que han alcanzado acuerdos con los ayuntamientos y mancomunidades de Bilbao, Getxo, Logroño, Vitoria-Gasteiz y Pamplona para implementar la separación de los residuos orgánicos que se generan en esas tiendas.

Este sistema de reciclaje ha sido reconocido con el certificado Residuo Cero de AENOR en las plataformas logísticas de Irún, que certifica que se recicla el 97% de los residuos generados en estos centros.

5.2.3 Puntos de reciclaje en tiendas

Grupo Uvesco ha dado un paso más allá en el reciclaje, ya que además de gestionar sus residuos de la mejor manera posible, quiere ayudar a que los clientes puedan separar sus residuos de manera adecuada. Para ello, en 2021 se han extendido los puntos de recogida de pilas a todas las tiendas del grupo, además de instalar en más de 90 tiendas puntos de recogida de luminarias.

Por otra parte, queriendo dar un paso más en la circularidad, a finales de año se instalaron en dos tiendas puntos de reciclaje para los clientes, donde pudieran depositar sus residuos de pilas, cartuchos de tóner, cápsulas de café y aceite de cocina usado. Estos contenedores están fabricados de las propias cápsulas de café, para que los clientes puedan ver la segunda vida que pueden tener los residuos. Además, este proyecto cuenta con una vertiente social, ya que los ingresos obtenidos del reciclaje de los cartuchos de tóner son donados íntegramente a causas sociales.

Estos puntos han sido muy bien recibidos por los clientes, por lo que ya se está trabajando su expansión a otras tiendas, esperando poder implementarlas en la totalidad del grupo en medio plazo.

El fomento del reciclaje que han supuesto estos puntos ha sido reconocido, siendo esta iniciativa finalista a los Premios Europeos de Prevención de Residuos de 2021.

5.2.4 Envases sostenibles y reducción del consumo de papel.

La sostenibilidad de los envases es un tema cada vez más importante para Grupo Uvesco. La estrategia en este ámbito se ha centrado en eliminar los materiales poco reciclables, como el Porex, y sustituirlos por materiales reciclables como el PET.

Además, se ha hecho una gran apuesta por el plástico reciclado, y actualmente todas las bandejas de pescadería y carnicería están compuestas por plástico reciclado en un 95%. De este modo, si en 2020 el plástico reciclado suponía un 34% sobre el total del peso de los envases plásticos comercializados, este porcentaje ha subido al 45% en 2021.

Por otro lado, de la mano del desarrollo digital y gracias a las aplicaciones móviles de BM Supermercados y Super Amara, el uso del ticket digital, introducido en 2020, ha seguido en aumento. Estas aplicaciones permiten un menor consumo de papel en tienda, ya que a los clientes en lugar de recibir la información relativa a sus compras en papel, la reciben en su aplicación móvil. Un total de 164.168 clientes ya disponen de estas aplicaciones, las cuales tienen el ticket digital activado 28.930.

5.3 Protección a la diversidad

Debido a que el grupo desarrolla su actividad en urbes y no en áreas protegidas, no se toman medidas específicas para la protección de la biodiversidad ni para minimizar cualquier impacto causado por sus actividades. Este aspecto no es de aplicación para el grupo.

5.4 Principales indicadores de las políticas medioambientales

Se muestran a continuación los principales indicadores de las políticas medioambientales desarrolladas por el Grupo, junto a una evolución respecto de ejercicios anteriores:

	Inversiones	Gastos	Ahorro Energético Inversiones	Reducción Emisiones Invers.
2021	467.742 €	760.759 €	595.770 Kwh	138 Tn CO ₂
2020	896.194 €	766.260 €	813.272 Kwh	209 Tn CO ₂
2019	370.237 €	431.542 €	287.772 Kwh	110 Tn CO ₂

	Tasa de Reciclaje	% Plástico Reciclado	Vehículos Reparto Eléctricos	Consumo medio agua/tienda
2021	85%	45%	35%	100 m ³ /mes
2020	85%	34%	30%	100 m ³ /mes
2019	85%		25%	100 m ³ /mes

	Electricidad origen renovable	Residuos Reciclados	Kg CO ₂ emitidos (Huella Carbono)
2021	100%	9.529 Tn /año	4,94 kg CO ₂ /palé
2020	100%	7.881 Tn/año	5,38 kg CO ₂ /palé
2019	50%	6.200 Tn/año	7,17 kg CO ₂ /palé

Cabe destacar que el indicador Huella de carbono por palé, viene definido por el ratio entre el consumo eléctrico de las centrales de almacenamiento y operadores logísticos del Grupo, más el consumo de carburante en el transporte desde estos centros a las tiendas, por palé desplazado.



6. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Grupo Uvesco aspira a ser la empresa de supermercados que, por cercanía, instalaciones, producto de calidad y servicio profesional ofrezca la mejor experiencia de compra a la sociedad y, por extensión, a sus clientes. Para lograrlo, desde el área de personas se impulsa el modelo “sistema para personas Uvesco”. Un sistema en el que se definen dos grandes objetivos y diferentes áreas de actuación:

Objetivo 1: Mejores profesionales

Aspirar a ser percibidos por los clientes y por la sociedad en general como los profesionales que, por atención, conocimiento del producto y capacitación técnica, ofrecen el mejor servicio.

Objetivo 2: Visión compartida

Los 5.927 profesionales que forman parte del proyecto Uvesco, lo hacen con la aspiración compartida de ofrecer la mejor experiencia de compra a la sociedad (queremos emocionarlos).

Todas las acciones que se establecen en cada una de las grandes áreas de actuación vienen marcadas por una serie de estudios, valoraciones y cuestionarios que miden el nivel de satisfacción de los profesionales y ayudan a establecer el desarrollo de las diferentes iniciativas.

6.1 Empleo

En lo que a creación de empleo se refiere, Grupo Uvesco cerró el año con un total de 5.927 trabajadores/as en plantilla, con un crecimiento de 265 personas respecto del ejercicio anterior. Este incremento viene dado fundamentalmente por la expansión del Grupo.

Se trata de personas implicadas, que aportan su experiencia, sus conocimientos y su talento, en el día a día. Por ello, es fundamental para Grupo Uvesco escuchar a las personas de sus equipos, con el fin de conocer sus inquietudes y establecer las pautas necesarias, para conseguir que el empleo sea de calidad. Asimismo, para el Grupo, resulta imprescindible contar con profesionales ilusionados, motivados y con plena satisfacción, en el desempeño de sus tareas. Por todo ello, Grupo Uvesco tiene un compromiso, en el ámbito de la calidad en el empleo, que le lleva a desarrollar diferentes acciones, que promuevan su permanencia, reconozcan su talento y mejoren su estabilidad laboral. Esto lo lleva a cabo a través de la creación continua de nuevos puestos, derivada del crecimiento anual del grupo, contratos estables, programas de formación, beneficios sociales y la apuesta por la integración etc. lo que redundará en una mayor valoración de los empleados de su puesto de trabajo, de pertenencia a un equipo y de su propio desempeño profesional.

Para Grupo Uvesco, la calidad en el empleo supone apostar por contratos estables, beneficios sociales y medidas de conciliación. Todo ello, junto a la retribución salarial, logra una estabilidad laboral, para que las personas desempeñen su trabajo, de manera satisfactoria y mejorando cada día. Muestra de ello es que el 50% de la plantilla tiene una antigüedad superior a 10 años (49% en 2020). Además, se cuenta con una ratio superior a 1 en estabilidad laboral, es decir, más profesionales con contrato indefinido que puestos de estructura (1,02 indefinidos por puesto de estructura, igual ratio que en 2020).

El número de empleados del Grupo a cierre de los ejercicios 2021 y 2020 distribuido por género y categoría profesional es la siguiente:

	31/12/2021			31/12/2020		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivo	9	4	13	9	4	13
Mando Intermedio	642	1.054	1696	561	984	1.545
Administrativo	81	123	204	81	113	194
Operario Tienda	710	2.827	3537	630	2.817	3.447
Operario Almacén	460	17	477	452	11	463
Total	1902	4025	5927	1733	3929	5662

Del cuadro anterior, se desprende que el 68% de la plantilla total son mujeres (70% en 2020) frente al 32% de hombres (30% en 2020), por tanto, somos una entidad mayoritariamente femenina. En este sentido, uno de los retos de Uvesco como organización es potenciar la mayor presencia de la mujer en puestos de responsabilidad. En 2021, las mujeres encargadas de supermercados representan el 53% del total (ha habido una bajada de tres puntos porcentual respecto al año anterior justificado por el efecto de la incorporación de los centros adquiridos en 2021 de la cadena de supermercados Condis, en los que el número de hombres responsables era de 54 frente a 21 de mujeres). Este ratio de puestos de responsabilidad se sitúa en un 63% si se le suman sala y secciones de fresco.

Por otra parte, el objetivo de Grupo Uvesco de ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra, una experiencia excelente, sería imposible de conseguir sin pensar en reclutar y mantener el mejor talento que existe en el mercado para nutrir a los supermercados y centrales con los mejores profesionales. Para ello, se hace una selección de personas, sin condicionar la decisión de incorporación a la edad, formación, experiencia, discapacidad o vulnerabilidad. Se trata de buscar personas con vocación de atención al cliente y ambición por desarrollar al máximo su potencial.

En base a su materialidad para el Grupo, se presentan a continuación indicadores clave de resultados no financieros correspondientes a los ejercicios 2021 y 2020, donde cabe destacar que los datos referidos a número de empleados, contratos de trabajo y remuneraciones medias se tienen en cuenta empleados que estén de alta a 31/12, mientras que los datos referidos a promedio contratos, rotación (altas / bajas) y despidos incluyen a todos los empleados (altas o bajas durante el periodo).

- Número total y distribución de empleados, al cierre del ejercicio, por sexo, edad, y categoría profesional (GRI 102-8 y 405-1):

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Operario Tienda	Operario Almacén	TOTAL
< 30	Total	0	49	35	438	111	633
	Hombre	0	19	13	172	109	313
	Mujer	0	30	22	266	2	320
30-50	Total	3	1003	113	2064	292	3475
	Hombre	2	319	40	357	279	997
	Mujer	1	684	73	1707	13	2478
>50	Total	10	644	56	1035	74	1819
	Hombre	7	304	28	181	72	592
	Mujer	3	340	28	854	2	1227
TOTAL	-	13	1696	204	3537	477	5927

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Operario Tienda	Operario Almacén	TOTAL
< 30	Total	0	32	30	99	431	592
	Hombre	0	10	16	98	161	285
	Mujer	0	22	14	1	270	307
30-50	Total	5	949	108	293	2090	3445
	Hombre	3	293	35	285	306	922
	Mujer	2	656	73	8	1784	2523
>50	Total	8	564	56	71	926	1625
	Hombre	6	258	30	69	163	526
	Mujer	2	306	26	2	763	1099
TOTAL	-	13	1545	194	463	3447	5662

- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, a cierre del ejercicio, de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por sexo y edad:

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Indefinido T. Completo	Indefinido T. Parcial	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	TOTAL
< 30	Total	237	45	0	253	98	633
	Hombre	117	13	0	147	36	313
	Mujer	120	32	0	106	62	320
30 - 50	Total	2738	234	0	399	104	3475
	Hombre	805	19	0	159	14	997
	Mujer	1933	215	0	240	90	2478
> 50	Total	1441	176	82	94	26	1819
	Hombre	529	15	29	17	2	592
	Mujer	912	161	53	77	24	1227
TOTAL	-	4416	455	82	746	228	5927

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Indefinido T. Completo	Indefinido T. Parcial	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	TOTAL
< 30	Total	161	26	0	279	126	592
	Hombre	80	6	0	160	39	285
	Mujer	81	20	0	119	87	307
30 - 50	Total	2592	193	0	499	161	3445
	Hombre	732	10	0	166	14	922
	Mujer	1860	183	0	333	147	2523
> 50	Total	1222	152	98	108	45	1625
	Hombre	446	15	42	17	6	526
	Mujer	776	137	56	91	39	1099
TOTAL	-	3975	371	98	886	332	5662

- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por sexo y edad:

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Indefinido T. Completo	Indefinido T. Parcial	Jubilación Parcial	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	TOTAL
< 30	Total	158	15	0	0	258	83	514
	Hombre	77	4	0	0	135	24	240
	Mujer	81	11	0	0	123	59	274
30 - 50	Total	2.459	149	0	0	500	106	3.214
	Hombre	727	12	0	0	137	13	889
	Mujer	1.733	137	0	0	363	93	2.325
> 50	Total	1.101	101	0	16	100	26	1.345
	Hombre	410	11	0	7	21	2	451
	Mujer	691	90	0	9	79	24	894
TOTAL	-	3719	265	0	16	859	215	5074

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Indefinido T. Completo	Indefinido T. Parcial	Fijo Discontinuo	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	TOTAL
<30	Total	205	29	0	0	244	91	569
	Hombre	103	7			137	35	282
	Mujer	102	22			107	56	287
30 - 50	Total	2.502	162	0	0	447	113	3.224
	Hombre	747	10	0	0	153	16	926
	Mujer	1.755	152	0	0	294	97	2.298
>50	Total	1.209	111	0	16	92	32	1.460
	Hombre	444	10	0	6	19	3	482
	Mujer	765	101	0	10	73	29	978
TOTAL		3916	302	1	16	783	236	5254

- Promedio anual de rotación de personal por sexo y edad

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Empleados al inicio	Altas	Bajas	Empleados al final	IRP (%)
< 30	Total	577	2810	2754	633	456,58
	Hombre	278	1559	1524	313	515,74
	Mujer	299	1251	1230	320	397,42
30 - 50	Total	3419	4275	4219	3475	128,16
	Hombre	915	1431	1349	997	141,11
	Mujer	2504	2844	2870	2478	115,21
> 50	Total	1630	950	761	1819	39,49
	Hombre	527	212	147	592	26,27
	Mujer	1103	738	614	1227	52,70
TOTAL		5626	8035	7734	5927	208,08

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Empleados al inicio	Altas	Bajas	Empleados al final	IRP (%)
< 30	Total	386	701	495	592	101,23
	Hombre	173	344	232	285	101,31
	Mujer	213	357	263	307	101,15
30 - 50	Total	3266	968	789	3445	23,50
	Hombre	850	280	208	922	23,48
	Mujer	2416	688	581	2523	23,53
> 50	Total	1469	163	7	1625	0,64
	Hombre	488	44	6	526	1,18
	Mujer	981	119	1	1099	0,10
TOTAL		5121	1832	1291	5662	41,79

El índice de rotación de personal (IRP) se obtiene como la división del número de empleados que salen de la empresa sobre la media de empleados de ese periodo de tiempo.

- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional se muestra a continuación:

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Operario Tienda	Operario Almacén	TOTAL
< 30	Total	0	1	0	11	3	15
	Hombre	0	0	0	7	3	10
	Mujer	0	1	0	4	0	5
30-50	Total	0	7	2	30	5	44
	Hombre	0	2	1	11	5	19
	Mujer	0	5	1	19	0	25
>50	Total	0	13	0	24	2	39
	Hombre	0	7	0	5	2	14
	Mujer	0	6	0	19	0	25
TOTAL	-	0	21	2	65	10	98

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Operario Tienda	Operario Almacén	TOTAL
< 30	Total	0	1	0	1	5	7
	Hombre	0	1	0	1	2	4
	Mujer	0	0	0	0	3	3
30-50	Total	0	6	2	1	32	41
	Hombre	0	0	0	1	11	12
	Mujer	0	6	2	0	21	29
>50	Total	1	6	0	2	40	49
	Hombre	1	1	0	1	4	7
	Mujer	0	5	0	1	36	42
TOTAL	-	1	13	2	4	77	97

- Las remuneraciones medias desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor, junto con el cálculo de la brecha salarial, son las siguientes:

Ejercicio 2021

Edad	Sexo	Mando Intermedio		Administrativo		Operario Tienda		Operario Almacén		Total Media	
		2021	Brecha Salarial	2021	Brecha Salarial	2021	Brecha Salarial	2021	Brecha Salarial	2021	Brecha Salarial
<30	Total	24.424	-22,06%	23.700	-0,36%	20.451	-2,81%	26.230	-9,84%	23.701	-8,77%
	Hombre	21.997		23.657		20.168		25.000		22.706	
	Mujer	26.850		23.743		20.734		27.459		24.697	
30-50	Total	30.707	4,33%	31.296	18,10%	21.872	2,55%	25.644	3,22%	27.380	7,89%
	Hombre	31.388		34.409		22.155		26.063		28.504	
	Mujer	30.027		28.183		21.590		25.225		26.256	
>50	Total	38.222	27,40%	36.917	4,22%	26.552	7,19%	33.293	17,71%	33.746	15,18%
	Hombre	44.289		37.713		27.543		36.528		36.518	
	Mujer	32.155		36.121		25.562		30.058		30.974	
Media	-	31.118	3,22%	30.638	7,32%	22.959	2,31%	28.389	3,70%	28.276	4,77%

Ejercicio 2020

Edad	Sexo	Mando Intermedio		Administrativo		Operario Tienda		Operario Almacén		Total Media	
		2020	Brecha Salarial	2020	Brecha Salarial	2020	Brecha Salarial	2020	Brecha Salarial	2020	Brecha Salarial
< 30	Total	23.550	-16,02%	23.700	-0,37%	20.324	-4,45%	26.230	-9,84%	23.451	-7,66%
	Hombre	21.803		23.657		19.882		25.000		22.585	
	Mujer	25.297		23.743		20.766		27.459		24.316	
30-50	Total	29.024	4,68%	62.592	18,10%	21.733	1,15%	27.123	-8,13%	35.118	5,13%
	Hombre	29.719		34.409		21.858		26.063		28.012	
	Mujer	28.329		28.183		21.607		28.183		26.575	
> 50	Total	36.378	26,77%	36.917	4,22%	25.669	0,83%	33.293	17,71%	33.064	13,74%
	Hombre	41.999		37.713		25.776		36.528		35.504	
	Mujer	30.756		36.121		25.562		30.058		30.624	
Media	-	29.651	5,14%	41.070	7,32%	22.575	-0,82%	28.882	-0,09%	30.544	3,74%

En relación con este cuadro, hay que tener en cuenta que los datos obtenidos han sido calculados sobre medias aritméticas no ponderadas y que la variable de edad no es totalmente coincidente con la variable antigüedad en el Grupo.

6.2 Organización del Trabajo

Para Grupo Uvesco, la calidad en el empleo supone apostar por contratos estables, beneficios sociales y medidas de conciliación. Todo ello, junto a la retribución salarial, logra una estabilidad laboral para que las personas desempeñen su trabajo, de manera satisfactoria y mejorando cada día. El objetivo de Grupo Uvesco de ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra, una experiencia excelente, sería imposible de conseguir sin pensar en reclutar y mantener el mejor talento que existe en el mercado para alimentar nuestros supermercados con los mejores profesionales. Por ello, además de los beneficios sociales de los que ya disfrutaban los profesionales de Grupo Uvesco, su profesionalidad se ve retribuida con un salario medio por encima de la media del sector y por unos incrementos salariales que, en los últimos años, superan los realizados en el conjunto del Estado.

Las empresas que componen el Grupo Uvesco se encuentran dentro del ámbito funcional del Convenio Colectivo de distribución alimentaria mayorista y minorista, aplicable a cada sociedad en el ámbito espacial de su ubicación. Estos convenios no son negociados a nivel de empresa. Todos los trabajadores/as del Grupo rigen su relación laboral con la empresa por lo establecido en dichos convenios, adicionalmente a lo establecido en el resto de las normas del ámbito laboral general. De este modo, todos los trabajadores están encuadrados dentro del mismo y sus condiciones laborales son, como mínimo, las establecidas en ellos, estando algunas de ellas, mejoradas por otros acuerdos cerrados a nivel de empresa con la representación legal de los trabajadores.

A través de los planes de igualdad desarrollados en las empresas afectadas por la Ley Orgánica 6/2019, de 1 de marzo, se establecen medidas que facilitan la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de la plantilla. En este sentido, los planes de conciliación laboral y familiar también benefician a la calidad del empleo. Así, el 8% de la plantilla del Grupo se han acogido en 2021 (9% en 2020) a la reducción de jornada por guarda legal. Un dato que muestra que esta conciliación, entre la vida profesional y la personal, es satisfactoria se aprecia en el hecho de que todas las personas continúan trabajando en Grupo Uvesco, durante y después de la reducción de jornada.

6.3 Salud y Seguridad

El eje de la Seguridad y Salud es una de las principales preocupaciones de Grupo Uvesco y, como eje fundamental, opta por trascender el cumplimiento legal para realizar actuaciones extraordinarias, desde el ámbito del fomento de la salud, entendido como un concepto de carácter integral en las personas. Un concepto basado en el liderazgo de los equipos para implantar conductas seguras y saludables, así como en el esfuerzo por el cumplimiento de la normativa vigente y, más allá de esto, en el bienestar general de los profesionales de la empresa.

Cuidar y proteger es garantizar el buen funcionamiento de la empresa. Por eso invertimos tiempo y esfuerzo en implantar una correcta política de prevención de riesgos laborales que ayude a la reducción del número de accidentes y de enfermedades profesionales y aumente las condiciones de seguridad facilitando así el trabajo, mejorando la gestión de la empresa y la satisfacción y motivación de los trabajadores. Siguiendo esta línea, se han realizado 255 estudios de los Servicios de Prevención (258 en 2020), 1 auditoría legal (2 en 2020), 244 simulacros en los centros de trabajo (299 en 2020), 32 planes de autoprotección (19 en 2020), 124 centros de trabajo disponen de desfibriladores (134 en 2020), y se han realizado 2.810 reconocimientos médicos (2.391 en 2020) y 59 prestaciones por embarazos de riesgo (48 en 2020).

Se muestra a continuación la relación de Accidentes de Trabajo (AT), su frecuencia y gravedad, así como la relación de Enfermedades Profesionales (EP), ambos desagregados por sexo y con indicación del número de días de Absentismo laboral para los ejercicios 2021 y 2020:

2021 Accidentes de trabajo

ACCIDENTES DE TRABAJO												
Con baja											Sin baja	
Periodo							TOTAL	Recaidas	Anterior	Total dias	Periodo	No laboral
En jornada			In itinere									
Leve	Grave /M. Grave	Mortal	Leve	Grave /M. Grave	Mortal							
Nº	316	1	0	37	0	0	354	10	31		309	265
DIAS	7.428	188	0	1.328	0	0	8.944	291	1.172	10.407	0	

	AT con baja		AT sin baja	
	Nº	DIAS	Nº	DIAS
Hombres	105	2.901	108	0
Mujeres	212	4.715	201	0
Total	317	7.616	309	0

2021 Enfermedad común

ENFERMEDAD PROFESIONAL					
Con baja					Sin baja
Periodo	Recaida	Anterior	Total	Periodo	
Nº	20	0	13	33	20
DIAS	1.348	0	811	2.159	0

	AP con baja		AP sin baja	
	Nº	DIAS	Nº	DIAS
Hombres	4	162	4	0
Mujeres	16	1.186	16	0
Total	20	1.348	20	0

2020 Accidentes de trabajo

ACCIDENTES DE TRABAJO												
Con baja											Sin baja	
Periodo							TOTAL	Recaídas	Anterior	Total dias	Periodo	No laboral
En jornada			In itinere									
Leve	Grave /M. Grave	Mortal	Leve	Grave /M. Grave	Mortal							
Nº	337	0	0	35	0	0	372	18	27		301	222
DIAS	7.711	0	0	1.028	0	0	8.739	884	1.035	10.658	0	0

	AT con baja		AT sin baja	
	Nº	DIAS	Nº	DIAS
Hombres	123	2.525	96	0
Mujeres	214	5.186	205	0
Total	337	7.711	301	0

2020 Enfermedad común

ENFERMEDAD PROFESIONAL						AP con baja				AP sin baja			
Con baja						Sin baja							
Periodo		Recaida	Anterior	Total	Periodo	Nº		DIAS		Nº		DIAS	
Nº	29	0	9	38	12	Hombres	14	373	6	0	Mujeres	15	867
DIAS	1.240	0	380	1.620	0	Total	29	1.240	12	0			

6.4 Relaciones sociales

Los convenios colectivos en vigor suponen mejoras sobre las condiciones de trabajo y empleo, en relación con los mínimos de derecho necesario de cada legislación. Con carácter general, los procedimientos de información, representación y consulta con los trabajadores se recogen y regulan en los diferentes convenios colectivos y se articulan a través de los órganos de representación laboral regulados en los mismos.

En todas las empresas existe libertad sindical, y se fomenta el diálogo social necesario para el desarrollo del negocio. El Grupo Uvesco, fija períodos mínimos de preaviso para desarrollar cambios estructurales u organizativos, conformes a los plazos establecidos en la legislación o en los convenios colectivos aplicables.

6.5 Formación y promoción interna

La formación de las personas es uno de los valores que está en los pilares de Uvesco como herramienta para garantizar el servicio excelente y potenciar la visión compartida del Grupo. El esfuerzo que destina el grupo a sus planes formativos, que se destinan 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 y que en 2021 ha sido de 4.700.245 euros (4.665.424 euros en 2020), con un gasto medio por persona de 892 euros (919 euros en 2020). Estos planes abarcan todas las áreas y temas diversos que afectan a la actividad de

sus profesionales y se imparten tanto de forma presencial como online: polivalencia, especialización de tareas, titulaciones, formación continua, coaching, videos formativos etc.

Es una palanca muy necesaria que tiene un impacto en el desarrollo del trabajador, y por lo tanto en la experiencia de compra, al dotarle de las herramientas necesarias para el desempeño de funciones de forma correcta y conseguir a la vez que se sientan reconocidos, valorados y con un adecuado perfil profesional.

Excelente III, Te Ayudo a comprar

El programa Excelente ha entrado durante el año 2021 en su tercera fase. Este programa formativo transversal y estratégico ha llegado este primer año a 1.192 profesionales y se extenderá en los próximos dos años a todos los/as profesionales de los supermercados BM.

Te ayudo a comprar refuerza el Modelo Uvesco, es decir, aquellos elementos de nuestra propuesta de valor que nos diferencian de la competencia y hacen que BM no sea lo mismo.

Integración de nuevos/as profesionales en la filosofía Uvesco

Uno de los principales esfuerzos en formación que se ha acometido en 2021 ha sido el proceso de integración del equipo de 224 profesionales procedentes de los 12 supermercados de la cadena Condis que Uvesco adquirió en el mes de noviembre. La formación ha sido clave para su adaptación al modelo Uvesco y para facilitar a estas personas las herramientas que les permitan desarrollar su actividad en las mejores condiciones, impactando en la calidad del trabajo y en su bienestar.

El plan formativo ha tenido diferentes vertientes en función del nivel de responsabilidad, por ejemplo, los/as responsables de supermercado se han desplazado a los supermercados del grupo en la zona norte para vivir en diferentes supermercados la experiencia en primera línea. En el caso de los responsables de fresco, se han desplazado a las plantas logísticas de Gipuzkoa y Cantabria para conocer de primera mano el producto fresco. Adicionalmente, los responsables de tienda han recibido formación sobre prevención de riesgos laborales y gestión de absentismo, formación de soporte y sistemas, conocimientos de procesos de tienda, control de gestión, normativa, promociones, herramientas de planificación y registro horario etc. También han participado en jornadas de acogida conociendo los diferentes departamentos del Grupo.

Para apoyar in situ los primeros días de apertura de estos supermercados como BM se ha contado con un equipo de 80 tutores y responsables de sección de Uvesco que han acompañado durante las primeras semanas a los nuevos/as empleados/as durante todo el proceso formativo. Este completo proceso que desarrolla Uvesco es una de las cualidades que le permite diferenciarse en el sector como una empresa especializada en integrar y capacitar profesionalmente, en las funciones y valores, a los/as nuevos/as profesionales.

Cursos Escuela: compromiso con el empleo

En su responsabilidad por apoyar a colectivos vulnerables cuenta con un programa formativo dirigido a personas desempleadas. Se trata de un plan que en País Vasco se desarrolla desde el año 2004 en colaboración con el Gobierno Vasco, y más recientemente también se ha ampliado a otras zonas. Las acciones impartidas se dirigen a las capacitaciones y profesionalización en las secciones de fresco de supermercado y central de distribución de producto.

Uvesco tiene el compromiso de contratar un mínimo del 50% de los alumnos de cada grupo formativo. En el año 2021 han participado 103 personas en estas acciones formativas en País Vasco y Navarra, de las que se ha contratado a 69 profesionales que han iniciado una carrera profesional en las secciones de frescos de los supermercados de Uvesco. El 40% de los candidatos contratados en los tres últimos años continúan desarrollándose en Uvesco.

La cantidad de horas de formación por categorías profesionales se detalla a continuación:

Ejercicio 2021

	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Personal Almacén	Personal Supermercado	TOTAL
Horas de Formación	30	7.051	7.005	1064	171.593	186.743

Ejercicio 2020

	Directivo	Mando Intermedio	Administrativo	Personal Almacén	Personal Supermercado	TOTAL
Horas de Formación	40	7.135	4.132	925	154.812	167.044

6.6 *Accesibilidad universal de las personas con discapacidad*

El plan de igualdad establece también otra serie de compromisos necesarios, que, en el marco de la legislación vigente, tienen un impacto social y económico, como la contratación de personas con discapacidad. Estas actuaciones hacen que, durante el año 2021, 68 personas con discapacidad hayan trabajado en el Grupo (64 en 2020). Además de la potenciación a través de contrataciones directas, también, tenemos una relación intensa con empresas del entorno que trabajan por la integración de personas con discapacidad. A través de la colaboración con estas empresas, se apuesta por el empleo de este sector y se apoya el tejido económico de empresas del entorno.

6.7 *Igualdad de género*

Para Grupo Uvesco, el empleo de calidad implica una apuesta por la igualdad de oportunidades, por las mismas condiciones, a igualdad de responsabilidad, y por la igualdad entre géneros. Todas las acciones formativas están dirigidas, por tanto, a la integración de los trabajadores y a fomentar su desarrollo profesional, independientemente del género y desde el respeto a la diversidad, estando compuesta por mujeres un 68% de la plantilla del Grupo (70% en 2020), un 82% en el área de tiendas.

Este compromiso ha propiciado que, en el último año, un 63% de los puestos de responsabilidad en tienda estén ocupados por mujeres.

6.8 *Principales indicadores de las políticas sociales y relativas al personal*

Adicionalmente a la información indicada en apartados anteriores, se muestran a continuación los principales indicadores de las políticas sociales y relativas al personal desarrolladas por el Grupo, junto a su comparativa del ejercicio anterior:

Ejercicio 2021

Plantilla 2021				
5.927	1.474	68% - 32%	53%	82%
Empleados	nuevas contrataciones	mujeres/hombres	mujeres encargadas	contratos indefinidos
1,02%	50%	68	51%	8%
índice rotación	10 años antigüedad	Empl. Discapacidad	menores 45 años	personas reducc jorn

Formación 2021			
181.463	17	4.700.245 €	892 €
nº de horas de formación	nº pildoras formativas	Total inversión	Inversión media / persona

Salud y Seguridad 2021			
2.810	1	244	255
Reconocimientos médicos	Auditorías legales	Simulacros en los centros de trabajo	Estudios Servicios de Prevención

Ejercicio 2020

Plantilla 2020				
5.662	1474	70/30	56%	87%
Empleados	nuevas contrataciones	mujeres/hombres	mujeres encargadas	contratos indefinidos
1,02%	49%	64	49%	9%
índice rotación	10 años antigüedad	Empl. Discapacidad	menores 45 años	personas reducc jorn

Formación 2020			
167.044	18	4.665.424 €	919 €
nº de horas de formación	nº pildoras formativas	Total inversión	Inversión media / persona

Salud y Seguridad			
2.391	2	299	258
Reconocimientos médicos	Auditorías legales	Simulacros en los centros de trabajo	Estudios Servicios de Prevención

7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno

La posición de liderazgo y excelencia de Grupo Uvesco es el resultado del esfuerzo y trabajo diario, sin embargo, el comportamiento inadecuado de un solo directivo, empleado o persona que realice funciones para Grupo Uvesco, podría dañar su imagen y reputación de forma significativa. Adicionalmente, tras la reforma del Código Penal surge la necesidad de que las organizaciones cuenten con modelos de prevención de riesgos penales (Plan de cumplimiento o Compliance).

La puesta en marcha de esta Política de Compliance en Grupo Uvesco se inició en el 2016, y comenzó su implantación a principios de este año 2017 con el análisis y estudio de los procesos que afectan a los diferentes departamentos y supermercados del Grupo, de cara a identificar los riesgos existentes en cada uno y establecer los controles necesarios para minimizarlos. Paralelamente, el Consejo de Administración encarga la redacción de los diferentes manuales que forman la Política de Compliance de Grupo Uvesco, que han sido expresamente aprobados. Entre ellos, se ha aprobado como documento clave el Código Ético. Este documento, recoge el catálogo de normas de conducta que han de regir el comportamiento de todos los profesionales del Grupo. Algunos de los pilares que el Código desarrolla son: la igualdad de oportunidades y no discriminación, el respeto a las personas en las relaciones profesionales dentro del Grupo, la profesionalidad, la seguridad alimentaria y calidad de los productos ofertados, entre otros. Además, establece pautas de actuación ante situaciones concretas como la corrupción, regalos y comisiones, uso de información privilegiada, políticas contables y gestión de recursos públicos, publicidad engañosa, protección del medio ambiente, etc.

Para la supervisión y cumplimiento de esta Cultura se ha creado un Órgano de Supervisión y Control (OSYC) designado por el Consejo de administración de Grupo Uvesco. Las funciones de este órgano, entre otras, pasan por poner a disposición de todos los empleados el Código Ético, organizar la formación para el adecuado conocimiento de la Cultura de Compliance, e interpretar y atender en general todas las consultas que se planteen, incluidas las denuncias por irregularidades que se puedan detectar.

Todos los trabajadores afectados por el Código Ético están obligados a informar de los incumplimientos tanto del código como del resto la Cultura de Compliance. Estos hechos deben denunciarse directamente al órgano de supervisión a través del buzón ético confidencial que se pone a disposición de todos a través del correo electrónico canaletico@Uvesco.com. En todo momento se garantiza la confidencialidad del denunciante.

7.1 Respeto a los Derechos Humanos

El Código Ético de Uvesco, recoge, entre otros, los principios generales de respeto a los derechos humanos. En este sentido, se compromete a respetar y proteger los derechos humanos y las libertades públicas. En este compromiso destaca como objetivo principal el respeto a la dignidad humana.

7.2 Lucha contra la corrupción y el soborno

En el Código Ético se recogen los principios básicos en materia de control interno y prevención de la corrupción, regulándose aspectos como sobornos, medidas contra la corrupción y prevención del blanqueo de capitales e irregularidades en los pagos.

Desde el año 2018, todos los empleados del Grupo reciben la Guía de Cumplimiento, en la que se han recordado algunos principios y normas de conducta establecido en el Código Ético, entre otros, el relativo a prácticas laborales justas, y otros aspectos relacionados con actuaciones de lucha contra la corrupción como pagos indebidos, blanqueo de capitales y relaciones con proveedores y la Administración.

Los principios en materia de control interno y prevención de la corrupción se refuerzan con políticas que la Sociedad ha desarrollado, como la Política en materia Anticorrupción, en la que manifiesta su compromiso en la lucha contra la corrupción en todas sus formas y en todos los ámbitos de actuación, y entiende que las prácticas corruptas presentan graves riesgos legales y reputacionales para las empresas del Grupo. Esta Política establece pautas, cautelas y procedimientos que tienen que ser observados por todos trabajadores y sociedades del Grupo en el desarrollo de su actividad empresarial. Asimismo, el Grupo también ha emitido unas Directrices específicas que tienen por objeto reforzar las medidas para prevenir y evitar, por parte de las empresas del Grupo Uvesco, la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas.

Como una medida más para prevenir sobornos y luchas contra la corrupción, el Grupo cuenta también con una Política de Regalos, que tiene como fin orientar a los trabajadores y órganos de responsabilidad del Grupo a tomar las decisiones correctas ante la aceptación y ofrecimiento de regalos, servicios u otras atenciones, en el marco de las relaciones comerciales.

Por último, el Grupo cuenta también con una Política de Inversiones y Financiación que tiene por objeto establecer el marco aplicable en relación con el análisis, aprobación y control de proyectos de inversión o desinversión aplicables al negocio del Grupo y con la cobertura de las necesidades financieras, control y gestión de riesgos financieros de los negocios del Grupo.

8. Información sobre el Grupo



8.1 Compromisos del Grupo con el desarrollo sostenible y Gestión de Proveedores

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

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

- a) Garantizar alimentos de calidad y fomentar hábitos saludables entre la ciudadanía, con la seguridad de ofrecer productos de primera categoría.
- b) Fomentar la economía local y hacerlo, además, con una relación justa y que permita un desarrollo sostenible del sector primario.
- c) Reducir el impacto negativo en el medio ambiente, eliminando procesos de manipulado, envasado y transporte de los productos frescos.

Se trata de un modelo de negocio, por el que el Grupo ha apostado desde su formación, en un momento en el que el mercado marcaba otras directrices-, y que ha desarrollado, a lo largo de sus años de trayectoria, permitiéndole crear una identidad propia y diferenciada de otros modelos existentes.

Este compromiso es transversal, de manera que afecta a toda la estructura comercial del Grupo, principalmente a las secciones de producto fresco -pilar principal del modelo Uvesco; pero también a otras áreas de la alimentación, en las que también se desarrollan alianzas con proveedores locales de: miel, sidra, quesos, yogures, embutidos, txakoli y zumos, entre otros. Los lácteos y los quesos locales tienen una presencia importante en el surtido: quesos de pastor en el País Vasco y Navarra - que se venden en campaña- y de servicio directo.

8.1.1 Carne, Pesca, Fruta y Verdura Local

El sector primario es un pilar muy importante en la alimentación saludable, al tratarse de productos frescos y no procesados. Se trata de los alimentos producidos de forma tradicional, productos de temporada y alimentos de km 0, que se conservan en su estado óptimo y con todas sus propiedades. Precisamente por el valor que tiene este sector, en la cadena de la alimentación, y porque es uno de los pilares de la empresa, la carne, la pesca y la fruta ocupan un espacio prioritario, en el surtido de los establecimientos del Grupo. Esta apuesta se potencia, a través de la habilitación de mostradores atendidos y la formación de profesionales en carnicería, charcutería, pescadería, frutería y hortalizas.

Más allá, el compromiso de Grupo Uvesco por el producto fresco de la máxima calidad le ha llevado a desarrollar alianzas y acuerdos con productores de su entorno. Por una parte, con el sector primario para la compra-venta de productos próximos al ámbito de sus tiendas y por otra, con diferentes cofradías de pesca del Cantábrico, para la comercialización diaria del pescado de sus lonjas.

8.1.2 Red de colaboradores por Acuerdos y Convenios

Cuenta con acuerdos directos, con más de 400 pequeños agricultores, ganaderos y elaboradores (quesos, miel y sidra), que distribuyen sus productos en los establecimientos próximos -algunos de ellos diaria y directamente-. Esta estrecha colaboración permite al Grupo garantizar al cliente productos de Km 0 de calidad, máxima frescura e inmediatez en el servicio.

Asimismo, con la idea de seguir ampliando su red de alianzas, en los últimos años, el Grupo está apostando por el relevo generacional, fomentando y apoyando a jóvenes emprendedores del sector agrario y ganadero. Con ello, se trata de buscar nuevas colaboraciones, que amplíen a las existentes y que, además, fomenten y garanticen el mantenimiento de las pequeñas producciones locales y familiares.

El Grupo Uvesco cuenta con los siguientes acuerdos:

- Cofradía de Pescadores de Ondarroa, para la comercialización de la merluza de anzuelo
- Asociación de ganaderos Larsabi, para comercializar cordero de oveja Latxa.
- Federación de Productores 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 de San Pedro, de Hondarribia, para la comercialización 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 de Santoña y de Laredo, para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.
- Agricultores Villa de Prado de Madrid, para la venta directa de verdura a las tiendas.

Además, mantiene una relación diaria con los principales puertos del Cantábrico: Hondarribia, Ondarroa, Bermeo, Santander, Santoña, Laredo, Castro Urdiales y San Vicente de la Barquera. Esto contribuye a promover la actividad económica de estas lonjas locales y garantiza un producto de primera calidad, en las pescaderías de todos los establecimientos.

Asimismo, el Grupo está adherido, desde 2014, al compromiso Nirea del Gobierno Vasco, para la Reactivación del Sector Primario y la Revitalización del Medio Rural y Litoral de Euskadi.

Por otro lado, se ha implantado el modelo de servicio directo de verdura fresca de temporada en la mayoría de los establecimientos de Madrid, en línea con la tendencia del Grupo en otros territorios. Esta ampliación del surtido de origen en Madrid se ha ampliado también con la patata de Madrid. Para este trabajo ha sido imprescindible el contacto con las instituciones y organismos públicos y privados encargados del desarrollo rural de Madrid, que se ha formalizado con la adhesión al Protocolo de Actuación para el Fomento del Desarrollo y la Sostenibilidad del Sector Agroalimentario de la Comunidad de Madrid.

Grupo Uvesco ha desarrollado y colaborado en las acciones de refuerzo, para dar apoyo a los proveedores locales y garantizar su supervivencia, que ha tenido como resultado un mayor volumen de compras (también motivado por el incremento generalizado en el consumo, derivado sobre todo del cierre del sector hostelero en el primer cuatrimestre de 2021).

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 nuevos proveedores o elaboradores 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 vascos, 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.

8.1.3 Acciones sociales, de asociación o patrocinio

A través de los supermercados, un canal directo y cercano con la sociedad, se establecen lazos de unión con colectivos sociales, culturales y deportivos, que permiten al Grupo formar parte activa de la vida de los ciudadanos, aportando valor y generando un impacto social.

Este compromiso con los colectivos es muy amplio y abarca numerosas acciones y planes “a medida”, en función del tipo de actividad y del entorno donde se desarrolla. Con ello, Grupo Uvesco ejerce su responsabilidad, estando presente en la vida de los ciudadanos, con aportaciones que tienen un beneficio conjunto y que contribuyen a la calidad de vida de la ciudadanía, en línea con la visión y objetivos de la empresa. Estas acciones se llevan a cabo, en las diferentes localidades, donde tiene presencia el Grupo (País Vasco, Cantabria, Navarra, La Rioja, Madrid y Ávila) y se traducen en su participación en actividades, pruebas deportivas y encuentros con participación popular, en los que tengan cabida conceptos de bienestar y estilo de vida saludable. Asimismo, desarrolla diferentes convenios y patrocinios deportivos, con determinados clubes, que le permiten estar presente y apoyar eventos de interés social y cultural. El denominador común de todas las actividades, en las que participa, consiste en su finalidad de promover un estilo de vida sano o de desarrollar vínculos culturales en la comunidad.

- Actividades Culturales y Sociales

En el ámbito social y cultural, Grupo Uvesco dirige su responsabilidad a través de la creación de lazos de colaboración de diversa índole. Una colaboración, que se realiza, por una parte, a través de convenios anuales con colectivos culturales y de su participación en grupos y asociaciones culturales, entre las que se priorizan las actividades que fomentan la participación y desarrollo de la mujer, de los colectivos desfavorecidos y los valores de la alimentación saludable. Además, Grupo Uvesco presta su apoyo a eventos culturales y actuaciones solidarias.

Este 2021 este compromiso ha estado condicionado por las restricciones de la Covid-19 y las medidas tomadas por los diferentes gobiernos, de manera que ha participado en aquellas actividades en las que la salud y seguridad de las personas ha estado garantizada.

Como ejemplo de estas colaboraciones, Grupo Uvesco, por medio de BM Supermercados, colabora con la Sociedad Coral de Bilbao desde hace tres años. En 2021 este concierto se organizó en beneficio del Banco de Alimentos de Bizkaia y contó con la participación de Pasión Vega, promoviendo al mismo tiempo el desarrollo cultural y musical y el beneficio solidario. Otras de las acciones d, estacadas durante este 2021 ha sido la organización con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) de una campaña de sensibilización a través de sus medios de comunicación y redes sociales, con motivo del Día Internacional contra el Cáncer de Piel y del Día Internacional del Cáncer de Mama. A través de estas iniciativas el grupo ha dejado patente su apoyo a la investigación y a la detección precoz para erradicar estas enfermedades. Como resultado de estas campañas, Uvesco ha realizado una donación total de 9.000 euros a la AECC, destinada a la mejora de la calidad de vida de las familias afectadas por esta enfermedad.

La relación de eventos y localidades en los que ha participado el Grupo en el ejercicio 2021 se detallan en el siguiente cuadro:

Evento Cultural	Localidad	Evento Cultural	Localidad
Proyecto Gastronomía Solidaria con las Escuelas de Co	Euskadi	Venta de bolsas solidarias para "Juneren hegoak"	Errenteria
Donantes de sangre: entrega de 11.465 productos	Gipuzkoa, Cantabria, Ál	Concurso menestra de cordero Semana Grande	Donostia/San Sebastián
Colaboración con Unicef: 9.300 € en donativos	Todas las provincias	Concurso merluza salsa verde Semana Grande	Donostia/San Sebastián
Colaboración con Cáritas: Donación de 2.000 kg de pro	Bergara	Festival Musikaste	Errenteria
Colaboración en la recogida de tapones para acciones	Bizkaia	Ikertze-Proyecto Cecadi. Cursos de capacitación audio	Donostia/San Sebastián
Iniciativa Gigante de Super Amara, a favor de Gautena	Donostia/San Sebastián	Asociación de Vecinos Amara Berri	Donostia/San Sebastián
Proyecto Dravetzari, por la cultura inclusiva-Gero Axul	Donostia/San Sebastián	Festival de Cine Fantástico y de Terror	Donostia/San Sebastián
Colaboración con Banco de Alimentos en la venta del	Donostia/San Sebastián	Colaboración con Albalola Museo Marítimo	Pasaia
XII Jornadas de Asprheh-Asociación de Profesionales	Donostia/San Sebastián	Concierto solidario de Navidad de La Oreja de Van Gog	Donostia/San Sebastián
Jornadas "Mujer y Talento"	Santander	Concierto coral Landarbaso, con fines solidarios	Errenteria
Donativo de 3.500 kg de producto a la asociación "Ayud	Madrid	Festiva de cine documental Musical Dock of the Bay	Donostia/San Sebastián
Concurso de Marmitako Semana Grande	Donostia/San Sebastián	Belén de Navidad, en Plaza Gipuzkoa	Donostia/San Sebastián
Festival Fenomena	Hondarribia	"Chef por un Día"-San Sebastián Gastronomika	Donostia/San Sebastián
I-Super, recetas de temporada con Ander Gonzalez	Donostia/San Sebastián	Belen de Navidad	Colmenar Viejo (Madrid)
Campus Fútbol Infantil	Majadahonda, Eibar, Bilbao		

• Patrocinios y clubes deportivos

El estilo de vida saludable implica una vida activa y con presencia de ejercicio físico. Por ello, los grupos que fomentan el deporte son un foco de colaboración prioritario para Grupo Uvesco, quien tiene acuerdos con diferentes clubes y asociaciones de su entorno. Con estos acuerdos, se refuerza el compromiso del grupo con actividades que fomentan valores de vida saludable y que, además, generan cohesión social, respeto e igualdad. Estando presente en todas las facetas de la sociedad, que tienen una implicación directa en la mejora de la calidad de vida, se completa el impacto en el entorno y en la vida social de las personas.

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

- Real Sociedad de Fútbol, S.A.D.
- Real Unión Club de Irún, S.A.D.
- Liga ACT Eusko Label
- Hondarribia Arraun Elkartea
- BM Bilbao Santutxu Femenino
- Isuntza Arraun Elkartea de Lekeitio
- Super Amara BAT
- Super Amara Bera Bera
- S.D. Eibar
- Athletic Club
- Deportivo Alavés
- C.D. Bidasoa Balonmano
- Club Fútbol Rayo Majadahonda

Además, el grupo participa en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol, del que se han beneficiado, este año, 8.625 clientes (6.900 clientes en 2020). Gracias a este acuerdo, los clientes de los supermercados BM y SUPER AMARA consiguen descuentos para el abono anual de socio del club.

- Deporte y hábitos saludables

Además de acuerdos con clubes, Grupo Uvesco ha estado presente en otra serie de actividades con participación popular que, tras el parón de 2020, se han podido desarrollar a lo largo del año, y 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, el grupo aporta bolsas de avituallamiento para los participantes (con barritas energéticas, agua, frutas...); coloca hinchables y arcos de meta, produce material para los eventos (camisetas, viseras...), etc.

La evolución de las aportaciones de bolsas de avituallamiento en los últimos tres ejercicios se detalla a continuación:

Ejercicio	Bolsas Avituallamiento
2019	96.910
2020 (1º T)	17.930
2021	41.000

Algunos de los eventos deportivos patrocinados por Uvesco se resumen en la siguiente tabla:

Evento Deportivo	Localidad
Cross Adarra	Hernani
Lilatón-Marcha para mujeres 5 km	Donostia/San Sebastián
Bicipatines	Donostia/San Sebastián
Marcha Festiva Semana Grande	Donostia/San Sebastián
Torneo de Fútbol Inés de Pablo	Pamplona
Trail Picos de Europa	Potes (Cantabria)
San Silvestre de Hondarribia	Hondarribia
Nordic Walking	Donostia/San Sebastián
Carrera San Silvestre Virtual	Donostia/San Sebastián
Fortuna (Tenis de mesa)	Donostia/San Sebastián

8.1.4 Banco de Alimentos

La responsabilidad con los Bancos de Alimentos es uno de los principales compromisos de Grupo Uvesco con la sostenibilidad y que impacta, directamente, en la economía circular -ya que se consigue reducir, de forma importante, el residuo alimentario y mejorar la alimentación de colectivos en riesgo de exclusión-. El acuerdo con los bancos de alimentos consiste en donaciones diarias. Donaciones que, desde hace más de una década, se realizan a través de las plantas logísticas y que, a medida que el grupo va creciendo en superficie comercial, van en aumento.

Esta donación diaria se refuerza, gracias al sistema de gestión de residuos de Grupo Uvesco. Este sistema requiere de una gran implicación del área de Logística y del personal de tienda y supone la recuperación de aquellos productos, que están en condiciones de consumo óptimas y que se destinan a los Bancos de Alimentos, para cubrir necesidades básicas de familias desfavorecidas.

Por otra parte, la introducción de producto perecedero al Banco de Alimentos, concretamente de patata (reto alcanzado en 2019), le ha permitido avanzar no solo en el volumen de donaciones a los colectivos desfavorecidos, sino también en la reducción de residuos.

A través de la donación diaria a los Bancos de Alimentos, en 2021 se entregaron más de 390 toneladas de productos básicos, que tienen un impacto social directo y contribuyen a cubrir las necesidades básicas de familias en situación de vulnerabilidad.

La evolución de las entregas de productos al Banco de Alimentos en los últimos tres ejercicios se detalla a continuación:

Ejercicio	Entregas Tn
2019	284
2020	307
2021	390

Además de estas donaciones diarias, Grupo Uvesco participa también en las campañas que organizan los Bancos de Alimentos a través de la cesión de los espacios de las tiendas y refuerzan su apoyo a este colectivo. En los dos últimos años, estas campañas se han desarrollado a través de donativos económicos (ante las limitaciones de la pandemia para la recogida de productos). En 2021, estos donativos se han traducido en 453.638 euros (745.350 euros en 2020), que se han destinado, a través de diferentes productos, a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

Ha sido fundamental la labor de sensibilización e información de los profesionales de tienda, de los clientes, ya que todas las aportaciones han sido a través de la línea de caja, de una forma menos visible que en otras campañas- Se trata de una labor de sensibilización y de apoyo que incrementa las aportaciones que realiza el grupo a los bancos de alimentos, a través de donativos de particulares y personas anónimas.

A través de estas campañas, se realiza una labor de sensibilización y se incrementan las aportaciones, que ya realiza el grupo a los bancos de alimentos, a través de donativos de particulares y personas anónimas.

8.2 Consumidores: La responsabilidad en la Alimentación

La calidad en la alimentación y la concienciación del consumidor por realizar una compra inteligente y cuidar su salud, más allá de saciar el hambre, encajan a la perfección con los valores de Grupo Uvesco. Por ello, la principal responsabilidad de la empresa, que nace de su compromiso por la calidad, es trabajar por la alimentación de calidad. Satisfacer plenamente las necesidades de alimentación del consumidor, con todas las garantías, se consigue, a través de las siguientes acciones:

- Al facilitar la capacidad de elección de los clientes, a través de la variedad del surtido, primeras marcas 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.

8.2.1 Proyecto ELIGE CUIDARTE

Con la idea de acercar la alimentación de calidad y fomentar el consumo responsable, Grupo Uvesco desarrolla un programa que engloba acciones dirigidas a mejorar la calidad de vida de las personas y promover valores saludables. A través de este programa, y en colaboración con una Doctora en Medicina y Nutrición, se desarrolla una labor de información, sobre las propiedades nutricionales y beneficiosas de los alimentos -que redundan en la mejora del conocimiento del consumidor, aumenta su capacidad de elección y fomenta el consumo sostenible y saludable, así como una cultura de salud y bienestar en la sociedad-.

A través de la enseña SUPER AMARA, los clientes tienen a su disposición un servicio de consultoría en alimentación y salud. En él, también con el apoyo de una Doctora en Nutrición, se ofrece información nutricional, sobre alergias e intolerancias alimentarias y sobre preferencias de consumo.

8.2.2 Familias y Productos para personas con necesidades específicas o con alergias (gluten, lactosa...)

La colaboración en la mejora de la calidad de vida de las personas también implica un compromiso con aquellos hogares que tienen un gasto elevado en alimentación, como es el caso de familias numerosas y personas con intolerancia al gluten. En ambos casos, desde hace ya más de diez años, Grupo Uvesco desarrolla 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 2021, un total de 16.805 familias numerosas adheridas a este programa de descuentos (19.660 en 2020) consiguió un ahorro total de 1.862.000 euros (1.938.234 euros en 2020).

Por su parte, el programa de ahorro que beneficia a las personas intolerantes al gluten, se realiza a través del acuerdo alcanzado con las Asociaciones de Celíaco, vigente en todos los supermercados del grupo y del que forman parte un total de 2.520 personas (2.227 personas en 2020). 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, ya que a pesar de tener cada vez más reconocimiento, el surtido sigue siendo menor que en el de otras referencias.

Asimismo, en el marco del compromiso de Grupo Uvesco por un surtido beneficioso para la salud, se ha desarrollado una sección de producto saludable, dirigida a todo tipo de intolerancias y a completar la alimentación de colectivos minoritarios. Además, el descuento aplicado a las compras de estos colectivos se hace extensivo a toda su compra, con lo que también se benefician del acceso al consumo de otros productos -como el caso de frutas y hortalizas, que, a pesar de no ser específicas sin gluten, pueden incluirlas en su alimentación-.

8.2.3 *Revista BM no es lo mismo*

Se trata de una publicación que pone de relieve los valores de la alimentación de calidad, a través de recetas, productos de calidad y consejos, relacionados con hábitos de consumo saludables. Se imprimen 500.000 ejemplares, que se distribuyen entre los clientes de los supermercados. Esta publicación se ha convertido en una herramienta muy eficaz para promover los valores diferenciales de Grupo Uvesco.

8.2.4 *Servicio de Atención al Cliente (SAC)*

UVESCO mantiene una actitud de escucha constante y fomentan el diálogo, al tiempo que aprovechan diferentes canales para difundir información sobre las compañías que consideran de interés para sus clientes. Disponen de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) gratuito y de diversos canales abiertos por el Grupo: Llamadas telefónicas, whatsapp y la web.

El esfuerzo diario de cuantos forman parte del SAC permite canalizar todas las dudas y cuestiones que plantean los clientes. Una vez recibidas, se tramitan inmediatamente por medio de los mecanismos establecidos y se estudian individualmente para su posterior resolución por los departamentos implicados, que trabajan de manera coordinada para buscar la mejor solución que se le pueda ofrecer.

- Llamadas telefónicas: En 2021 el SAC atendió 11.574 llamadas, con un 13% de abandono, muy concentrado en los meses de enero, febrero y diciembre. En la segunda mitad del año hubo un incremento importante de llamadas atendidas. El 83% de estas llamadas fueron atendidas en menos de 20 segundos.
- Whatsapp: En 2021 el SAC atendió a 32.000 Whatsapps, habiendo un pico en septiembre por una incidencia de la APP, que es precisamente la razón de la mayoría de estos contactos.
- Web: Un canal importante de entrada de quejas, peticiones y felicitaciones por parte de los clientes es la web BMSupermercados.es. Al igual que en los canales anteriores, el número de solicitudes por la web se ha ido incrementando desde el mes de abril.

El 100% de los contactos recibidos (16% quejas/reclamaciones, 56% solicitudes y 28% peticiones de información) son objeto de seguimiento por parte del SAC, dándose por cerrado una vez que ha sido resuelto.

8.3 Impacto económico e información fiscal

La actividad comercial de Grupo Uvesco y su marcado carácter local genera un valor económico que revierte, a su vez, en los diferentes ámbitos que intervienen en su actividad: proveedores y acreedores, trabajadores, y sociedad en general.

Este impacto económico, íntegramente circunscrito a España, viene a generar valor en su entorno: potenciando el empleo, el desarrollo y la cohesión social, la salud y el bienestar y apoyando las medidas sostenibles en el desarrollo conjunto y sostenible de la sociedad.

Igualmente, todos los impuestos sobre beneficios pagados en el ejercicio, recogidos en las cuentas anuales consolidadas, se han abonado en España.

El detalle de las subvenciones públicas recibidas por el Grupo se detalla en la nota 13 de la memoria de las cuentas consolidadas del ejercicio 2021.

8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social.

Los principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social se detallan a continuación:

Detalle aportaciones económicas (€)				
	Eventos cultura y sociedad, eventos deportivos/Esponsor	Asociaciones y Colectivos	Familias Numerosas	TOTAL
2021	957.000	864.000	1.862.000	3.683.000
2020	571.230	912.101	1.948.234	3.431.565
2019	829.200	673.967	1.545.675	3.048.842

Valor Distribuido (Millones €)						
	Salarios y beneficios sociales	Proveedores Locales	Inversión en la Comunidad	Proyectos de expansión e I+D	Beneficio Después impuestos	Pagos a la Administración
2021	181,8 M€	240 M€	3,7 M€	68 M€	38,5 M€	93,6 M€
2020	183 M€	237 M€	3,4 M€	38,0 M€	48,6 M€	92 M€
2019	150 M€	193 M€	3,0 M€	30,0 M€	30,6 M€	75 M€

TABLA DE REFERENCIA DE CONTENIDOS DE ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y CONTENIDOS GRI

Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar utilizado (GRI orientativo)	Pág. informe /Notas
Modelo de Negocio y Políticas	Descripción del modelo de negocio del grupo y Políticas Aplicadas	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución. Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-4 Localización de las actividades GRI 102-6 Mercados servidos GRI 102-7 Dimensión de la organización GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 101-3 Análisis de materialidad	Impacto del Covid 19 p. 4-6; p. 6- 8 p. 8-9 p. 9-12
			GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	p. 12-15
Gestión del Riesgo	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	p. 15; principales indicadores en p.19
Información sobre cuestiones medioambientales	General	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad, procedimientos de evaluación o certificación ambiental; los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos GRI 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales GRI 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	p. 15-16
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación luminica.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Energía y Emisiones) GRI 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducciones en los requerimientos energéticos de los productos y servicios GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
	Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	GRI 303-1 Extracción de agua por fuente GRI 303-2 Fuentes de agua afectadas significativamente por extracción de agua GRI 303-3 Agua reciclada y reutilizada	
		Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Medioambiente) GRI 301-1 Materiales utilizados por peso y volumen GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados	
		Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, Uso de energías renovables.	GRI 102-2 Enfoque de gestión (Energía) GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables) GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización GRI 302-3 Intensidad energética GRI 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	
			GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efuentes y residuos) GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados GRI 303-3 Agua reciclada y reutilizada GRI 306-2 Residuos por tipo y metodo de eliminacion	
	Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efuentes y residuos) GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados GRI 303-3 Agua reciclada y reutilizada GRI 306-2 Residuos por tipo y metodo de eliminacion	P. 16-20
	Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) GRI 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	p. 15-16
		Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático.	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Medioambiente) GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
		Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios implementados a tal fin.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Reducción de las emisiones GEI)	
	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes (Empleados) GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 102-35 Políticas de retribución	p. 6-9; 12-15
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	
	Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-7 Dimensión de la organización GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad: sexo y grupo de edad (indicar número total además del porcentaje).	
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	
		Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	GRI 401-1. b) Número total y la tasa de rotación de personal durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región (en lo relativo a despidos)	
		Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral	
		Brecha Salarial.	GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral.	
		Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	GRI 405-2 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	
		La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	GRI 102-35 Políticas de retribución GRI 102-36 Proceso para la determinación de la retribución (para el enfoque de gestión) GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación	
		Implementación de medidas de desconexión laboral.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (desconexión laboral)	
		Empleados con discapacidad.	GRI 405-1. b) Porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad (iii. Grupos vulnerables).	

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo.	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo. GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Organización del trabajo)	p. 24 principales indicadores p.28-29	
		Número de horas de absentismo.	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados		
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores. Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 401-3 Permisos parentales GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Conciliación) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad)		
	Salud y seguridad	Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	p. 25-26 principales indicadores p.28-29	
		Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo.	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad		
	Relaciones Sociales	Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a sindicatos y negociación colectiva) GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos	p. 26	
		Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva		
		Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores		
	Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Formación y enseñanza)	p. 26-28 principales indicadores p.28-29	
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.		GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado			
Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No- discriminación)	p. 28 principales indicadores p.28-29		
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades)			
	Planes de igualdad.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No- discriminación)			
	Medidas adoptadas para promover el empleo.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Empleo) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición			
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No- discriminación)			
	La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No- discriminación)			
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No- discriminación) GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas			
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.		GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes (Derechos Humanos) GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	p. 6-9; 12-15
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave		
		Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Derechos Humanos)	p. 30
	Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Derechos Humanos) GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos		
	Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.		GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Derechos Humanos) GRI 411-1 Derechos de los pueblos indígenas GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico		
		Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (No discriminación; Libertad de asociación y negociación colectiva; Trabajo Infantil; Trabajo forzoso u obligatorio y Evaluación de Derechos Humanos)		
	Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI103-2 El enfoque de gestión y sus componentes (Lucha contra la corrupción y soborno) GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti corrupción	p. 6-9; 12-15
		Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	
		Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno. Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	p. 31
Información sobre la sociedad	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes (Sociedad) GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	p. 6-9; 12-15	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave		
		Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y desarrollo local.	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos Indicadores de impacto del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	p.31-37; principales indicadores p.39
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.		GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos.		GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a comunidad) GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		
	Acciones de asociación y patrocinio.		GRI 102-12 Iniciativas externas		
	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores)		
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 102-9 Cadena de suministro GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores) GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales		
			GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.			GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas		
		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes) GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios			

	Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	p. 37-39; principales indicadores p.39
		Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes) GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	
	Información fiscal	Beneficios obtenidos por país.	GRI 201-1 Valor económico generado y distribuido (Ingresos)	p. 39; principales indicadores p.39
		Impuestos sobre beneficios pagados.	GRI 201-1 Valor económico generado y distribuido (Pagos al gobierno)	
		Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	