



GRUPO UVESCO

INFORME DE ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

EJERCICIO 2022

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD 2022

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 y Tecnología.
- 2.4 Objetivo: mejor calidad de vida.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

- 3.1 Análisis de materialidad: principales áreas de actuación en las que genera impacto.
- 3.2 2022 Año de proyectos colaborativos.

4. Gestión del riesgo

- 4.1 Riesgos Financieros
 - 4.1.1 Riesgo de crédito
 - 4.1.2 Riesgo de liquidez
 - 4.1.3 Riesgo de mercado: tipos de interés
- 4.2 Entorno de negocio.
 - 4.2.1 Riesgos relacionados con el mercado/competencia.
 - 4.2.2 Normativo y regulatorio.
- 4.3 Riesgos operacionales.
 - 4.3.1 Inadecuada adaptación del modelo económico y operativo.
 - 4.3.2 Cadena de suministro.
 - 4.3.3 Cumplimiento de los estándares de seguridad.
 - 4.3.4 Sistemas de la información.
 - 4.3.5 Cuestiones laborales y de recursos humanos.

5. Información sobre cuestiones medioambientales

- 5.1 Identificación de impactos
- 5.2 Contaminación y uso sostenible de los recursos.
 - 5.2.1 Eficiencia energética.
 - 5.2.2 Consumo de agua

- 5.2.3 Control de emisiones.
- 5.3 Transporte sostenible
- 5.4 Economía circular y Gestión de residuos
 - 5.4.1 Revisión de caducidades.
 - 5.4.2 Tratamiento diferenciado y reciclaje de residuos.
 - 5.4.3 Puntos de reciclaje en tiendas.
 - 5.4.4 Envases sostenibles
- 5.5 Protección a la biodiversidad
- 5.6 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
- 8.3 Impacto económico e información fiscal.
- 8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social

Anexo: Índice de contenidos de la Ley 11/2018

1. Introducción

El presente Estado de Información no Financiera (EINF) recoge los asuntos de naturaleza social, ambiental y de gobierno que son materiales para el grupo. Se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, del 28 de diciembre de 2018, de Información no Financiera, aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedad de Capital, aprobado por 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 (procedente del Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre).

Para ello se han seleccionado una serie de estándares en base a los requerimientos de información de la Ley 11/2018 y el marco de referencia para elaboración de memorias de sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI), en su versión GRI Standards, 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 Global Food Retail, S.L, está compuesto por el conjunto de sociedades indicadas a continuación, cuya información se presenta, sin exclusión alguna, a nivel integrado en este informe:

- GLOBAL FOOD RETAIL, S.L.
- FOOD RETAIL SOLUTIONS, S.L.U.
- UNIALCO, S.L.U.
- ALPA ALIMENTOS FRESCOS, S.L.U.
- COLONIALES BARBED, S.A.
- SUPER BEHOBIA, S.L.
- DISTRIBUCIÓN SUPERMERCADOS, S.L
- ANTIGUO AMARA, S.L.U.
- HIPER COSTA ESMERALDA, S.L.
- SUPERMERCADOS ERCORECA, S.A.U.

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.

Este informe cubre el periodo comprendido entre el 6 de abril y el 31 de diciembre de 2022, pues esta fecha de inicio fue en la que la empresa Global Food Retail S.L. toma el control del Grupo Uvesco. Sin embargo, con el propósito de facilitar la comparación con años anteriores, se han incluido también los datos de 2022 al completo.

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 encuentra en el País Vasco, Cantabria, Navarra, La Rioja, Madrid y Ávila.

Al cierre del ejercicio cuenta con un total de 265 supermercados bajo las enseñas "BM Supermercados" y "Super Amara", tras en 2022 abrir 12 nuevos supermercados (13 en todo el año 2022) y reformar y ampliar 12 centros ya existentes. Asimismo, se han cerrado 4 supermercados que no respondían a los estándares actuales requeridos por el Grupo.

Con todo ello, la superficie comercial explotada es de 198.248 m², cuyo detalle por provincia es el siguiente:

Provincia	2022	
	Tiendas	m ²
Gipuzkoa	55	40.516
Bizkaia	101	66.042
Araba	9	8.108
Total Euskadi	165	114.666
Cantabria	26	18.084
Navarra	24	22.760
La Rioja	6	6.210
Madrid	41	34.404
Ávila	2	1.374
Guadalajara	1	750
Total resto de España	100	83.582
Total	265	198.248

Además, Grupo Uvesco cuenta con cuatro plataformas logísticas propias; dos en Gipuzkoa (en Irún) y dos en Cantabria (en los Corrales de Buelna), que suman una superficie de más de 63.600 m². Asimismo, se cuenta con una plataforma que opera

con un operador logístico en Arroyomolinos, en Madrid, cuya puesta en marcha se ha llevado a cabo durante este año 2022.

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 con 19 establecimientos en régimen de franquicia.

El Grupo cuenta con un total de 5.874 empleados 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.

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 17.000 referencias, aproximadamente. 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:



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 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*

En Uvesco estamos actualmente en proceso de elaborar nuestro análisis de materialidad. Para ello, hemos pasado encuestas a los diferentes grupos de interés (clientes, trabajadores, proveedores y equipo directivo) para ver cuáles son los temas más prioritarios para la organización. Del mismo modo, gracias a este análisis se podrá identificar qué factores son los que más afectan a Uvesco.



ODS 1: FIN DE LA POBREZA

- Donación a bancos de alimentos.
- Donativos a ONGs: Teléfono de la Esperanza, Aspanovas.
- Colaboración con campañas de sensibilización de ONGs: Unicef, Cáritas...
- Ahorro para familias numerosas
- Proyecto de integración sociolaboral en el sector agroalimentario



ODS 3: SALUD Y BIENESTAR

- Ahorro para personas celiacas
- Servicio de atención telefónico para personas mayores
- Beneficios sociales a empleado/as
- Aportación económica a la lucha contra el cáncer a través de AECC
- Programa “Elige Cuidarte” para el cuidado de la alimentación



ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO

- Programas de conciliación e igualdad de género
- Certificados profesionales
- Promoción interna para empleado/as
- Fomento de puestos de encargadas



ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

- 100% del consumo eléctrico procedente de energías renovables
- Inversión anual en medidas de eficiencia energética en tiendas y oficinas



ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

- Impulso a la compra local y apoyo en su desarrollo
- Fomento de relaciones a largo plazo con proveedores/as y franquiciado/as
- Inversiones I+D+i
- Descuento para empleados/as.
- Digitalización del programa de fidelización



ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

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



ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

- Uso de envases, bolsas y botellas de plástico reciclado
- Aplicación del programa Too Good To Go en todas las tiendas BM del Grupo
- Programa de control de caducidades
- Certificación Welfair/Bienestar Animal
- Adhesión al Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment)
- Certificado Residuo Cero de AENOR en las plantas logísticas de Irún
- Opción de ticket digital, con el objetivo de reducir papel



ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA

- Reducción de la huella de carbono del 44% en el periodo 2018-2022
- 28% de reparto a domicilio realizado de manera sostenible (a pie, bicicleta o vehículo eléctrico).
- Compensación parcial de la huella de carbono con el Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa
- Optimización de rutas logísticas y conducción eficiente.



ODS 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

- Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Participación en proyectos colaborativos con diferentes clústeres y administraciones: ODSFOOD, Urban Klima, ONTINFOOD, etc.
- Participación en diferentes clústeres y foros colaborativos: AECOC, Cluster de Reciclaje de Gipuzkoa, ASEDAS, Basque Food Cluster, Cluster de Logística, etc.
- Colaboración con la UPV/EHU para un proyecto de investigación sobre el efecto de las bolsas compostables en el contenedor marrón.

A continuación, se muestra gráficamente el impacto de estos objetivos en la estrategia de Grupo Uvesco:



3.2. 2022, Año de proyectos colaborativos

2022 ha supuesto un punto de inflexión para Uvesco en su relación con los demás agentes de su entorno, entendiendo que la colaboración con los demás agentes es

imprescindible para seguir avanzando, en línea con el ODS 17. Esto se ha formalizado a través de la incorporación a dos asociaciones cuyo ser es la colaboración: el Basque Ecodesign Center y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En marzo de 2022 Uvesco se unió oficialmente al Basque Ecodesign Center, una alianza público-privada impulsada por el Gobierno Vasco, con el fin de avanzar en la economía circular en el tejido empresarial vasco. Son ya 16 las grandes empresas vascas que forman esta alianza, que son coordinadas por las entidades públicas Ihobe y Spri. En primer proyecto de Grupo Uvesco dentro del Basque Ecodesign Center ha sido la creación de una herramienta para medir la sostenibilidad de los envases.

Por otro lado, en junio se dio otro paso más en el compromiso de Uvesco con la sostenibilidad a través de la adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, iniciativa de la ONU que lidera la sostenibilidad empresarial a nivel mundial. Esta adhesión conlleva un compromiso por desarrollar acciones responsables y por alinear la estrategia empresarial a los Diez Principios que se establecen en el manifiesto, englobados en cuatro áreas: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, además de recoger el compromiso de avanzar en los ODS. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas cuenta con más de 20 años de experiencia y más de 19.000 entidades adheridas a nivel mundial.

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.

El Grupo gestiona determinados riesgos financieros consecuencia del propio desarrollo de la actividad del negocio, cuya posible afectación se considera no significativa gracias a la gestión que se realiza de aquéllos, mediante la aplicación de sistemas de identificación, medición, limitación de concentración y supervisión. Los riesgos identificados para Uvesco se dividen en financieros, de entorno de negocio y operacionales.

4.1 Riesgos Financieros

4.1.1 Riesgo de crédito

El riesgo de crédito del Grupo es atribuible, principalmente, a sus deudas por operaciones comerciales, estimándose que no existe riesgo significativo. Los importes se reflejan en el balance de situación netos de deterioros para insolvencias, estimadas por los administradores y la dirección del Grupo en función de la experiencia de ejercicios anteriores y de su valoración del entorno económico actual.

4.1.2 Riesgo de liquidez

El Grupo genera flujos de efectivo de explotación positivos por importe elevado, y dispone de fuentes de financiación ajena renovables diversificadas además del apoyo financiero de sus accionistas, por lo que se estima que no existe riesgo de liquidez significativo.

4.1.3 Riesgo de mercado: tipos de interés

El riesgo de tipo de interés del Grupo surge de las deudas con entidades de crédito, obtenidas a tipos variables, estimándose que no existe un riesgo significativo, al ser tanto la deuda como los pagos por intereses asumibles para el Grupo. El tipo de interés de las deudas con entidades de crédito se encuentra, por lo general referenciada al Euribor más un diferencial de mercado. El Grupo tiene contratado un instrumento financiero de cobertura de tipos de interés con el fin de mitigar el impacto que pudieran tener las subidas de tipos.

Además de los riesgos financieros detallados anteriormente, la implantación de un sistema de mejora continua, le permite tener identificados los siguientes riesgos no financieros.

4.2 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.

4.2.1. 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.

4.2.2 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.

4.3 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.

4.3.1 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...).

4.3.2 Cadena de suministro

Los principales riesgos a los que se enfrenta el Grupo derivan de la labor de agente intermediario/distribuidor realizado para conseguir atender las necesidades de consumo, aprovisionar y poner a la venta los productos que sintonicen con las expectativas y tendencias de los consumidores/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.

4.3.3 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, y la definición de acción en base a los resultados. Por ejemplo, el consumidor puede dirigirse a Uvesco tanto por teléfono como por WhatsApp, así como por un portal de “contacto” habilitado en la web para dicho fin.

4.3.4 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.

4.3.5 Cuestiones laborales y de recursos humanos

Los principales riesgos relacionados con el ámbito de los recursos humanos son aquellos 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 medioambienta



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.

Este plan ha llevado a conseguir diferentes certificaciones y reconocimientos en materia ambiental, tales como las tres estrellas Lean&Green por la reducción de emisiones o el certificado Residuo Cero en las plataformas logísticas de Irún. En la actualidad, con el objetivo de establecer una hoja de ruta en materia ambiental para los próximos años, se está trabajando en la Estrategia Empresarial de Economía Circular, que se espera que esté lista para el último semestre de 2023.

5.1 Identificación de impactos

El Plan de Responsabilidad 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.

De este modo, se han identificado dos tipos de impactos: por un lado, los que Grupo Uvesco tiene sobre el entorno, y, por otro lado, los que los cambios en el medio ambiente pueden tener sobre el Grupo, principalmente derivados del cambio climático. Los principales impactos que tiene el grupo sobre el medio ambiente son:

- Emisiones al aire: La distribución de mercancías supone el mayor impacto ambiental de Uvesco, ya que incluye el de proveedor a la central, desde la central a la tienda, y en el caso de servicio a domicilio, de las tiendas a las casas. Uvesco tiene control sobre estas dos últimas, en el que los esfuerzos están centrados en la optimización de las rutas, la renovación de la flota y en mejorar la tasa de llenado de camiones.
- Consumo de energía: Uvesco, debido a su actividad de distribución con múltiples puntos de venta, consume una gran cantidad de energía, tanto en centrales como en las tiendas. Además de las medidas de eficiencia energética, el 100% de la energía que se usa procede de fuentes renovables
- Generación de residuos: tanto en centrales como en tiendas se generan residuos, que se gestionan bajo el principio de prevención y reciclaje.
- En menor medida, se impacta sobre el uso del suelo. Dado que la totalidad de las tiendas de Uvesco están sobre suelo urbano, este impacto es poco significativo.

Grupo Uvesco está en pleno proceso de expansión, pero no se espera que de ese crecimiento se puedan generar nuevos tipos de impacto. Es más, dado que estos impactos están identificados y se trabaja en ellos, es previsible que la ratio de impacto por unidad producida vaya reduciéndose en el futuro.

Del mismo modo, el entorno y el cambio climático tienen un claro impacto sobre la actividad de Grupo Uvesco. Estos impactos se dividen en dos tipos:

- Impactos directos: son aquellos que el cambio climático puede tener directamente sobre tiendas o centrales. Por ejemplo, una mayor inundabilidad, mayor riesgo de incendios, sequías que provoquen cortes de agua que afecten al funcionamiento del centro, etc.

- Impactos indirectos: hacen referencia a los impactos sufridos por los proveedores de Uvesco, que influyen en los productos que Uvesco comercializa. De este modo, variaciones climáticas, que puedan por ejemplo generar malas o tardías cosechas, afectarán a los proveedores del Grupo y, en consecuencia, a las ventas.

Por el momento, no se han determinado que los impactos que el cambio climático pueda tener sobre el grupo sean significativos, ya que no se han dado las situaciones que se mencionan en el análisis.

Durante el periodo al que hace referencia el presente informe no se han recibido ninguna multa ni sanción significativa por temas relacionados con el medio ambiente.

5.2 Contaminación y uso sostenible de los recursos

5.2.1 Eficiencia energética

En 2022 se ha mantenido uno de los acuerdos pioneros en España, por el que 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.

Grupo Uvesco firmó en 2018 un PPA (Power Purchase Agreement) que 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 22.258 toneladas de emisiones de CO₂ durante el 2022, equivalente a los 95,94 GWh consumidos durante este año, contribuyendo así a la estrategia de descarbonización de la economía. El cien por cien del suministro de energía procede de la planta solar Núñez de Balboa, que Iberdrola ha construido en Usagre (Badajoz, Extremadura). Con una capacidad de más de 500 MWp, es una de las mayores plantas solares de Europa.

En el periodo al que hace referencia el informe, de abril a diciembre de 2022, el grupo consumió 64,87 Gwh, el equivalente a 15.050 toneladas de CO₂.

Concepto	Año 2022	04/2022-12/2022
Energía consumida	95,94 GWh	64,87 GWh
Emisiones evitadas	22.258 toneladas CO ₂	15.050 toneladas CO ₂

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 a través de 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 reducir el consumo energético global, para de este modo, minimizar el impacto medioambiental, reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero que genera la gestión comercial de la empresa. A continuación, se detallan las inversiones realizadas:

Inversión en Eficiencia	Año 2022	2022 6/04-31/12
Iluminación	36.586 €	36.586 €
Mobiliarios de frío	224.244 €	171.490 €
Total	260.830 €	208.076 €

Ahorro energético Kwh/año	353.14	281.797
----------------------------------	---------------	----------------

Ahorro energético Kg de CO2	81.930	65.377
------------------------------------	---------------	---------------

5.2.2 Consumo de agua

En relación al uso del agua, el Grupo 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. La gestión de las aguas residuales se realiza igualmente a través de la red de saneamiento municipal.

El consumo total del grupo de agua, sumando las centrales y las tiendas, ha sido de 275.093 m3 durante 2022. Durante el periodo al que hace referencia este informe (06/04-31/12) el consumo de agua ha sido de 183.395 m3.

Para optimizar este consumo se está desarrollando un plan de medición del uso de agua en la central de Bidaurre de Irún, cuyo objetivo es conocer mejor el consumo que se hace para poder identificar posibilidades de minimización en el uso del agua.

5.2.3 Control de emisiones

En el Grupo Uvesco no se han realizado mediciones de gases NOx y SOx, dado que no hay instalaciones de combustión ni en las plataformas logísticas ni en las tiendas. Respecto a las sustancias SAO, todas las nuevas aperturas cuentan con sistemas frigoríficos que funcionan con CO2 inocuo al ozono. En el resto de las tiendas sí que existen gases refrigerantes fluorados, en las que se realizan dos revisiones de fugas al año, una más de la anual exigida por la normativa.

Por otro lado, no se han tomado medidas de reducción para la contaminación lumínica y acústica, dado que por la actividad del sector no se es un gran productor de ruido ni de luz. En todos los centros del Grupo se cumple con la normativa exigida por los municipios, y se colabora con las comunidades de vecinos. En el caso del uso de la luz,

la adaptación al decreto 14/2022 ha reducido de manera significativa la contaminación lumínica.

El consumo de gas consumido durante este año se resume en la siguiente tabla:

Periodo	04/2022-12/2022	2022 completo
Consumo gas (m3)	54.364	72.426

5.3 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 2022, un 28% de todos los trayectos de reparto a domicilio se han hecho de manera sostenible (andando, en bicicleta o en furgonetas eléctricas). En el caso de los supermercados de la marca Super Amara, el reparto a domicilio ya es 100 % eléctrico. Por otra parte, se están incorporando puntos de recarga eléctrica de vehículos, para garantizar el servicio de estas furgonetas.

Gracias a las medidas tomadas en eficiencia energética y en la optimización del transporte, la huella de carbono se ha reducido un 43,90% desde el 2018, el primer año que se hizo la medición. La evolución de la huella de carbono se resume en la siguiente tabla:

	2022
KG. CO2 TOTAL	5.373.387 kg CO2
PALES	1.068.208
KG. CO2/PALES	5,03kg

La huella de carbono de abril a diciembre, periodo al que hace referencia el presente informe, es de 3.906.882 kg CO2. La huella se ha calculado usando los factores de emisión proporcionados por el MITECO.

La huella de carbono se calcula siguiendo la metodología establecida por la certificación Lean&Green, de AECOC. De este modo, se tiene en cuenta, para el Alcance 1, el transporte de las plataformas logísticas a las tiendas, y en el Alcance 2, el consumo de energía eléctrica de las centrales. Por lo tanto, la huella del año 2022 corresponde exclusivamente al Alcance 1, que comprende el transporte de centrales a las tiendas así como el consumo de gas de las centrales del Grupo. El Alcance 2 en estos dos últimos años es nulo, ya que el 100% de la energía eléctrica consumida por el grupo es de origen renovable.

El consumo de combustible, sumando gasóleo y gasolina, en el transporte (plataforma-tienda), por su parte, se resume en la siguiente tabla:

Central	Consumo (litros) 06/04-31/12	Consumo (litros) 2022
Unialco	497.709,12	687.344,30
VES	678.894,36	913.920,65
Capilar Madrid	146.036,32	193.929,89
Arrastres Madrid	194.263,73	262.822,56
TOTAL	1.516.903,53	2.058.017,40

Grupo Uvesco por el momento no calcula el Alcance 3 de su huella de carbono, si bien es una medición que se plantea a futuro. Del mismo modo, y a pesar de que sí se toman medidas que vayan reduciendo progresivamente la huella, no se ha establecido un plan oficial de descarbonización, aunque también está contemplado como proyecto a futuro. Durante 2022 se ha dado un paso más en el compromiso de Grupo Uvesco con la descarbonización, a través de la compensación de emisiones. Esta compensación se ha realizado a través del Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, el cual además tiene el valor añadido de que las acciones de compensación se hacen en Gipuzkoa mismo, de este modo la reparación se hace en el mismo lugar donde se genera el impacto. Esto se alinea con la filosofía de Grupo Uvesco de involucrarse en la comunidad local, tanto a nivel social como ambiental.

Durante este primer año Grupo Uvesco ha compensado el 5% de sus emisiones, el equivalente a 252,74 toneladas de CO₂. La compensación se ha hecho mediante la reforestación de la finca de Etxolazarreta, en el parque natural de Peñas de Haya, que fue arrasada hace un año y medio por unos incendios, y que se encuentra pocos kilómetros de las plataformas logísticas de Irún.

5.4 Economía circular y Gestión de residuos

En los últimos años, desde la responsabilidad en la gestión de residuos, Grupo Uvesco ha realizado un análisis pormenorizado de los tipos de residuos, que se generan por la actividad comercial. A partir de ahí, se han planteado 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.

5.4.1 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, desperfectos en el envoltorio, 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).

Del mismo modo, para todo el producto refrigerado que no se puede retornar a central por el mantenimiento de la cadena de frío, en 2021 se implementó en todas las tiendas BM el proyecto Too Good To Go, en el que los clientes pueden adquirir a precio reducido los productos próximos a caducar. Durante 2022 se han salvado un total de 107.830 paquetes, lo que equivale a 269.575 kg de CO₂. El incremento en el número de paquetes salvados es notable, ya que en 2021 se salvaron 24.770 packs.

En los supermercados de la marca Super Amara, por su parte, se colabora con el proyecto Último Minuto, en el que tanto alimentos frescos como envasados próximos a la fecha de caducidad, que no pueden ser retornados a central, se donan a entidades sociales directamente desde la tienda. Gracias a este programa se han donado más 37.564 kg de alimentos.

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.

5.4.2 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.

La gestión de estos residuos reciclados se resume a continuación:

Residuo	Actuación
Restos de pescado (SANDACH)	Se retornan a central para entregarla a la empresa Barna (Bizkaia), donde los convierten en harinas de pescado. En las tiendas de la zona centro son recogidos por gestor autorizado.
Restos de carne (SANDACH)	Se retornan a central donde se entregan a Sebería Donostiarra o a Riograsa, quienes los usan para elaborar jabones y pieles sintéticas. En las tiendas de la zona centro son recogidos por gestor autorizado.
Orgánico (frutas y verduras)	Se aprovechan para hacer compost o biogás.
Plásticos y cartón	Ambos residuos se entregan a gestores autorizados para su reciclaje
Alimentación envasada	Se destina a la planta de cogeneración de Mendigorria, donde se elabora biogás
Residuos peligrosos	Los residuos peligrosos que se generan en central son recogidos por gestores autorizados.
Material restante	El material que no puede ser reciclado se deposita en vertedero

Este sistema de reciclaje ha sido reconocido con el certificado Residuo Cero de AENOR en las plataformas logísticas de Irún, que se obtuvo en 2021 y se ha revalidado durante este 2022, y que acredita que en las plantas de Irún se recicla el 95% de los residuos.

A nivel de grupo, la generación total de residuos y la tasa de reciclaje se está calculando actualmente de la mano del Basque Ecodesign Center. La multitud de puntos generadores de residuos (265 tiendas a fin de año más 5 plataformas logísticas) y la diversidad en la gestión de los residuos hace que el cálculo sea complicado. Sin embargo, esta tasa estará calculada para la primera mitad del 2023.

5.4.3 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, se cuenta con puntos de reciclaje de pilas en todas las tiendas del Grupo, además, en 90 supermercados hay puntos de recogida de luminarias.

Por otra parte, queriendo dar un paso más en la circularidad, a finales de 2021 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.

El fomento del reciclaje que han supuesto estos puntos ha sido reconocido, siendo esta iniciativa una de las tres finalistas a nivel europeo en los Premios Europeos de

Prevención de Residuos, cuya entrega de premios se hizo en Bruselas el 9 de junio de 2022, y la ganadora de estos premios a nivel Euskadi.

Dado el éxito de la iniciativa, se está trabajando ya en la expansión de estos puntos a más tiendas del Grupo.

5.4.4 Envases sostenibles

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. De hecho, 2022 ha sido el año en el que el Porex se ha eliminado definitivamente de los envases propios.

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%, y las botellas de zumo están hechas de materiales reciclados en un 100%. El porcentaje de material reciclado en los envases no ha parado de incrementarse en los últimos años. El porcentaje de todo el plástico reciclado comercializado por Uvesco es un 50% del total de plástico comercializado.

Durante este 2022 se ha hecho un análisis pormenorizado de los envases comercializados por Uvesco, de la mano del Basque Ecodesign Center. En este análisis se ha creado una herramienta en la que poder medir la sostenibilidad de cada uno de los envases, para poder identificar aquellos con menores niveles de reciclabilidad y poder establecer pautas de mejora.

En Grupo Uvesco no se hace uso directo de materias primas, ya que es una empresa de distribución y no de producción.

5.5 Protección a la biodiversidad

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.

Aun así, dentro de la póliza de Responsabilidad Civil hay una cobertura de contaminación accidental y repentina por la introducción o dispersión de materias o sustancias en la tierra, agua o aire que produzcan un deterioro que resulte peligroso o dañino en la calidad de dichos medios.

5.6 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	Ahorro Energético
2022 (6/04 - 31/12)	208.076 €	281.797 Kwh
2022 (12 meses)	260.830 €	353.148 Kwh

Adicionalmente, se han realizado gastos de carácter medioambiental por importe de 957 miles de euros.

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 5.874 profesionales que forman parte del proyecto Uvesco, lo hacen con la aspiración compartida de ofrecer la mejor experiencia de compra a la sociedad.

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.

Sistema para personas del Grupo Uvesco:



6.1 Empleo

En lo que a creación de empleo se refiere, Grupo Uvesco cerró el año 2022 con un total de 5.874 trabajadores/as en plantilla. El 100% de la plantilla está situada en España.

El equipo humano de Grupo Uvesco es su principal valor diferencial. Se trata de personas implicadas, que aportan su experiencia, sus conocimientos y su talento, en el día a día. 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 políticas que promuevan la permanencia, reconozcan el talento y mejoren las condiciones laborales de los equipos. Esto se traduce en la creación continua de nuevos puestos, derivada del crecimiento del Grupo, contratos estables, programas de desarrollo, reconocimiento y escucha y beneficios sociales, entre otras acciones, lo que redunda en el nivel de compromiso de los equipos.

Para Grupo Uvesco, la calidad en el empleo supone apostar por contratos estables, unas condiciones laborales por encima de la media del sector en cada zona y el avance en medidas de conciliación. Todo ello ayuda a atraer y retener el talento necesario e imprescindible para ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de compra. Muestra de ello es que el 50% de la plantilla tiene una antigüedad superior a 10 años. Además, se cuenta con una ratio superior a 1 en estabilidad laboral, es decir, relación de puestos indefinidos vs. puestos estructura (Ratio de estabilidad del Grupo a cierre 2022 1,02).

El dato de plantilla del Grupo a cierre del ejercicio 2022 distribuido por género y categoría profesional es la siguiente:

	31/12/2022		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	6	5	11
Mandos intermedios	128	38	166
Administrativos	75	110	185
Operarios de almacén	377	18	395
Encargados de tienda	229	533	762
Operarios de tienda	992	3.363	4.355
TOTAL	1.807	4.067	5.874

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Del cuadro anterior, se desprende que el 69% de la plantilla total son mujeres frente al 31% de hombres, por tanto, somos una empresa mayoritariamente femenina. En este sentido, uno de los retos de Uvesco como organización es seguir potenciando la presencia de la mujer en puestos de responsabilidad. En 2022, el 61% de los puestos con responsabilidad en el Grupo Uvesco (personal de dirección, mandos intermedios, encargados/as y Auxiliares de Encargado/a) están ocupados por mujeres y, si ponemos el foco en las tiendas, esta proporción se incrementa al 70%.

Por otra parte, el propósito de Grupo Uvesco es ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra, una experiencia excelente, que sería imposible de alcanzar sin atraer y mantener el mejor talento que existe en el mercado para nutrir a los supermercados y centrales con los mejores profesionales. Para ello, en la selección de personas, se evitan los sesgos de sexo, edad, discapacidad o vulnerabilidad. Se trata de buscar personas con una clara orientación de atención al cliente y capacidad de adaptación a las actuales y futuras necesidades de nuestros clientes.

A continuación, se presentan los indicadores clave de resultados no financieros correspondientes al ejercicio 2022, donde cabe destacar que, para 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 durante el periodo de 6 abril al 31 de diciembre 2022.

- **Número total y distribución de empleados, al cierre del ejercicio, por sexo, edad, y categoría profesional:**

Edad	Sexo	Directivos	Mandos intermedios	Administrativos	Encargados de tienda	Operarios de almacén	Operarios de tienda	Total
< 30	Hombre	0	1	16	6	43	179	245
	Mujer	0	2	17	18	2	260	299
	Total	0	3	33	24	45	439	544
30 - 39	Hombre	0	23	18	43	130	226	440
	Mujer	0	6	32	101	6	549	694
	Total	0	29	50	144	136	775	1.134
40 - 49	Hombre	1	37	18	72	121	267	516
	Mujer	2	20	39	233	6	1.384	1.684
	Total	3	57	57	305	127	1.651	2.200
50 - 60	Hombre	5	57	19	88	67	243	479
	Mujer	3	10	18	160	4	991	1.186
	Total	8	67	37	248	71	1.234	1.665
> 60	Hombre	0	10	4	20	16	77	127
	Mujer	0	0	4	21		179	204
	Total	0	10	8	41	16	256	331
Hombre		6	128	75	229	377	992	1.807
Mujer		5	38	110	533	18	3.363	4.067
TOTAL		11	166	185	762	395	4.355	5.874

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

- **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:**

Edad	Sexo	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total
< 30	Hombre	145	43	0	44	13	245
	Mujer	126	69	0	68	36	299
	Total	271	112	0	112	49	544
30 - 39	Hombre	376	15	0	47	3	440
	Mujer	517	64	0	88	25	694
	Total	893	79	0	135	28	1.134
40 - 49	Hombre	487	8	0	18	3	516
	Mujer	1.402	164	0	94	24	1.684
	Total	1.889	172	0	112	27	2.200
50 - 60	Hombre	458	12	0	8	1	479
	Mujer	966	153	0	48	19	1.186
	Total	1.424	165	0	56	20	1.665
> 60	Hombre	96	3	26	2		127
	Mujer	126	28	39	10	1	204
	Total	222	31	65	12	1	331
	Hombre	1.561	81	26	119	20	1.807
	Mujer	3.137	478	39	308	105	4.067
	TOTAL	4.698	559	65	427	125	5.874

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

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

Categoría profesional	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total
Directivos	11	0	0	0	0	11
Mandos intermedios	163	1	2	0	0	166
Administrativos	165	2	5	8	5	185
Operarios de almacén	358	7	6	24	0	395
Encargados de tienda	735	5	5	17	0	762
Operarios de tienda	3.267	544	47	378	120	4.355
TOTAL	4.699	559	65	427	125	5.874

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

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

Periodo: abril – diciembre 2022

Edad	Sexo	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Fijo discontinuo	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total
< 30	Hombre	113,85	13,26	0,00	0,00	87,89	25,30	240,30
	Mujer	99,00	25,28	0,00	0,00	99,54	46,52	270,34
	Total	212,85	38,53	0,00	0,00	187,43	71,82	510,64
30 - 39	Hombre	351,12	9,27	0,00	0,00	79,53	8,18	448,10
	Mujer	470,06	39,34	0,00	0,00	109,67	36,52	655,58
	Total	821,17	48,61	0,00	0,00	189,20	44,70	1.103,68
40 - 49	Hombre	469,97	6,20	0,00	0,00	38,11	4,72	519,01
	Mujer	1.227,35	114,40	0,00	0,00	124,24	28,88	1.494,87
	Total	1.697,32	120,60	0,00	0,00	162,35	33,60	2.013,88
50 - 60	Hombre	465,20	9,48	0,00	0,00	16,23	1,64	492,54
	Mujer	951,08	112,61	0,00	0,00	71,51	19,61	1.154,81
	Total	1.416,28	122,09	0,00	0,00	87,73	21,25	1.647,35
> 60	Hombre	107,24	1,10	0,00	5,46	4,05	0,14	117,99
	Mujer	145,44	20,47	0,44	9,62	5,82	1,46	183,26
	Total	252,68	21,57	0,44	15,08	9,87	1,60	301,24
	Hombre	1.507,38	39,31	0,00	5,46	225,81	39,98	1.817,94
	Mujer	2.892,93	312,10	0,44	9,62	410,78	132,99	3.758,86
	TOTAL	4.400,31	351,41	0,44	15,08	636,59	172,97	5.576,80

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Periodo: Ejercicio 2022

Edad	Sexo	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Fijo discontinuo	Jubilación Parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total
< 30	Hombre	108,48	11,74	0,00	0,00	86,91	25,12	232,25
	Mujer	94,83	23,93	0,00	0,00	94,58	41,99	255,33
	Total	203,31	35,67	0,00	0,00	181,49	67,11	487,58
30 - 39	Hombre	343,39	9,19	0,00	0,00	84,33	9,76	446,67
	Mujer	464,52	38,93	0,00	0,00	106,67	36,80	646,91
	Total	807,91	48,12	0,00	0,00	191,00	46,56	1.093,58
40 - 49	Hombre	466,99	6,54	0,00	0,00	39,31	4,53	517,36
	Mujer	1.226,32	115,33	0,00	0,00	121,59	28,43	1.491,68
	Total	1.693,31	121,86	0,00	0,00	160,91	32,96	2.009,04
50 - 60	Hombre	463,24	9,50	0,00	0,00	16,62	1,69	491,05
	Mujer	942,35	113,28	0,00	0,00	71,97	19,78	1.147,38
	Total	1.405,59	122,78	0,00	0,00	88,59	21,47	1.638,43
> 60	Hombre	109,16	1,16	0,00	5,45	4,16	0,24	120,16
	Mujer	144,55	21,26	0,33	9,76	5,07	1,33	182,31
	Total	253,71	22,42	0,33	15,22	9,23	1,57	302,47
	Hombre	1.491,26	38,13	0,00	5,45	231,33	41,34	1.807,49
	Mujer	2.872,57	312,73	0,33	9,76	399,88	128,33	3.723,61
	TOTAL	4.363,83	350,86	0,33	15,21	631,21	169,67	5.531,10

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

- **Promedio de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por categoría profesional:**

Periodo: abril – diciembre 2022

Categoría profesional	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Fijo discontinuo	Jubilación parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total general
Directivos	11,05	0	0	0	0	0	11,05
Mandos intermedios	158,78	0,89	0	0,50	0,89	0,21	161,27
Administrativos	159,32	1,30	0	1,45	10,93	1,70	174,70
Operarios de almacén	339,63	6,25	0	1,69	89,98	9,70	447,25
Encargados de tienda	670,77	2,69	0	0,66	17,72	0,44	692,28
Operarios de tienda	3.060,76	340,28	0,44	10,78	517,06	160,92	4.090,24
TOTAL	4.400,31	351,41	0,44	15,08	636,57	172,97	5.576,79

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Periodo: ejercicio 2022

Categoría profesional	Indefinido T. completo	Indefinido T. Parcial	Fijo discontinuo	Jubilación parcial	Temporal T. Completo	Temporal T. Parcial	Total general
Directivos	11,28		0	0	0	0	11,28
Mandos intermedios	156,81	0,89	0	0,50	1,17	0,16	159,53
Administrativos	157,05	1,42	0	1,60	12,89	1,54	174,50
Operarios de almacén	332,30	5,49	0	1,79	92,60	13,36	445,54
Encargados de tienda	666,77	2,76	0	1,05	17,89	0,67	689,14
Operarios de tienda	3.039,60	340,29	0,33	10,28	506,66	153,94	4.051,11
TOTAL	4.363,82	350,86	0,33	15,22	631,21	169,67	5.531,11

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

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

Periodo: abril – diciembre 2022

Edad	Sexo	Directivos	Mandos intermedios	Administrativos	Operarios de almacén	Encargados de tienda	Operarios de tienda	Total general
< 30	Hombre	0	0	0	3	0	6	9
	Mujer	0	0	0	0	0	5	5
	Total	0	0	0	3	0	11	14
30 - 39	Hombre	0	0	1	0	2	8	11
	Mujer	0	0	0	0	1	14	15
	Total	0	0	1	0	3	22	26
40 - 49	Hombre	0	0	0	0	1	2	3
	Mujer	0	0	1	0	1	17	19
	Total	0	0	1	0	2	19	22
50 - 60	Hombre	0	1	0	1	3	2	7
	Mujer	0	0	0	0	2	6	8
	Total	0	1	0	1	5	8	15
> 60	Hombre	0	0	1	0	3	2	6
	Mujer	0	0	1	0		3	4
	Total	0	0	2	0	3	5	10
	Hombre	0	1	2	4	9	20	36
	Mujer	0	0	2	0	4	45	51
	TOTAL	0	1	4	4	13	65	87

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Periodo: Ejercicio 2022

Edad	Sexo	Directivos	Mandos intermedios	Administrativos	Operarios de almacén	Encargados de tienda	Operarios de tienda	Total
< 30	Hombre	0	0	0	3	0	6	9
	Mujer	0	0	0	0	1	8	8
	Total	0	0	0	3	1	14	17
30 - 39	Hombre	0	0	1	0	2	13	16
	Mujer	0	0	0	0	1	15	16
	Total	0	0	1	0	3	28	32
40 - 49	Hombre	0	0	0	1	1	3	5
	Mujer	0	0	1	0	2	21	24
	Total	0	0	1	1	3	24	29
50 - 60	Hombre	0	1	0	2	4	3	10
	Mujer	0	0	0	0	2	11	13
	Total	0	1	0	2	6	14	23
> 60	Hombre	0	1	1	0	3	2	7
	Mujer	0	0	1	0	0	4	5
	Total	0	1	2	0	3	6	12
Hombre		0	2	2	6	10	27	47
Mujer		0	0	2	0	6	59	66
TOTAL		0	2	4	6	16	86	113

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

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

Periodo: abril – diciembre 2022

Esta información contempla los conceptos fijos y variables percibidos durante el año 2022. Con el objetivo de reflejar la realidad salarial del Grupo la fuente de información utilizada ha sido el modelo 190 a partir del cual se han calculado las remuneraciones medias del periodo de referencia. La sociedad ha llevado a cabo ciertos cambios organizativos que hacen que las remuneraciones del ejercicio completo no reflejen la realidad salarial del Grupo por lo que no se incluye esta información.

En la tabla correspondiente a las remuneraciones medias por categoría profesional se puede observar que la mayor diferencia se encuentra en la categoría de Encargados de tienda (17,45%). Esta categoría incluye a los puestos de Encargado de tienda y Auxiliar de Encargado de tienda.

Históricamente lo más habitual era que las posiciones de Encargado de tienda las ocuparan los hombres. El Grupo lleva años llevando a cabo acciones para revertir esta realidad a través de iniciativas de promoción interna como, por ejemplo, el Plan Cantera.

Como fruto de este esfuerzo, a cierre de ejercicio 2022 el 79% de puestos de Auxiliares de Encargado estaban ocupados por mujeres que, en un futuro, podrán ocupar puestos de Encargados de tienda.

El hecho de que el puesto de Auxiliar de Encargado (con una menor remuneración que la del de Encargado/a) haya, proporcionalmente, un mayor número de mujeres que hombres hace que la diferencia en esta categoría sea más relevante.

En el caso de la categoría de Administrativos, la brecha se explica, fundamentalmente, por 2 razones:

- [Perfiles encuadrados en la categoría de administrativos de carácter técnico de departamentos como expansión, mantenimiento, obra y organización y sistemas, con retribuciones medias altas, en mercado y en la empresa, y que están desempeñados \(en mercado y en la empresa\) por mayoría de hombres respecto al reparto general de la categoría de administrativos.](#)
- [En esta categoría se utilizan, fundamentalmente, dos convenios \(Almacenistas de Coloniales de Cantabria y Convenio Empresa Unialco Gipuzkoa\). El convenio de Gipuzkoa tiene una retribución superior al de Cantabria \(entre 20 y 30 puntos porcentuales dependiendo de la posición\). El peso proporcional mayor de la mujer en posiciones administrativas con el convenio de Cantabria respecto a Gipuzkoa hace que esto impacte también en el diferencial de la brecha.](#)

CLASIFICACIÓN	Nº Pax	Media	Brecha %
Directivos	11	93.244	-7.31%
Mandos intermedios	167	39.561	-0,30%
Administrativos	184	24.055	10,74%
Operarios de almacén	395	20.968	-5,42%
Encargados y Auxiliares de Encargado de tienda	786	21.928	17,45%
Operarios de tienda	4.331	17.547	3,13%
Total	5.874	19.335	15,1%

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Formula % Brecha = (Importe Hombre -Importe Mujer)/Importe Hombre

Por otro lado, en el siguiente cuadro, en el que se muestran los datos distribuidos por edad, se puede observar que a mayor edad mayor es la diferencia, concentrándose ésta principalmente en los colectivos con edad superior a 50 años (personal con mayor antigüedad).

Esta realidad se justifica principalmente por dos razones. Por una parte, porque en el pasado era habitual que en una misma posición el hombre percibiera una mayor retribución que la mujer y, por otra parte, porque los puestos con mayor responsabilidad solían estar ocupados mayormente por los hombres. Estos dos efectos influyen directamente en los datos de las remuneraciones medias del colectivo con mayor edad.

El Grupo lleva años trabajando para revertir esta realidad y, como se puede apreciar en el cuadro, en la actualidad esta diferencia es significativamente inferior.

Edad	Nº Pax	Media
<30	537	15.280
30 - 39	1.122	17.154
40 - 49	2.176	19.236
50 - 60	1.697	21.458
> 60	342	22.947
Total	5.874	19.335

- **Remuneración de consejeros:**

La Sociedad cuenta con 9 Consejeros de los cuales 8 son hombres y 1 es mujer. La remuneración global de los Consejeros durante el periodo abril-diciembre 2022 ha ascendido a 527,74 miles de euros.

- **Remuneración media de directivos:**

Periodo: abril – diciembre 2022

Categoría	Sexo	Nº Pax	Media
Directivos	Hombre	6	90.247
	Mujer	5	96.841
	Total	11	93.244

- **Remuneración media total:**

Sexo	Nº Pax	Media
Hombre	1.807	21.587
Mujer	4.067	18.334
	5.874	19.335

Nota: No se incluye la categoría de consejeros (2 personas).

Implantación de políticas de desconexión laboral

En la actualidad el Grupo está trabajando en un protocolo de desconexión laboral utilizando dinámicas participativas como, por ejemplo, los grupos focales. Gracias a los acuerdos internos negociados con las RLPT de cada zona, existen, tanto en la central como en los supermercados, medidas de desconexión y conciliación.

A modo de ejemplo, en las oficinas actualmente existen medidas de flexibilidad y jornada continua tendentes a facilitar la conciliación de la vida laboral. Entre las medidas de desconexión, que ya existen actualmente, destacan algunas como la recomendación de que la organización de las reuniones y llamadas a profesionales se

realicen en los horarios coincidentes de las jornadas laborales, así como la programación de correos electrónicos dentro de la jornada laboral.

6.2 Organización del Trabajo

Hay tres realidades diferenciadas en el Grupo en lo relativo a la organización del trabajo:

- Supermercados:

En este caso, la organización está basada en las necesidades comerciales de los centros. La mayoría de las tiendas abren al público en jornada continua de lunes a sábado, 12 horas de apertura en una franja que va entre las 9:00 y las 22:00 horas. También existen supermercados, aunque en menor medida, con horario partido. Los domingos y festivos, como norma general, no se abre salvo en la Comunidad de Madrid (que hay tiendas que abren normalmente), las tiendas de conveniencia de Gipuzkoa y en otras zonas como Cantabria en los meses de verano.

Este horario de atención al cliente marca los horarios del personal, con calendarios laborales, para las jornadas completas, que recogen semanas alternas en jornadas continuas de mañana y tarde (salvo las tiendas de horario partido). También existe un colectivo de tiempos parciales, debido principalmente a que la carga de trabajo no es lineal a lo largo de la semana, acumulando más venta los fines de semana. La necesidad de garantizar el servicio ante diferentes incidencias explica la necesidad de cierta flexibilidad en los equipos de supermercados.

Las vacaciones se disfrutan en 2 turnos, en base al sistema de vacaciones establecido en el Grupo, que incluye unos porcentajes de coincidencia por sección, tienda y agrupación. Este sistema permite, además de adaptar las curvas vacacionales, que todos los profesionales que así lo deseen puedan disfrutar de un turno de vacaciones en los meses de verano.

Almacenes:

La organización del trabajo en el almacén se realiza en función del tipo de producto. En el caso del producto seco, refrigerado y congelado se trabaja de lunes a sábado a turnos de mañana y tarde. En el almacén de producto fresco se trabaja de domingo a viernes como norma general, siendo la recepción en horario de mañana y tarde y la expedición en turnos de tarde-noche.

La sala de despiece trabaja en horario de mañana de lunes a viernes. La mayoría de los contratos son a tiempo completo, si bien hay tiempos parciales para compensar la distribución irregular de las cargas de trabajo diarias.

En estas generalidades por tipo de producto se organizan los horarios del personal. En todos los casos las tiendas hacen pedido diario al almacén. En el caso de seco, fresco y refrigerado se trabaja contra stock y las jornadas son estables siendo mayoritariamente tiempos completos en turnos de mañana y tarde. En el producto fresco, por las propias condiciones del producto y la política de calidad de la empresa, se trabaja casi con flujo tenso lo que puede generar la necesidad de flexibilizar las jornadas de manera bastante habitual.

En ambos casos las vacaciones se organizan en turnos prefijados con criterios de coincidencia por tareas y plataformas con sistemas de petición por lista que rotan anualmente.

Oficinas:

Como normal general, y salvo la propia característica del trabajo, hay jornada flexible de entrada entre las 8:00 y las 9:45, con parada a comer mínimo de 1 hora y en función de ello se fija la salida. Los viernes, y durante los meses de julio y agosto, la jornada es continua de 8:00 a 15:00 horas. La mayoría de los contratos son a tiempo completo.

Las vacaciones se organizan por cada departamento de forma autónoma atendiendo a la realidad y carga laboral anual de los mismos.

A continuación, se indica el detalle de la distribución de la jornada, horas anuales y vacaciones por empresa y provincia.

Cod.	Empresa	Días Semana	nº días semana	Horas Anuales	Vacaciones (laborables)
1	Unialco Gipuzkoa Almacén	Lunes a Viernes	5	1718	22
1	Unialco Bizkaia Cash	Lunes a Viernes	5	1725	24
1	Unialco Cantabria	Lunes a Viernes	5	1756	24
1	Unialco Madrid	Lunes a Viernes	5	1810	22
1	Unialco Gipuzkoa Oficinas	Lunes a Viernes	5	1731	24
3	Disu Álava	Lunes a Sábado	6	1759	28
3	Disu Álava (BM Amurrio y BM Llodio)	Lunes a Sábado	6	1759	28
3	Disu Gipuzkoa	Lunes a Sábado	6	1719	28
3	Disu Bizkaia	Lunes a Sábado	6	1725	28
3	Disu Navarra	Lunes a Sábado	6	1734	28
3	Disu Rioja	Lunes a Sábado	6	1775	27
3	Disu Cantabria	Lunes a Sábado	6	1768	27
3	Disu Ávila	Lunes a Sábado	6	1800	26
3	Disu Madrid	Lunes a Domingo	6	1810	26
5	Oñadis	Lunes a Sábado	6	1719	28
6	Behobia	Lunes a Sábado	6	1719	28
30	Hiper Cantabria	Lunes a Sábado	6	1768	27
20	Alpa Cantabria	Lunes a Viernes	5	1756	24
20	Alpa Cantabria	Domingo a Jueves	5	1756	24
20	Alpa Gipuzkoa	Domingo a Jueves	5	1718	23
20	Alpa Gipuzkoa oficinas	Lunes a Viernes	5	1718	23
25	Ercoreca Bizkaia	Lunes a Sábado	6	1725	28
25	Ercoreca Madrid	Lunes a Domingo	6	1810	26
25	Ercoreca Guadalajara	Lunes a Sábado	6	1780	26
29	Barbed	Lunes a Viernes	5	1725	24
34	Antiguoamara	Lunes a Sábado	6	1719	28

6.3 Salud y Seguridad

El bienestar y la salud de la plantilla es una prioridad para el Grupo Uvesco, y como tal, está presente en todas las políticas desarrolladas por el área de RRHH (Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 - Salud y Bienestar de las personas). Para ello, se llevan a cabo esfuerzos sistemáticos, planificados y proactivos que persiguen este objetivo, sin olvidar, por supuesto, cumplir la legislación vigente.

El modelo se basa, en primer lugar, en el liderazgo de los equipos para implantar conductas seguras y saludables. En segundo lugar, en políticas y prácticas organizacionales saludables y, en tercer lugar, en el fomento de la responsabilidad individual a través de la información y concienciación.

Políticas en materia de Prevención de riesgos laborales:

Con el objetivo de reducir el número de accidentes y de enfermedades profesionales y aumentar las condiciones de seguridad, se han realizado:

Acciones realizadas	Abril - Dic 22	2022
Nº de estudios de los Servicios de Prevención	188	276
Auditorías legales realizadas	3	3
Simulacros en los centros de trabajo	252	252
Planes de autoprotección	13	21
Nº de centros de trabajo con desfibriladores	135	135
Reconocimientos médicos	2.160	3.084
Prestaciones por embarazos de riesgo	52	61

A continuación, se muestra 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:

Periodo: abril – diciembre 2022

Periodo: abril diciembre 2022	ACCIDENTES DE TRABAJO					
	Con baja				Sin baja	No Laboral
	Periodo				Periodo	
	En jornada					
	Leve	Grave	Mortal	Total		
Nº	297	0	0	297	226	
DIAS	7.166	0	0	7.166	0	

	AT con baja		AT sin baja	
	Nº	DÍAS	Nº	DÍAS
Hombres	126	3.286	70	0
Mujeres	171	3.880	156	0
Total	297	7.166	226	0

	ENFERMEDAD PROFESIONAL				Sin Baja
	Con baja				
	Periodo	Recaída	Anterior	Total	Periodo
Nº	15	0	9	24	12
DIAS	1.188	0	560	1.748	0

	EP con baja		EP sin baja	
	Nº	DÍAS	Nº	DÍAS
Hombres	4	206	1	0
Mujeres	11	982	11	0
Total	15	1188	12	0

Este cuadro solo hace referencia a EP del periodo

Periodo: Ejercicio 2022

Periodo: Ejercicio 2022	ACCIDENTES DE TRABAJO					
	Con baja				Sin baja	No Laboral
	Periodo				Periodo	
	En jornada					
	Leve	Grave	Mortal	Total		
Nº	392	0	0	392	290	
DIAS	10.403	0	0	10.403	0	

	AT con baja		AT sin baja	
	Nº	DÍAS	Nº	DÍAS
Hombres	153	4.157	84	0
Mujeres	239	6.246	206	0
Total	392	10.403	290	0

	ENFERMEDAD PROFESIONAL				Sin Baja
	Con baja				
	Periodo	Recaída	Anterior	Total	Periodo
Nº	22	0	9	31	13
DIAS	1.739	0	638	2.377	0

	EP con baja		EP sin baja	
	Nº	DÍAS	Nº	DÍAS
Hombres	5	326	2	0
Mujeres	17	1413	11	0
Total	22	1.739	13	0

Este cuadro solo hace referencia a EP del periodo

Otra información:

Indicador	Abril - Dic 22	2022
Número de horas de absentismo	697.558 horas	923.620 horas

Consideraciones al cuadro del número de horas de absentismo:

- El número de días de baja por empleado en Grupo Uvesco en 2022 por las contingencias de contingencias comunes (C.C.) y contingencias profesionales (C.P.) es de 19,65 días.
- De acuerdo al informe del INSS para el año 2022, el número de días de baja por empleado en el conjunto del estado es, para este año, de 20,83 días.
- De acuerdo a este informe el dato para el País Vasco es de 25,24 días por empleado.
- Y en la provincia de Bizkaia, en la que tenemos un mayor número de profesionales, el número de días de baja por empleado/a según el INSS para el conjunto de esta provincia es de 26,7.

De acuerdo con esta información el número de días de baja de Grupo Uvesco sería un 6% inferior que el dato general que para el conjunto de España aporta el INSS.

Como dato especial a tener en cuenta a la hora de valorar el dato de absentismo en 2022, hay que recordar que los meses de enero y febrero arrojaron unos de los datos de baja por Covid más altos desde el comienzo de la pandemia (en Grupo Uvesco el récord de bajas motivadas por Covid se produjo en este periodo).

En nuestro caso, influye mucho en el resultado general un índice de absentismo en la provincia de Bizkaia superior al del resto de provincias (en consonancia con lo que pasa a nivel general) teniendo en cuenta que, en Grupo Uvesco, esta provincia es la que más profesionales tiene de alta (pondera mucho en el resultado general).

Como complemento a esta información y si hiciéramos un comparativo de nuestro porcentaje de absentismo con empresas regionales de supermercados IFA, nos encontramos que nuestra ratio de absentismo es menor que la media general en todas las autonomías menos en País Vasco (Navarra estaría alineada con el dato de absentismo del conjunto de los regionales). En este caso, también, el peso de Bizkaia y su alto dato de absentismo explica la diferencia.

Indicador	Sexo	Abril – Dic 22	2022
Tasa de frecuencia	Hombre	52,45	48,05
	Mujer	34,46	36,47
	Total	40,33	40,26
Tasa de gravedad	Hombre	1,37	1,31
	Mujer	0,78	0,95
	Total	0,97	1,07

Fomento de estilos de vida saludables:

1. Programa de salud general:

- Tarjeta de servicios médicos con descuentos para todas las personas y sus familiares directos en un total de 11 especialidades médicas.
- Servicio PSA con analítica para hombres mayores de 45 años.
- Servicio de ginecología.
- Vacunación gratuita para gripe estacional.

2. Bienestar físico:

- Masaje preventivo: El Grupo tiene acuerdos de colaboración con 59 profesionales especializados, en todas las zonas en las que está presente.
- Escuela de espalda: con jornadas gratuitas disponibles para toda la plantilla.

3. Fomento de hábitos laborales saludables:

- Formación en primeros auxilios y desfibriladores.
- Inclusión de formación en Ergonomía postural en nuestras jornadas de acogida.
- Formación en Ergonomía postural para todas las personas de la plataforma Unialco Irún.

4. Fomento de hábitos de vida saludables:

- Glucovibes: En 2022 el Grupo ha sido pionero en implantar este servicio donde los participantes usan una app con un GPS metabólico integrado, monitorizando la nutrición, actividad, descanso y niveles de glucosa tiempo real de cada persona durante 14 días.
- Inclusión de fruta y yogures en las máquinas de vending.
- Promoción de la práctica deportiva de nuestros/as profesionales fomentando su participación en diferentes eventos deportivos (Carrera de empresas, invitaciones a varios eventos deportivos en los que Grupo Uvesco es patrocinador).
- Realización de campañas de temática diversa como realización de ejercicio físico o alimentación saludable.
- Charlas para fomentar los hábitos saludables en algunas provincias. Durante este año, se han realizado 2 sesiones.

- Programa Excelente (Alimentación Saludable): Formación presencial obligatoria para todos/as los/as profesionales de las tiendas sobre Alimentación Saludable (4 horas de duración).
- Acceso a formación on line en Uvesconnect para los profesionales de Uvesco en los que pueden inscribirse en diferentes formaciones de la plataforma Goodhabits vinculadas con la salud y el bienestar.

6.4 Relaciones sociales

- **Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos:**

Grupo Uvesco favorece una adecuada información y comunicación tanto desde la organización hacia las personas (revistas, boletines, etc.) como en sentido inverso, desde las personas hacia la organización (buzones de sugerencias, representantes de las personas trabajadoras (RLPT), etc.

A través de los líderes (personas que gestionan equipos) se desarrolla una tarea de comunicación e información para que les ayude a entender las ventajas de fomentar el Bienestar a nivel organizacional, primero, para ellos mismos, en segundo lugar, para sus equipos, y, en tercer lugar, para sus resultados y, por tanto, los de la organización.

Por otro lado, aunque el liderazgo es uno de los ejes de comunicación del Grupo, no es el único y por ello, se apela también a la responsabilidad individual. Para lograrlo, es necesario proporcionar información y herramientas que ayuden a entender el bienestar y sus ventajas al resto de profesionales de la organización.

A continuación, se listan algunos de los canales de comunicación existentes en el Grupo:

- **Canal Uvesconnect:** Herramienta online de acceso a noticias, información corporativa, formaciones de diversos temas de corta duración (píldoras formativas), club del empleado (CLUVESCO) y otras ventajas como trabajadores/as del grupo.
- **Uvesco Info:** Publicación impresa y personalizada en forma de revista que llega al domicilio de los profesionales de Uvesco para dar a conocer las principales áreas de trabajo y temas de actualidad de la organización.
- **Reunión cuadro de mando:** Reuniones mensuales de los encargados de tienda con los equipos de su tienda para poner en común los resultados.
- **Envío periódico de material informativo** a las tiendas para potenciar determinadas informaciones (posters).
- **Buzón de sugerencias:** Canal de comunicación interno para realizar consultas y sugerencias. En el periodo se han tramitado un total de 408 sugerencias/consultas.

Por último, como herramienta de escucha, el Grupo realiza además de las encuestas de riesgos psicosociales, los cuestionarios de compromiso: consiste en un cuestionario complementario que permite al área de RRHH medir la percepción de la plantilla en una serie de temas fundamentales. Por ejemplo, la valoración de los equipos sobre las políticas de personas. Esta consulta permite conocer cuál es el impacto social que

tienen las distintas medidas aplicadas en las áreas de promoción, igualdad de oportunidades, orgullo de pertenencia, bienestar.

- **Negociación colectiva y reuniones ordinarias y extraordinarias con la RLPT por cada provincia.**

La negociación colectiva es una acción muy importante dentro de las políticas de RRHH, ya que permite construir junto a la RLPT las condiciones de la plantilla, a través de la negociación de los convenios sectoriales, a través de las patronales a las que el Grupo pertenece en cada provincia, y de los acuerdos internos o pactos de empresa, unos acuerdos que permiten llegar más al detalle a los intereses económicos y sociales de los profesionales del Grupo.

En esa línea el Grupo tiene acuerdos de empresa internos por empresa y provincia, tanto en centrales como en supermercados, excepto en Disu Cantabria y Ercoreca Madrid, en las que se aplica el convenio sectorial.

Además de esos momentos de negociación de acuerdos, la comunicación con la RLPT se estructura por provincia, en reuniones ordinarias trimestrales (laborales y de Seguridad y Salud) y reuniones extraordinarias, tantas como sean necesarias a lo largo del año.

- **Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país**

Actualmente el 100% de los trabajadores del Grupo están cubiertos por un convenio sectorial (muchos de ellos en situación de ultraactividad) o convenio de empresa.

Adicionalmente, todas las empresas del Grupo, excepto Distribución de Supermercados, S.L. en Cantabria y Supermercados Ercoreca, S.A. en Madrid, disponen de pactos extraestatutarios que mejoran las condiciones de los convenios sectoriales de aplicación.

- **Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo**

Actualmente en el Grupo están en situación de ultraactividad los convenios sectoriales de comercio de alimentación de las provincias de Gipuzkoa, Bizkaia, Álava, Cantabria (Convenio de detallistas), Ávila, Madrid y Guadalajara. En los casos de Gipuzkoa, Álava, Cantabria y Madrid los sectoriales están en plena negociación, pero no se plantean en los mismos avances importantes en materia de seguridad y salud.

Sólo en Navarra y en los almacenes de Cantabria tenemos actualmente un convenio sectorial activo. En el caso de La Rioja tenemos un convenio de empresa que regula las condiciones de los equipos de la zona, al haber vencido en su día el convenio sectorial y no haberse activado su negociación.

Los avances a nivel de medidas de seguridad y salud se trabajan a través de las reuniones con la RLPT y a través de los pactos de empresa. Los reconocimientos de

ginecología y urología son dos ejemplos de medidas incorporadas en los acuerdos internos.

6.5 *Formación y promoción interna*

El eje de formación es una de las palancas esenciales para cumplir nuestro objetivo de mejores profesionales, definiendo a estos como: “Aquellos que gracias a su capacitación y orientación al cliente nos permiten ser reconocidos como la empresa de supermercados que ofrece la mejor experiencia de compra”.

El esfuerzo que destina el Grupo Uvesco 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 2022 ha sido de 4.816.450 € (3.699.554€ abril – dic), con un gasto medio por persona de 870,41 € (663,06€ (abril – dic). 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 fundamental que tiene un necesario impacto en el desarrollo profesional del trabajador y, por extensión, en su intervención en la experiencia de compra percibida por el cliente, 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.

El modelo de formación de Grupo Uvesco se basa en 4 categorías diferenciadas:

– *Formación de ingreso:*

Todo profesional que se incorpora al Grupo pasa por un proceso de formación, que le permite, en primer lugar, conocer e integrarse en la organización y su filosofía, en segundo lugar, conocer y aprender las funciones asociadas a su puesto de trabajo, y en tercer lugar, realizar las formaciones exigidas por ley. Esta formación es particularmente importante dentro de nuestro sector, y especialmente para profesiones de tienda, puesto que en el mercado de trabajo hay escasez de fuerza laboral con conocimientos en las profesiones de profesional de carnicería, pescadería o frutería, por lo que la formación interna es indispensable.

En función del puesto, la duración de la formación de ingreso puede ir desde los 4 días (profesional de sala, o mozo de almacén), hasta los dos meses (profesional de carnicería o pescadería sin experiencia previa, o determinados puestos de central).

En las posiciones de carne, pesca y fruta y una vez concluida la formación de ingreso (o cambio) se inicia un periodo de seis meses de práctica obligatoria que concluye con una evaluación en el que se le reconoce y certifica (o no) para su desempeño profesional en la posición en que ha sido formado.

En todo caso, toda persona que se incorpora al Grupo Uvesco ya sea a central, a tienda, o a plataforma, realiza en su primer día de trabajo la APP de acogida, que contiene: información sobre el grupo, información sobre normativa, formación de PRL, formación en manipulación de alimentos (esto se excluye en los puestos de central), y formación en compliance.

– *Formación para el cambio:*

Toda trabajador que realice un cambio de puesto recibe una formación para el cambio. La duración de esta formación puede ser desde 4 días hasta 2 meses en función del nuevo rol a desempeñar. A través de esta tipología de formación conseguimos:

- Fomentar la polivalencia.
- Desarrollo de capacidades. Actualmente más del 90% de los puestos de responsabilidad en el Grupo están cubiertos con personal interno.
- Autonomía de funcionamiento y sostenibilidad en el empleo.

El Grupo Uvesco cuenta con formadores internos homologados y formados para realizar estas formaciones de ingreso y cambio, especialmente en tiendas y plataformas.

En 2022 se han formado 1500 personas en formaciones de ingreso o cambio, contando con más de 182.000 horas dedicadas a esta formación.

Categoría profesional	Abril – Dic 22	2022
Directivos	0	0
Mandos intermedios	100	100
Administrativos	1.627	1.887
Operarios de almacén	14.501	18.434
Encargados de tienda	12.658	19.730
Operarios de tienda	97.383	142.655
TOTAL	126.269	182.807

– *Formación Escuela:*

En su responsabilidad por apoyar a colectivos vulnerables el Grupo Uvesco 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.

A través de esta acción, el Grupo tiene el adquiere un compromiso de contratación del 50% de los alumnos de cada grupo formativo. En el año 2022 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.

– *Formación Continua:*

Esta formación va destinada a profesionales del Grupo Uvesco y tiene como objetivo seguir desarrollando sus capacidades y habilidades, conocer aspectos estratégicos de la organización, o cubrir posibles áreas de mejora identificadas por sus equipos o responsables. La formación continua se realiza en tres formatos: Online, Aula virtual, o presencial.

Durante 2022 se ha realizado un catálogo de más de 50 formaciones continuas dirigidas a unas 2500 personas de la organización, con un total de 20.964 horas repartidas en los siguientes grupos de trabajo:

Dentro de las acciones de formación continua, una de las acciones más extendida en 2022 ha sido el programa ***Excelente III: Te ayudo a comprar***. Este programa formativo transversal y estratégico, tiene como objetivo ser realizado por todas las personas de tienda, llegando en 2022 a más de 1000 profesionales. 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.

Otro de los programas emblemático tanto por su importancia como su contribución al cambio cultural y de modelo de Liderazgo Uvesco, es el **Plan 300: Master en Habilidades directivas Modelo Uvesco**, master en liderazgo que consta de 12 sesiones y dirigido a todas las personas del grupo con responsabilidad sobre otras personas, y que en 2022 que contó con 6 grupos abiertos, y se abrieron 2 nuevos grupos.

Además, en 2022, y muy en línea con nuestra apuesta por la innovación y digitalización, también en el entorno laboral, hemos realizado la renovación y relanzamiento de la plataforma online de formación, con los objetivos de:

- Ampliar la opción de que todas las formaciones legalmente obligatorias se puedan hacer en formato online.
- Ampliar la opción de que las formaciones estratégicamente obligatorias tengan una versión online.
- Ofrecer a los profesionales un amplio catálogo de formaciones que les permitan practicar el autodesarrollo en las áreas en las que estén interesados. De esta forma, en esta plataforma todos los profesionales del grupo pueden acceder y realizar los cursos que ellos quieran, sobre las inquietudes que ellos tengan, y en el momento que ellos elijan. Dentro de la plataforma, se dedica una sección al pilar bienestar.

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

Periodo: abril – diciembre 2022

Tipo de formación	Directivos	Mandos intermedios	Administrativos	Operarios de almacén	Encargados de tienda	Operarios de tienda	Total
Ingreso y Cambio	0	100	1.627	14.501	12.658	97.383	126.269
Continúa	0	808	513	2.054	2.799	7.017	13.191
Total	0	908	2.140	16.555	15.457	104.400	139.460

Periodo: Ejercicio 2022

Tipo de formación	Directivos	Mandos intermedios	Administrativos	Operarios de almacén	Encargados de tienda	Operarios de tienda	Total
Ingreso y Cambio	0	100	1.887	18.434	19.730	142.655	182.807
Continúa	0	889	780	3.539	5.288	10.469	20.964
Total	0	989	2.667	21.973	25.018	153.124	203.771

6.6 Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

La integración de personas con discapacidad se gestiona en las diferentes zonas del Grupo con acuerdos con entidades y fundaciones que colaboran en la incorporación e integración de este colectivo en nuestros supermercados y centrales. Por ejemplo, el grupo Gureak o la Fundación Adecco son algunas de las asociaciones con las que se colabora.

En el caso del grupo Gureak en Gipuzkoa se ha realizado con ellos un trabajo conjunto por el que sus técnicos de empleo especialistas han realizado una observación y analizado los puestos de trabajo de varios supermercados para conocer las tareas asignadas a cada puesto y poder afinar mejor la preparación de sus alumnos en aula. A través de ese conocimiento proponen alumnos que pueden cumplir con las tareas de las diferentes posiciones, fundamentalmente caja o reposición.

La incorporación es inicialmente bajo un contrato de prácticas, en el marco de los programas de inserción de estas fundaciones, y posteriormente, si la evolución es adecuada, se les realiza un contrato laboral, en alguna de las modalidades de mercado.

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

	Mujeres	Hombres	Total
Personal con discapacidad	37	29	66

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 69% de la plantilla del Grupo.

Este compromiso ha propiciado que, en el último año, el 61% de los puestos con responsabilidad en el Grupo Uvesco (personal de dirección, mandos intermedios, encargados/as y Auxiliares de Encargado/a) están ocupados por mujeres y, si ponemos el foco en las tiendas, esta proporción se incrementa al 70%.

En el año 2020, las empresas Unialco, Distribución Supermercados y Supermercados Ercoreca contaban con un Plan de Igualdad por tener más de 250 trabajadores. Ese año, el cambio de norma, entre otras cosas, obliga a tener plan de igualdad en empresas de más de 50 personas y a negociarlo con la representación sindical, y desde Grupo Uvesco se arranca con el proceso de los planes de igualdad por código de cuenta de cotización.

En el mes de marzo 2020 estalla la pandemia y se paralizan las negociaciones, para retomarla a finales de ese año. En los momentos iniciales de la nueva norma se genera mucha confusión respecto a la posibilidad de realizar los planes de igualdad por provincia, por empresa o como grupo de empresas. Tras meses trabajando con los comités de empresa de cada zona, en el mes de octubre de 2022 y tras varias reuniones con la inspección de trabajo, ésta insta a modificar el planteamiento provincial y a realizar los mismos por empresa. En ese sentido, a finales del año 2022, se constituyen nuevamente las comisiones de igualdad, lo que supone, por ejemplo, en la empresa Distribución de Supermercados, elevar la negociación al ámbito estatal y poner de acuerdo a 8 comités de empresa de 8 provincias diferentes con realidades sindicales y representatividades muy diferentes. Desde ese momento disponemos de un año para acordar con las diferentes comisiones de igualdad el nuevo Plan de cada empresa.

En estos momentos estamos en la recta final con las empresas AntiguoAmara, Distribución de Supermercados, Unialco y Alpa. En Supermercados Ercoreca, al incorporarse Madrid, se está constituyendo actualmente la comisión de igualdad con la Representación Legal de las Personas Trabajadoras (RLPT) de ambas provincias, con la colaboración de la consultora EDE.

La empresa Hipercosta Esmeralda tiene registrado su Plan de Igualdad con fecha 17 de enero de 2023, fruto de la negociación con la RLPT de los 3 centros de trabajo de Cantabria que operan bajo esta razón social. El Plan de Igualdad se estructura en nueve áreas distintas:

- Proceso de selección y contratación.
- Clasificación profesional.
- Formación.
- Promoción profesional.
- Condiciones de trabajo, incluida la auditoría salarial entre mujeres y hombres.
- Ejercicio corresponsable de los derechos de la vida personal, familiar y laboral.
- Infrarrepresentación femenina.
- Retribuciones.
- Prevención del acoso sexual y por razón de sexo.

Además, se ha ampliado el mínimo marcado por ley, analizando y proponiendo mejoras en materia de comunicación y violencia de género.

Para cada una de estas áreas se definen los objetivos y se detallan las medidas de acción previstas para alcanzarlos, las personas destinatarias, así como la persona o departamento responsable de su puesta en marcha, el plazo para realizarlo y el indicador o método de evaluación, que nos va a permitir analizar su eficacia.

En el caso de la empresa Ercoreca, aunque existe un Plan de Igualdad negociado con la RLPT, hay que adaptarlo a las modificaciones del Real decreto y se ha articulado ya este trabajo, a través de la consultora en Igualdad, Ede.

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:

Datos plantilla	Abril - Dic 22	31.12.22
Plantilla total	*	5.874
% Mujeres – Hombres	*	69% - 31%
Antigüedad media	*	11 años
Nuevas contrataciones	1.105	1.359
Ratio estabilidad laboral	*	1,02
Personas con discapacidad	*	66
% Mujeres en puestos de responsabilidad	*	70%
Datos formación	Abril - Dic 22	2022
Horas formación	139.459	203.770
Inversión en formación	3.699.554€	4.816.450€
Inversión media en formación	663€	870€
Datos seguridad y salud	Abril - Dic 22	2022
Nº de estudios de los Servicios de Prevención	188	276
Auditorías legales realizadas	3	3
Simulacros en los centros de trabajo	252	252
Planes de autoprotección	13	21
Nº de centros de trabajo con desfibriladores	135	135
Reconocimientos médicos	2.160	3.084
Prestaciones por embarazos de riesgo	52	61

*Nota: Solo se proporciona el dato del año completo.

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...

Para la supervisión y cumplimiento de esta Cultura se creó en diciembre de 2017 un Órgano de Supervisión y Control (OSYC) designado por el Consejo de administración. 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.

A lo largo de 2022 se impartió una formación a los jefes de departamento enfocada a la actualización del Compliance, para que todo el equipo directivo estuviera actualizado a este respecto. El índice de la formación impartida se remite a continuación:

- o Contexto normativo y novedades legislativas acerca de la responsabilidad penal de las personas jurídicas
- o Modelo de Compliance de Grupo Uvesco: funcionamiento y principales elementos
- o Funciones y responsabilidades del Consejo de Administración en relación con el Modelo
- o Metodología de evaluación de riesgos penales
- o Riesgos penales de aplicación en Grupo Uvesco

Durante el año 2022 ha habido 13 comunicaciones en el canal ético, entre las cuales dos hacían referencia a una vulneración de derechos humanos. Tras ser investigadas, se concluyó que en una la empresa había actuado de manera correcta y en la otra no procedía la denuncia.

En referencia a la protección de datos, se durante 2022 se volvió a difundir la píldora formativa sobre este tema que se lanzó en 2021.

Existe un canal de comunicación de protección de datos, que ha recibido 31 comunicaciones que se han atendido debidamente. No ha habido ninguna reclamación relativa a violaciones de la privacidad de los clientes, ni se ha producido ningún robo o pérdida de datos de los clientes.

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.

Siendo Uvesco una empresa que opera por completo en territorio español, donde la garantía de los derechos humanos es muy elevada, no se ha considerado necesario hacer actuaciones adicionales a este respecto.

A través de la carta enviada al Secretario General de las Naciones Unidas para la Adhesión al Pacto Mundial y cumpliendo con las disposiciones de los convenios internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) el Grupo Uvesco manifiesta su compromiso con los principios en los que se basa el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, del trabajo forzoso u obligatorio y con la abolición efectiva del trabajo infantil, en todas las sociedades del Grupo.

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 empras 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.

Asimismo, desde hace años el Grupo está en pleno proceso de cambio de dichos consumibles para que sean respetuosos con el medio ambiente y, además de cumplir los estándares mínimos de reciclabilidad, sean cada vez más sostenibles en su elaboración (reciclados) y su destrucción (reciclables).

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.

Subcontratación, proveedores y procesos de homologación

El Grupo contempla los aspectos principales de homologación y auditoría de proveedores en función del tipo de proveedor que se trate:

- Proveedores de producto seco “envasado”: cuentan con las certificaciones oficiales, registros sanitarios, etc. que comprobamos y verificamos en registro público, lo cual evita un proceso de homologación específico.
- Proveedores de marca propia negociada por IFA: En este caso, los proveedores siguen el proceso de homologación del Grupo donde se establecen los requisitos mínimos a cumplimentar (certificaciones de calidad, procesos de auditoría interna, etc.)
- Proveedores de marca propia negociada directamente por Uvesco: En primer lugar, se recopilan todos los certificados del proveedor, se comprueba su validez y, si se considera pertinente, se realiza inspección física.
- Proveedores locales y proveedores de producto fresco: Existen condiciones (proximidad, Obligatoriedad de Denominación Origen Protegida) que deben cumplirse para asegurar que el proveedor o producto cumple con los estándares y especificidades de Grupo Uvesco.

En cuanto a los proveedores de consumibles, desde hace años el Grupo está en pleno proceso de cambio de dichos consumibles para que sean respetuosos con el medio ambiente y, además de cumplir los estándares mínimos de reciclabilidad, sean cada vez más sostenibles en su elaboración (reciclados) y su destrucción (reciclables).

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 Ondárroa, 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, Ondárroa, 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.

En este sentido, Grupo Uvesco ha desarrollado y colaborado en las acciones de refuerzo para dar apoyo a los proveedores locales, en línea con su filosofía. Entre estas medidas, destacan las siguientes:

- Reforzar el contacto, para dar salida a los excedentes de producto -ampliando el surtido de productos, abriendo el servicio a un mayor número de tiendas y fomentando ofertas-.
- Contacto con 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

El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Uvesco, conlleva nuestro compromiso con el desarrollo de actividades sociales y culturales de nuestro entorno que, tras el parón sufrido durante los años de pandemia, hemos podido recuperar con el objetivo de fomentar la solidaridad con colectivos desfavorecidos, la participación y desarrollo de la mujer y la mejora del bienestar de los ciudadanos, fomentado hábitos saludables y sanos.

Entre las actividades llevadas a cabo en 2022, destaca por su impacto en el bienestar y la salud, nuestra colaboración con la Asociación contra el Cáncer AECC, con quien colaboramos en diferentes campañas. Por una parte, en la sensibilización a través de los establecimientos de BM Supermercados, con motivo del Día Internacional contra el Cáncer de Piel, y del Día Internacional del Cáncer de Mama, con las que realizamos una donación total de 6.800 euros a la AECC destinada a la mejora de la calidad de vida de las familias afectadas.

Del mismo modo hemos estado presentes, a través de Super Amara, en la tercera edición de la iniciativa *Lazos que unen*, cuyo objetivo fue generar espacios de escucha entre afectados de cáncer y diferentes agentes sociales del territorio guipuzcoano, y en la carrera celebrada contra el cáncer en Donostia-San Sebastián.

La ayuda solidaria también se ha extendido a través del apoyo a otras entidades y grupos culturales de relevancia en nuestro entorno contribuyendo a un doble impacto: fomentar el mantenimiento de la cultura y educación musical, y ayudar a colectivos desfavorecidos o en situación de riesgo de exclusión social. En 2022 hemos organizado

el Concierto Solidario de Navidad BM, a través de nuestro acuerdo con la Sociedad Coral de Bilbao, en beneficio de Aspanovas, asociación de ayuda a familiares de niños con cáncer (con un donativo de 2.500 euros), y el XVII. Concierto Solidario de Navidad Super Amara con Mocedades y Los Panchos, en el Kursaal de Donostia-San Sebastián, en beneficio del Teléfono de la esperanza de Gipuzkoa, cuya labor es acompañar a personas que se sienten solas en situaciones de sufrimiento.

Por otro lado, a través de Unicef, hemos participado en una campaña de donativos de ciudadanos en todos nuestros supermercados con el fin de paliar las necesidades de ayuda humanitaria generadas por la guerra de Ucrania. El importe de estas ayudas, 91.000 euros, se dirigió a sufragar las necesidades de niños/as con agua potable, alimentos básicos, medicamento y ayuda social.

La relación de eventos y localidades en los que ha participado el Grupo en el ejercicio 2022 se detallan en el siguiente cuadro:

- ✓ PROYECTO GASTRONOMÍA SOLIDARIA CON LAS ESCUELAS DE COCINA TKNIKA
- ✓ COLABORACIÓN CON LA CAMPAÑA UNICEF: 91.000 € EN DONATIVOS
- ✓ DONACIÓN BM 1.000 EUROS A ASOCIACIÓN NAIROBI KIBONDENI COLLEGE PARA CURSO DE COCINA
- ✓ DONACIÓN BM A CÁRITAS DE 2.000 KG DE PRODUCTO
- ✓ COLABORACIÓN EN VENTA RIFAS PARA AIMAR (NIÑO CON ENFERMEDAD RARA)
- ✓ JORNADAS “MUJER Y TALENTO” (CANTABRIA)
- ✓ CONCURSO DE MARMITAKO Y CONCURSO DE PAELLA SEMANA GRANDE DE BILBAO
- ✓ BELÉN DE NAVIDAD - COLMENAR VIEJO (MADRID)
- ✓ BILBOKO KONPARTSAK (BIZKAIA)
- ✓ DONOSTI FESTAK SEMANA GRANDE (GIPUZKOA)
- ✓ DONOSTI FESTAK BANDERA DE LA CONCHA (GIPUZKOA)
- ✓ FIESTAS SAN FERMÍN – PAMPLONA (NAVARRA)
- ✓ FIESTAS SS DE LOS REYES - MADRID
- ✓ MARCHA SOLIDARIA A FAVOR DE GAUTENA (ASOCIACIÓN GUIPUZCOANA DE AUTISMO)
- ✓ PROYECTO SÍNDROME DE DRAVET - GERO AXULAR DANTZA TALDEA -
- ✓ COLABORACIÓN CON BANCO DE ALIMENTOS EN LA VENTA DEL LIBRO SOLIDARIO “ESTA NAVIDAD REGALA GASTRONOMÍA”
- ✓ “XII JORNADAS DE ASPREH” - ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA REHABILITACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL
- ✓ CONCURSO MENESTRA DE CORDERO /MERLUZA EN SALSA VERDE SEMANA GRANDE SAN SEBASTIÁN
- ✓ FESTIVAL MUSIKASTE SEMANA DE LA MÚSICA VASCA
- ✓ VENTA SOLIDARIA DE BOLSAS PARA “JUNEREN HEGOA”
- ✓ IKERTZE-PROYECTO CECADI. CURSOS DE CAPACITACIÓN AUDIOVISUAL PARA PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL
- ✓ DÍA MUNDIAL RETINOSIS PIGMENTARIA “BEGISARE, RETINOSIS GIPUZKOA”
- ✓ FESTIVAL DE CINE DOCUMENTAL MUSICAL DOCK OF THE BAY
- ✓ BELÉN DE NAVIDAD, EN PLAZA GIPUZKOA DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ FESTIVAL FENOMENA - HONDARRIBIA
- ✓ “CHEF POR UN DÍA” - SS GASTRONOMIKA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ Participación en la CARRERA SOLIDARIA ASPANOGI
- ✓ Colaboración con ADEMGI, Esclerosis múltiple
- ✓ Colaboración en Aspace Eguna

• 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 Irun, S.A.D.
- Liga ACT Eusko Label
- Hondarribia Arraun Elkartea
- BM Bilbao Santutxu Femenino
- Isuntza Arraun Elkartea
- S. D. Eibar
- Athletic Club
- Deportivo Alavés
- C.D. Bidasoa Balonmano
- Fundación Euskadi de Ciclismo
- Super amara BAT
- Super amara Bera Bera

Además, participamos en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol del que en 2022 se han beneficiado 8.903 clientes. A través de este acuerdo, los clientes de BM Supermercados y Super Amara consiguen descuentos, para el abono anual de socio del club.

- *Deporte y hábitos saludables*

Además de los acuerdos con los clubes, en 2022, hemos estado presentes en otra serie de actividades con participación popular 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, aportamos bolsas de avituallamiento para los participantes (con barritas energéticas, agua, frutas...); colocamos hinchables y arcos de meta; y producimos material para los eventos (camisetas, viseras...). Durante 2022 se repartieron 96.940 bolsas de avituallamiento.

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

- ✓ FEDERACIÓN DE GOLF - TORNEO DAMAS – MADRID
- ✓ LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ BICIPATINES - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ TORNEO DE FÚTBOL INÉS DE PABLO - PAMPLONA
- ✓ TRAIL PICOS DE EUROPA - POTES (CANTABRIA)
- ✓ CAMPUS FÚTBOL INFANTIL - MAJADAHONDA, EIBAR, ATHLETIC CLUB BILBAO
- ✓ NIGHT MARATÓN BILBAO
- ✓ CARRERA NORTE- SUR MADRID
- ✓ MEDIA MARATÓN: SAN SEBASTIÁN, VITORIA-GASTEIZ
- ✓ CLÁSICA SALTO SAN SEBASTIÁN
- ✓ CARRERA SANTURCE A BILBAO
- ✓ CARRERA BILBAO-ARENAS
- ✓ CARRERA DE LAS AFICIONES MADRID

- ✓ CARRERA UPV SAN SEBASTIÁN
- ✓ SAN SILVESTRE: HONDARRIBIA, SAN SEBASTIÁN, LAS ROZAS, TORRELODONES, BILBAO, GALDAKAO Y ERRETERIA
- ✓ FORTUNA (TENIS DE MESA) - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ LENGOKOAK FUTBOL TALDEA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ MARATÓN SAN SEBASTIÁN - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ TORNEO SOLIDARIO DE GOLF A FAVOR DE LA FIBROSIS QUÍSTICA - ANDOAIN
- ✓ CARRERA DE CASCABELES POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA CON LA ONCE - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ BIZIKLETADA SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD SAN SEBASTIÁN
- ✓ CARRERA CONTRA EL CÁNCER AFC - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- ✓ “DÍA DE LOS SENDEROS DE BURDUNTZALDEA” –LASARTE-ORIA
- ✓ TORNEO IZAR LEKU DE GIMNASIA RÍTMICA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN

8.1.4 *Banco de Alimentos*

Nuestra colaboración con los Bancos de Alimentos es un compromiso en el que estamos volcados desde hace más de diez años que cumple dos grandes Objetivos de Desarrollo: por un lado, un apoyo a los colectivos con dificultades para acceder a la alimentación, una responsabilidad clave y fundamental, hoy día ineludible, para el sector de la alimentación. A través de esta colaboración, destinamos desinteresadamente un volumen diario de productos que nos han llevado a convertirnos en uno de los principales donantes de alimentos de Gipuzkoa -donde se ubican dos plantas logísticas- y 59 supermercados.

Y por otro lado, este compromiso es una actuación clave en sostenibilidad y economía circular. Impacta en la mejora de la alimentación de colectivos en riesgo de exclusión, y en el objetivo del grupo de reducir el desperdicio alimentario. Esto es posible gracias al sistema de gestión de residuos del Grupo Uvesco, un sistema transversal que implica desde el área de Logística hasta el personal de tienda y permite la recuperación de aquellos productos de alimentación, que están en condiciones de consumo óptimas, pero no se encuentran a la venta y que se destinan a los Bancos de Alimentos, para cubrir necesidades básicas de familias desfavorecidas.

Este año, el programa “Último minuto” desarrollado en nuestros establecimientos Super Amara, ha sido reconocido por la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Banco de Alimentos, en el marco de la Semana Europea del Desperdicio, por tratarse de una iniciativa que cumple un doble objetivo sostenible: ayudar a personas desfavorecidas en concreto a más de 20.000 familias, y reducir el desperdicio alimentario a través de la gestión del programa de caducidades. Es la segunda vez que la Diputación hace un reconocimiento al Grupo Uvesco tras el año 2019, en esa ocasión por la incorporación a las donaciones del producto perecedero, favoreciendo tanto el aprovechamiento como el volumen de donaciones.

Las entregas diarias de productos al Banco de Alimentos suman un total de 566 toneladas de alimentos.

Por otra parte, año tras año colaboramos en las campañas de Gran Recogida que organizan los Bancos de Alimentos a través de la cesión de los espacios de nuestros supermercados, en todas las zonas, reforzando nuestro apoyo a este colectivo. Tras dos

años, en los que estas campañas se han desarrollado a través de donativos económicos (ante las limitaciones de la pandemia para la recogida de productos), en 2022 hemos recuperado nuevamente las aportaciones en forma de producto.

En estas campañas cedemos el espacio de las tiendas, la logística de la recaudación, y además, tenemos el compromiso de aportar un 7% en producto de las aportaciones de los clientes. En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2022 hemos recibido 569.754 euros y 339 toneladas aportados por la ciudadanía que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

- Campaña Mayo: 160.417 euros bonos+ 96.951 kg.

Donación 7% Uvesco= 11.229 euros+6.786 kg

- Campaña Noviembre: 409.337 euros bonos+242.978 kg.

Donación 7% Uvesco= 28.653 euros+17.008 kg

La suma total de aportaciones del Grupo Uvesco a los bancos de Alimentos en 2022 (aportaciones diarias + aportaciones en campañas) asciende a: 607 y 477 toneladas de alimentos en todo 2022 y de abril a diciembre 2022, respectivamente.

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.

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

El Grupo Uvesco tiene tres canales principales de comunicación: telefónico, a través de WhatsApp y en la página web (www.bmsupermercados.es). Mediante estos canales se recogen peticiones de información, solicitudes, quejas, y sugerencias.

Periodo	Llamadas	Whatsapp	Web
2022	49.628	27.408	5.834
04/2022 - 12/2022	37.591	20.033	2.848

El reparto del total de los contactos se resume en el siguiente gráfico:



Del mismo modo, durante la pandemia se estableció el servicio TeleBM, que permitía a las personas mayores hacer su compra por teléfono. Este servicio se ha mantenido en los años posteriores, y a pesar de que el número de solicitudes que se reciben van menguando, durante 2022 se atendieron un total de 3.394 llamadas (2.592 en el periodo abril-diciembre), que dieron lugar a 2.017 pedidos (1.465 en el periodo abril-diciembre).

En el ejercicio 2022, no se ha registrado ningún incumplimiento de las normativas relativas a los impactos en la salud y seguridad de los productos/servicios.

PORCENTAJES

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 redundará 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 2022, un total de 16.524 familias numerosas adheridas a este programa de descuentos consiguió un ahorro total de 1,6 millones de€ (1,1 millones de euros de abril a diciembre 2022).

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 Uvesco y del que forman parte un total de 2.831 personas. En este caso, no solo se apoya la economía de un sector con un gasto mayor, por el consumo de productos específicos para intolerantes al gluten, sino que, además, se favorece a un colectivo con dificultades para disponer de un surtido a su medida en el mercado, 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 360.000 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.

8.3 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.

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 culturales y deportivos	Asociaciones y Colectivos	Familias Numerosas	Total
2022 (04-12)	911.275	601.095	1.113.489	2.625.859
2022	1.109.345	812.453	1.590.699	3.512.498

Dentro de los eventos culturales y deportivos se entienden todos aquellos patrocinios de carreras, fiestas populares, conciertos, etc. en los que Uvesco participa. En las donaciones a las asociaciones y colectivos, por el contrario, se entienden las donaciones a las diferentes ONG y asociaciones sin ánimo de lucro (Cruz Roja, Unicef, AECC, descuentos para celiacos, etc.) con las que Uvesco colabora. Por último, dentro del apartado de familias numerosas se entiende el descuento del 5% que se hace en todas las compras a este colectivo.

Valor Distribuido (Millones €)						
	Salarios y beneficios sociales	Proveedores Locales	Inversión en la comunidad	Proyectos de expansión I+D	Pagos por Impuesto sobre Beneficios	Pagos a la administración
abril-diciembre 2022	143,2	168,0	2,6	29,7	2,1	79,9
2022	192,5	243,0	3,5	35,2	2,1	106,2

El beneficio después de impuestos del Grupo Uvesco del ejercicio 2022 ascendió a –16.142 miles de euros.

Anexo. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018.

Ámbitos generales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia (Apartado)	Comentarios/ Razón de la omisión
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio: Entorno empresarial Organización y estructura Mercados en los que opera Objetivos y estrategias Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición GRI 2-23 Compromisos y políticas	2. Modelo de Negocio	
Políticas y resultados de estas políticas	Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	4. Gestión del riesgo	
Principales riesgos e impactos identificados	Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	4. Gestión del riesgo	

Cuestiones medioambientales

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.1 Identificación de impactos	
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Criterio interno/GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades		
	Recursos dedicados a la			

Contaminación	prevención de riesgos ambientales	derivados del cambio climático (Criterio contable)		
	Aplicación del principio de precaución	GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)		
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados	5.4 Economía y Gestión de residuos	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.4 Economía y Gestión de residuos	
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua		
	Consumo de materias primas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	
	Consumo , directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	5.3 Transporte sostenible	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos 5.3 Transporte sostenible	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	

	Metas de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.5 Protección a la biodiversidad	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas			

Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	6.1 Empleo	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	6.1 Empleo	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	6.1 Empleo	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	6.1 Empleo	
	Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (Sal. Medio Mujeres – Sal. Medio Hombres)/ Sal. Medio Hombres	6.1 Empleo	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.	6.1 Empleo	
	Remuneración media de los consejeros por sexo		6.1 Empleo	
	Remuneración media de los directivos por sexo		6.1 Empleo	
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.1 Empleo	
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	6.1 Empleo	
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.2 Organización del Trabajo	

	Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	6.2 Organización del Trabajo	
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.2 Organización del Trabajo	
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	6.3 Salud y Seguridad	
Salud y seguridad	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere) Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere)	6.3 Salud y Seguridad	
	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva	6.4 Relaciones Sociales	
Relaciones sociales	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	6.4 Relaciones Sociales	
	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	6.5 Formación y Promoción Interna	
Formación	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.6 Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.7 Igualdad de género	

	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno 7.1 Respeto a los Derechos Humanos	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno 7.1 Respeto a los Derechos Humanos	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.	7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno 7.1 Respeto a los Derechos Humanos	
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 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno 7.1 Respeto a los Derechos Humanos	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	7.2 Lucha contra la corrupción y el soborno	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	7.2 Lucha contra la corrupción y el soborno	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social	

Información sobre la sociedad

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores
	Relaciones mantenidas con los actores de las	GRI 3-3 Gestión de los	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo

	comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	temas materiales	Sostenible y Gestión de Proveedores	
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas		
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas			
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.2 Consumidores la responsabilidad en la Alimentación	
	Sistemas de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos		
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora		
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	8.3 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social	
	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país		
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		