

**Uvesco**  
en sociedad



2019

# ÍNDICE

	<b>INTRODUCCIÓN DIRECTOR GENERAL</b>	<b>04</b>
<b>01</b>	<b>GRUPO UVESCO</b>	<b>06</b>
	26 años creciendo	08
	Hitos 2019	10
	Cliente: el corazón de Grupo Uvesco	22
<b>02</b>	<b>MODELO UVESCO</b>	<b>28</b>
	La calidad: una visión compartida	29
	Los valores: el ADN de Uvesco	30
	Objetivo: más calidad de vida	32
	Impacto en desafíos globales: objetivos de desarrollo sostenible de Naciones Unidas	36
<b>03</b>	<b>UVESCO HUMANO</b>	<b>40</b>
	Un gran grupo de personas... y creciendo...	41
	Empleo de calidad y estabilidad	44
	Comprometidos con nuestro entorno: programas de integración	48
	Formación y promoción interna	54
<b>04</b>	<b>UVESCO LOCAL</b>	<b>66</b>
	Producto local: un compromiso transversal	67
	Carne de aquí. Pesca de aquí. Fruta y verdura de aquí	70
	La responsabilidad en la alimentación	80
<b>05</b>	<b>UVESCO SOCIAL</b>	<b>88</b>
	Apoyo a la cultura y la vida social	92
	Convenios con colectivos	98
	Apoyo al deporte y patrocinios	100
	Con las familias y las personas intolerantes al gluten	112
	20 años con los Bancos de Alimentos	120
	Otras iniciativas solidarias	126
<b>06</b>	<b>UVESCO SOSTENIBLE</b>	<b>128</b>
	Eficiencia energética	130
	Transporte sostenible	140
	Gestión de residuos	144

Edición  
Enero 2020



Esta publicación se ha impreso en papel 100% reciclado, sin cloro ni blanqueadores.

## NUEVOS RETOS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL



Director General  
José Ramón Fernández  
de Barrena Bermejo

Hemos dejado atrás una década, en la que en el sector del Gran Consumo ha atravesado una situación económica y social difícil. Sin embargo, año tras año, esta etapa se ha ido estabilizando y en 2019 ha dibujado un nuevo marco sobre el que definir las estrategias de futuro.

En esta coyuntura, nos encontramos con un nuevo tipo de consumidor, más concienciado y con nuevas necesidades y demandas. Un consumidor, que elige una alimentación de calidad y busca realizar una compra racional -priorizando alimentos saludables, que cuidan su bienestar-. Un consumidor, asimismo, preocupado por el desperdicio alimentario, la sostenibilidad y la responsabilidad individual y colectiva (como cliente y respecto a las marcas en las que confía).

Se trata de un contexto, que marca nuevas tendencias en el sector y que encaja, perfectamente, con el modelo original de Grupo Uvesco -confirmándonos que seguimos trabajando, en la dirección correcta-.

El modelo Uvesco nos ha permitido un crecimiento continuado, desde nuestro origen, hasta nuestros días (con una media de ocho nuevas aperturas por año, incluso en los años de recesión). Esto ha sido posible, por una cuestión de responsabilidad. Porque hemos estado enfocados en proyectos de calidad -sostenibles y rentables-, siempre con la idea de seguir replicando nuestro modelo de establecimientos, con la alimentación excelente como máxima, y confiando en las personas, a través de la generación de empleo de calidad.

El compromiso con la calidad se encuentra en nuestro ADN. Este compromiso nos ha permitido marcar el rumbo de nuestra evolución y, al mismo tiempo, adoptar una posición responsable, con nuestro entorno y con las personas. Somos la primera empresa de distribución, que firma un acuerdo, para que el consumo de energía eléctrica sea de origen 100% renovable; invertimos tres millones de euros en la formación de nuestros profesionales; trabajamos con más de cuatrocientos ganaderos y agricultores locales y, cada año, crecen nuestros acuerdos con asociaciones y clubes deportivos. El resultado de toda esta actividad comprometida se traduce en que hemos superado los 5.000 empleados y los 773 millones de facturación. Podemos sentirnos orgullosos, un año más, de mantenernos como el supermercado de referencia para nuestros clientes.



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 área de actuación se encuentra en el País Vasco, Cantabria, Navarra, La Rioja, Madrid y Ávila (donde está presente con 236 establecimientos propios y 4 plataformas logísticas).

Opera en el mercado, bajo la enseña “BM Supermercados” -que se encuentra plenamente desarrollada, en todas sus zonas de implantación- y junto a la enseña “SUPER AMARA” -con presencia exclusiva en Gipuzkoa-.

El inicio de Grupo Uvesco se sitúa en el año 1993, tras la unión de dos empresas familiares del sector del Gran Consumo, 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. Las dos empresas, que van de la mano en la formación de Grupo Uvesco, son: Unialco (con sede en Gipuzkoa y con experiencia, desde 1968) y VES (con sede en Cantabria y una de las primeras empresas de distribución, fundada en 1905).

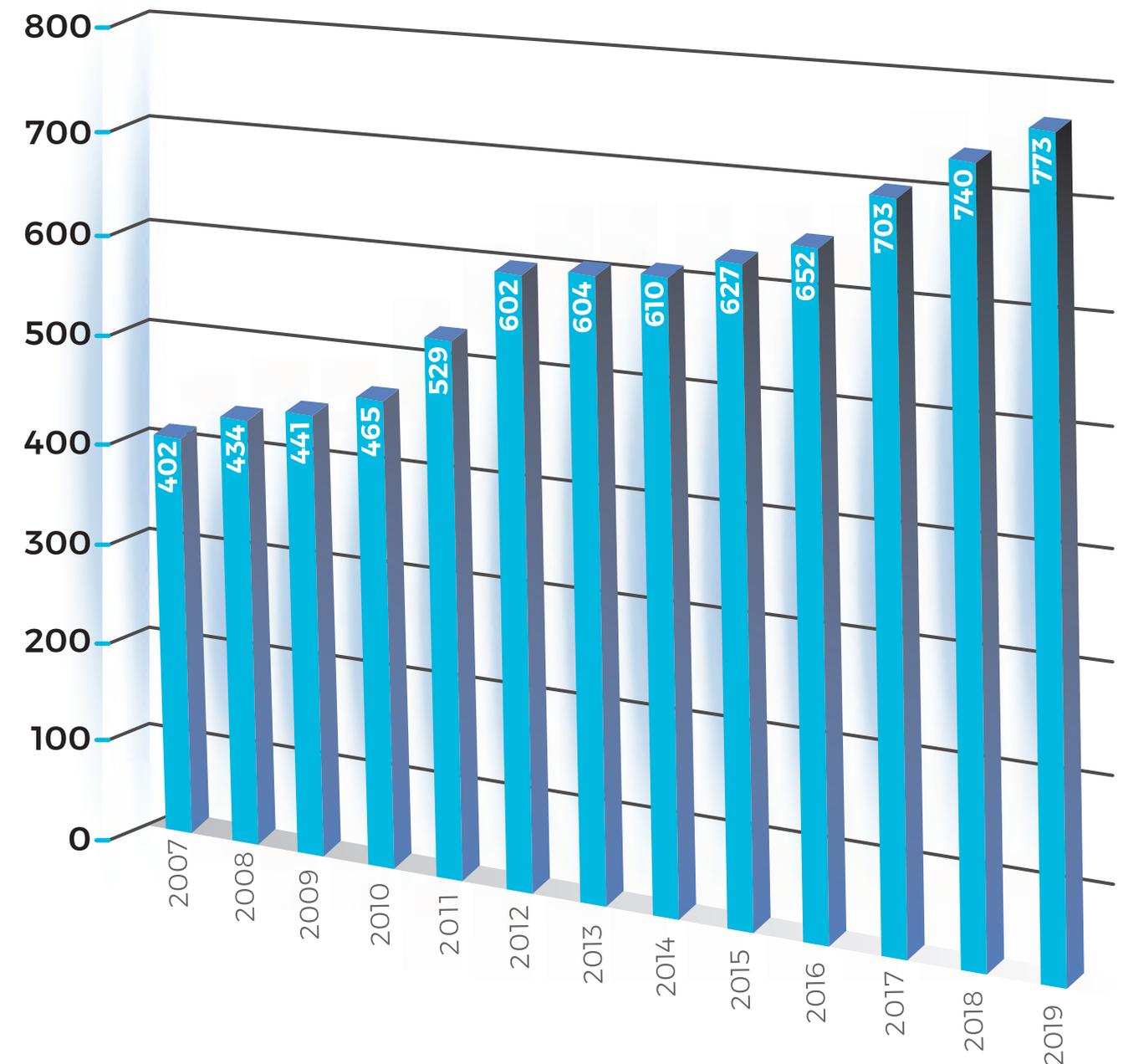
Los puntos en común de ambas entidades y su afán por crecer les lleva a consolidar el modelo Uvesco, en sus zonas de origen -Gipuzkoa y Cantabria- y a afianzar sus plataformas logísticas. En los siguientes años, amplían su área de influencia a las provincias de Bizkaia, Álava y Navarra; y, recientemente, a La Rioja, Madrid y Ávila -a través de aperturas y adquisiciones-. Este recorrido ha llevado a Grupo Uvesco a convertirse en un grupo sólido, con proyección de futuro y referente en la compra de muchos consumidores.

## 26 AÑOS CRECIENDO

- 1993** **CREACIÓN DEL GRUPO UVESCO**  
La empresa guipuzcoana Unialco y la cántabra VES, unidas por un mismo punto de vista sobre la gestión comercial, forman Grupo Uvesco. Inician su expansión, en el norte de la Península (País Vasco, Navarra y Cantabria).
- 2001** **TARJETA CLIENTE**  
Nace la Tarjeta de Fidelidad de Cliente, con el fin de dar un soporte al modelo de excelencia, en el servicio de las tiendas de Grupo Uvesco.
- 2011** **CONSOLIDACIÓN EN BIZKAIA**  
Fruto del esfuerzo en la búsqueda de oportunidades, Grupo Uvesco da un paso trascendental, con la compra de la cadena Ercoreca de Bizkaia, que suma más de 50 supermercados en Bizkaia.
- 2013** **UNIFICACIÓN DE ENSEÑAS**  
Se unifican las diferentes enseñas del Grupo, bajo la enseña "BM" -a excepción de "SUPER AMARA", en Gipuzkoa-. A su vez, se distinguen, en función de su tamaño y surtido, en "BM Complet" y "BM Urban". Ese mismo año, se da el salto a la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- 2014** **PLANTA LOGÍSTICA DE IRUN (GIPUZKOA)**  
Con una superficie de 9.000 m<sup>2</sup> y una inversión de 12,5 millones de euros, se abre una nueva plataforma logística en Irún (Gipuzkoa). Ésta amplía la capacidad de Grupo Uvesco, para suministrar producto fresco y permitir el desarrollo de la empresa.

- 2015** **TIENDA ONLINE Y FRANQUICIA "BM SHOP"**  
Se da el salto a la digitalización, con la puesta en marcha de la tienda online y la introducción de tecnología en tienda. Asimismo, nace el modelo de franquicia "BM Shop", que permite abrir nuevos mercados y ámbitos comerciales.
- 2016** **PLANTA LOGÍSTICA SÁMANO (CANTABRIA)**  
Se pone en marcha la mayor planta logística de producto fresco del Grupo, en Sámano (Cantabria). Con una superficie de 21.000 m<sup>2</sup> y una inversión de 31 millones de euros, permite optimizar el trabajo, la especialización en el producto fresco y la expansión del Grupo.
- 2017** **ENTRADA EN MADRID Y ÁVILA**  
Se inicia una nueva etapa, con la entrada en la Comunidad Autónoma de Madrid y Ávila, que permite abrir un nuevo mercado y el desarrollo del modelo "BM", en el centro de la Península.
- 2019** **MÁS DE 100 SUPERMERCADOS EN BIZKAIA**  
Grupo Uvesco adquiere 11 supermercados al Grupo Auchan en Bizkaia, que permiten su asentamiento definitivo en esta provincia -donde tiene su principal desarrollo, en número de tiendas-.

## FACTURACIÓN GRUPO UVESCO 2007-2019



## HITOS 2019



### +100 supermercados en Bizkaia

Grupo Uvesco dio un paso más, en su crecimiento y consolidación en la provincia de Bizkaia, a través de la compra de 11 establecimientos, anteriormente del grupo Auchan. La incorporación de estas tiendas al Grupo le permite situarse en la cifra histórica de 100 tiendas propias en Bizkaia y un equipo formado por 1.800 personas -siendo ésta la provincia con mayor presencia de la cadena, tanto en establecimientos como en equipo humano-.

Las once nuevas tiendas se sitúan en las localidades de Bilbao, Barakaldo, Portugalete y Santurtzi.

La operación también ha contemplado un acondicionamiento de las tiendas, el incremento del surtido -en un 25%- y la formación del personal de tienda, 309 empleados, procedente en su totalidad de la plantilla anterior. A lo largo de 2020, se realizará una reforma más profunda, para adaptar estas tiendas a un modelo de tienda eficiente y acorde a BM, para lo que destinará una inversión superior a 5 millones de euros.

11 Nuevas tiendas

309 Nuevos empleados

^ 25% surtido

> 5M€ inversión en 2020

## Aperturas y reformas

### NUEVOS ESTABLECIMIENTOS

- 1 - Cantabria
- 1 - La Rioja
- 4 - Madrid
- 11 - Bizkaia

### REFORMAS Y AMPLIACIONES

- 3 - Gipuzkoa
- 1 - Álava
- 1 - Bizkaia

### CRECIMIENTO EN SUPERFICIE COMERCIAL

16.611 m<sup>2</sup>

## Grupo Uvesco, en números

En 2019, Grupo Uvesco realizó una inversión de 30,6 millones de euros, para el desarrollo de sus planes de expansión. Estas actuaciones le han permitido cerrar el año, con una facturación de 773 millones (neto de IVA), un incremento del 4,5%.



INVERSIÓN

30,6M€

FACTURACIÓN

773M€ (neto de IVA)

∧ 4,5%

### ESTABLECIMIENTOS POR PROVINCIAS

- **Gipuzkoa:** 56 supermercados BM / SUPER AMARA, 39.762 m<sup>2</sup>
- **Bizkaia:** 100 supermercados BM, 65.567 m<sup>2</sup>
- **Álava:** 7 supermercados BM, 7.367 m<sup>2</sup>
- **Cantabria:** 25 supermercados BM, 16.731 m<sup>2</sup>
- **Navarra:** 24 supermercados BM, 22.802 m<sup>2</sup>
- **La Rioja:** 5 supermercados BM, 5.469 m<sup>2</sup>
- **Madrid:** 16 supermercados BM, 13.147 m<sup>2</sup>
- **Ávila:** 2 supermercados BM, 1.374 m<sup>2</sup>

## Nuevas tecnologías

### App "BM Supermercados"

Los clientes de BM Supermercados tienen a su disposición una aplicación móvil, que les permite acceder a las ventajas de la Tarjeta BM, de forma rápida y cómoda: recibir bonos de descuento, hacer listas de la compra y acceder a la tienda online. Una de las ventajas más destacadas es que desde su puesta en marcha, en 2017, ha supuesto una importante reducción de papel, al eliminar la emisión de vales y bonos en la tienda, alineándose con la política de sostenibilidad de Grupo Uvesco.

En el año 2019, esta aplicación ha seguido creciendo con nuevas mejoras y servicios, como la integración de imágenes en los vales de regalo y la ampliación del envío de promociones, reduciendo, de esta forma, el envío a domicilio por carta tradicional. Todo ello ha hecho que se incremente el número de comunicaciones enviadas, que han permitido a este medio de comunicación seguir creciendo y ganando peso entre los clientes de BM Supermercados. Uno de los datos, que confirma la buena acogida y funcionamiento de este servicio, es que se han registrado una media de 5.200 aperturas diarias de la app, por parte de los clientes.

Con todo, en 2019, la app de BM Supermercados, junto a la app de SUPER AMARA, han superado los 65.000 usuarios, con el objetivo claro de seguir ampliando el número de clientes, mejorando su usabilidad e incorporando nuevos servicios, que esta aplicación pueda ofrecer.

MEDIA DE APERTURAS DIARIAS

**5.200**

NÚMERO DE USUARIOS

**+ 65.000**



### I+D+i en el punto de venta

Nos encontramos en un momento disruptivo, en el que las nuevas tecnologías van a facilitar los procesos de trabajo y la relación con el cliente. En los últimos años, Grupo Uvesco ha introducido mejoras tecnológicas, en todos los establecimientos, que facilitan que la actividad de los trabajadores sea

más eficiente y que ofrecen ventajas para los clientes -contribuyendo a mejorar la calidad de vida de todas las personas, que interactúan en el acto de la compra: con un mejor servicio y una compra más cómoda-. Algunas de las mejoras más notables han sido:

**Tablets y dispositivos digitales para la gestión de tienda**, que ofrecen agilidad en el trabajo, son más dinámicos y reducen el uso de papel, en las labores administrativas.

**Introducción de wifi abierto**, en todos los puntos de venta.

**Sistema de pago por “contactless”**, que mejora la experiencia de compra del cliente.

**“Shop and Go”** en determinados puntos de venta, con el fin de seguir introduciendo comodidades para el cliente -que puede realizar su compra en tienda y recibirla y abonarla, después, en su domicilio sin esfuerzo-.

**“Click and Collect”**. Servicio de punto de recogida en tienda, que mejora la experiencia de compra (sobre todo, la relacionada con la compra online).



## Tienda online

**+ 35% respecto al año anterior**

Grupo Uvesco apuesta por explorar nuevos formatos de venta, con el propósito de seguir la expansión de su negocio y descubrir nuevas oportunidades, que el mercado ofrece. En este sentido, uno de los retos que se ha planteado, en los últimos años, es el comercio online -que, aunque aún representa el 1% en el sector de la gran distribución, se va consolidando con fuerza-. Grupo Uvesco puso en marcha su tienda online en 2016, con la enseña “BM” (compartida con “SUPER AMARA”, en Gipuzkoa), con el objetivo de trasladar su modelo de supermercado tradicional al nuevo canal, acceder a nuevas zonas y dar respuesta a esta nueva tipología de clientes, que busca hacer la compra, desde donde quiera y cuando quiera, a través de dispositivos digitales.

Actualmente, es accesible desde las principales localidades de las provincias, donde el Grupo tiene presencia. Asimismo, se sigue trabajando en ampliar el servicio, a medida que el Grupo sigue creciendo. De esta forma, en 2019, se ha dado un paso más, abriendo servicio a nuevas zonas de la Comunidad de Madrid -con la intención de apoyar la expansión del Grupo en Madrid, ofreciendo este servicio a los clientes-. Junto a la tienda online, también se ha introducido el **sistema “Click and Collect”** (la posibilidad de recogida en tienda, para que el cliente pueda hacer el pedido, desde donde y cuando quiera, y pasar a recogerlo, en el momento que más le convenga).

Este mismo año, además, se ha abierto la tienda “BM Online” en Logroño. Desde aquí, además de servir en la capital, se llega a algunos pueblos colindantes (Lardero, Nalda, Alesanco, Viana, etc).





En paralelo a la expansión del servicio online, se ha trabajado en mejorar la experiencia de compra en la propia página, llevando a cabo diferentes desarrollos. Se ha habilitado la opción de ordenar los productos por "Tus más comprados" -mediante la cual, se presentan primero los productos que el cliente más compra, lo que hace que la experiencia mejore, considerablemente-. Se han añadido mejoras en la funcionalidad de las listas de la compra, se ha ampliado el surtido (introduciendo Parafarmacia) y se han añadido nuevas categorías de producto, para facilitar la búsqueda de los mismos.

Además, se ha realizado un esfuerzo considerable en mejorar el "Back-Office" de la plataforma. Se ha cambiado la arquitectura, en la que se sustenta la página, lo que va a permitir realizar desarrollos de manera más eficaz y conectar la TOL con diferentes aplicaciones.



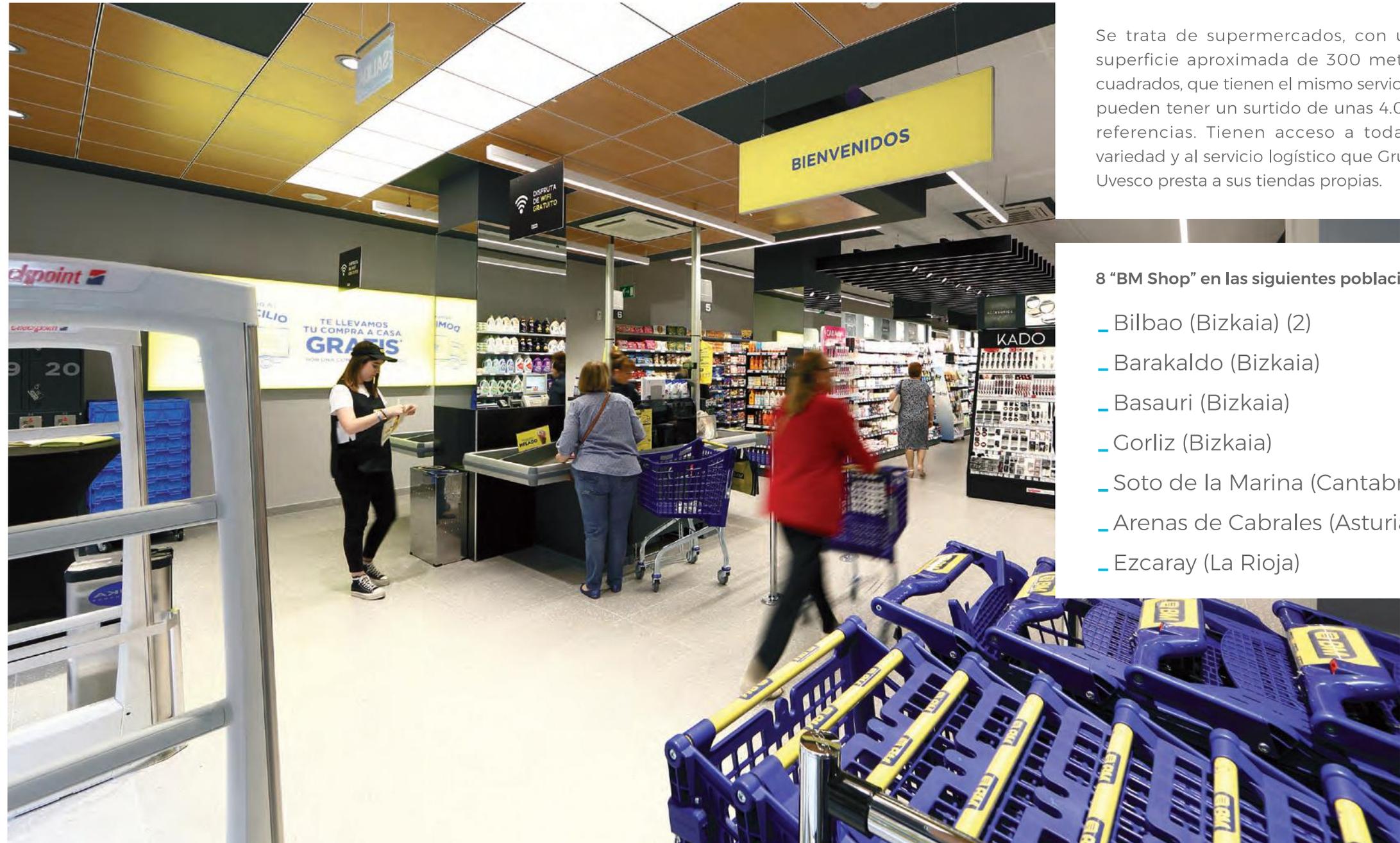
## Mejoras 2019

- Expansión de la TOL a Madrid y La Rioja
- Crecimiento +35%
- Repetición de compra: 52%

## Franquicia “BM Shop”

El modelo de franquiciado de BM Supermercados, 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 nivel de satisfacción en sus negocios. Para Grupo Uvesco, se trata de una fórmula, que le permite trasladar el modelo BM a poblaciones pequeñas o barrios, donde no tiene cabida otro formato de establecimiento. Asimismo, para los dueños de estos negocios, es una oportunidad de emprender, de la mano de un grupo líder en distribución.

A estos emprendedores, Grupo Uvesco les acompaña en todo el proceso de creación de la franquicia, dando apoyo en materia de asesoramiento financiero -gracias a los acuerdos que el Grupo tiene con diferentes entidades, para ofrecer condiciones preferentes a sus franquiciados-, y ayudándoles en el plan de viabilidad del negocio y en los seguros.



Se trata de supermercados, con una superficie aproximada de 300 metros cuadrados, que tienen el mismo servicio y pueden tener un surtido de unas 4.000 referencias. Tienen acceso a toda la variedad y al servicio logístico que Grupo Uvesco presta a sus tiendas propias.

### 8 “BM Shop” en las siguientes poblaciones:

- Bilbao (Bizkaia) (2)
- Barakaldo (Bizkaia)
- Basauri (Bizkaia)
- Gorliz (Bizkaia)
- Soto de la Marina (Cantabria)
- Arenas de Cabrales (Asturias)
- Ezcaray (La Rioja)

## CLIENTE: EL CORAZÓN DE GRUPO UVESCO



Referente de compra  
para el cliente

El cliente se encuentra en el centro de todas las decisiones de Grupo Uvesco. Por lo tanto, todos los procesos, que conlleva la gestión de la distribución del Grupo, se abordan desde un modelo de calidad, de una forma transversal y coordinada y con un denominador común: ser referente de compra para sus clientes.

Todas las acciones que se desarrollan desde los diferentes ámbitos de la actividad comercial finalizan en el proceso de compra: la selección y relación con proveedores, los procesos logísticos, la gestión del surtido, la exposición en el punto de venta y, finalmente, la atención personal de sus profesionales. La correcta gestión de los diferentes agentes que interactúan en Grupo Uvesco es lo que diferencia a las tiendas del Grupo de otras cadenas y lo que le permite ganar la confianza del cliente.

Y la clave de todo ello, lo que hace que toda la actividad siga la misma dirección, está en escuchar y saber dar respuesta a las necesidades y prioridades del consumidor.

BONOS DESCUENTO  
**5.593.270€**

VALES DESCUENTO Y REGALOS  
**9.074.979€**

TOTAL BENEFICIO ECONÓMICO  
**14.668.249€**

TARJETA BM  
**663.533**  
 clientes

TARJETA SUPER AMARA  
**65.510**  
 clientes

BONO DESCUENTO

Tarjeta: 000

**12,22 €**

A descontar en una sola compra  
 antes del: 07/05/2018

9495210112223  
 SUPER AMARA

La base de Grupo Uvesco se centra, por lo tanto, en desarrollar un modelo de calidad, que refleje las necesidades del consumidor; con supermercados pensados para una compra fácil, un surtido muy variado y a medida, referencias específicas de cada zona, productos frescos de calidad y procedencia local y, especialmente, una atención directa y personalizada con profesionales cualificados. Además, un factor diferenciador de sus establecimientos son las secciones atendidas, en carnicería, charcutería y pescadería -donde el cliente decide no solo su compra, sino también cómo quiere que se la preparen, contando siempre con la total confianza

de personas, que pueden ayudarle y aconsejarle en su compra-

Por lo tanto, la capacidad de elección del cliente es fundamental. Esto hace que el surtido de los establecimientos del Grupo se encuentre en continua actualización, contemplando las últimas novedades del mercado y, sobre todo, productos de primeras marcas y de calidad. Una gran apuesta, con el fin de que sus clientes cuenten siempre con todo lo necesario y puedan elegir entre las más de 15.500 referencias de alimentación y droguería del surtido, de las que un 92% son marca de fabricante.

### Ventajas para el cliente

El cliente de los supermercados del Grupo cuenta, entre otras ventajas, con un programa de descuentos y regalos -del que puede beneficiarse, a través de la utilización de una **Tarjeta de Cliente**-. Esta tarjeta, que ha cumplido ya 19 años de funcionamiento, cuenta con una **penetración de ventas del 85%** (una de las más altas del sector del gran consumo y que refuerza la confianza depositada por los compradores).

Con la tarjeta de fidelización, Grupo Uvesco pone el acento, una vez más, en el cliente, en las personas que confían su alimentación a BM y SUPER AMARA. **Las personas, que se suman a este programa cuentan, periódicamente, con ofertas especiales, descuentos directos, regalos, bonos de descuento...** en definitiva, ventajas para la compra, adaptadas a las necesidades de cada cliente.

La expansión del Grupo, con la apertura de nuevos supermercados BM, supone cada año un crecimiento en el número de clientes fieles. Clientes, que, en el último año, se han incrementado especialmente, debido a la adquisición de once supermercados, además de ocho nuevas aperturas. Esto permite poder seguir ampliando el número de ofertas y, también, la segmentación de las mismas, adaptándolas a los diferentes grupos de consumidores.

Por otra parte, también a través del programa de fidelización, Grupo Uvesco ha desarrollado diferentes acuerdos especiales con colectivos, empresas y asociaciones del entorno, con ventajas especiales en la compra -que redundan en una mayor calidad en la alimentación, en la salud y, en definitiva, en la mejora de vida de las personas-.



## SAC - SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Motivado por la expansión de la cadena y en el marco de la vocación por ofrecer el mejor servicio al cliente, Grupo Uvesco puso en marcha, en 2019, una plataforma nueva para abordar el Servicio de Atención al Cliente -SAC-, de una forma global y unificada. Este nuevo servicio tiene como objetivo agrupar y canalizar todas las vías de comunicación existentes con el cliente (teléfono, e-mail, página web, chat y correo postal) para ser mucho más eficientes y permitir una mejor gestión, en las consultas recibidas. Así, este servicio permite seguir poniendo el foco en el cliente, escucharle, conocer mejor su opinión, centrarse en sus necesidades, recoger sus inquietudes. En definitiva, dar voz a las personas.

## SAC Servicio de Atención al Cliente

Como mejoras, el SAC permite ampliar las opciones de consulta e integrar los nuevos canales de venta, que tienen cada vez más presencia, como la app y la tienda online. En concreto, estos últimos servicios han sido los que mayor crecimiento han experimentado, en las consultas, a lo largo de 2019.

Tras su reciente puesta en marcha, un 93% de la totalidad de las consultas de clientes recibidas son resueltas, directamente y de manera inmediata, a través del servicio de atención al cliente. Las consultas restantes son derivadas a los departamentos correspondientes -por tratarse de incidencias o cuestiones, a resolver en otras áreas de la empresa-.

### Presenta tres características:

#### 01 OMNISCANALIDAD

Diferentes canales, para que el cliente pueda dirigirse, de la manera que más le interese: web, e-mail, teléfono o chat. Y, además, con un horario continuo (de 9 a 21 horas, de lunes a viernes, y de 9 a 14 horas, los sábados).

#### 02 TRAZABILIDAD

Permite el seguimiento de cada uno de los contactos y detectar los flujos de comunicación con cada cliente, de manera individualizada y personalizada, para mejorar la relación y asegurar la satisfacción del cliente. En este sentido, también se ha introducido, como mejora, el seguimiento de las consultas a través de encuestas, con el objetivo de medir el grado de satisfacción de las respuestas obtenidas.

#### 03 CALIDAD EN EL SERVICIO

Dar un mejor servicio al cliente. Un servicio más completo, más directo y de mayor alcance, que supone también una fuente, en la que recoger aportaciones, para la mejora del servicio en los supermercados.

## LA CALIDAD: UNA VISIÓN COMPARTIDA

Los tres pilares que marcan el modelo de Grupo Uvesco son: la amplitud de surtido, el producto fresco y el servicio al cliente. Se trata de un modelo, por el que el grupo ha apostado desde su origen y que ha defendido, a lo largo de su trayectoria, frente a otros modelos y tendencias, que marcaba el mercado.

Esta apuesta le ha permitido un crecimiento, incluso en los años de crisis -con una media de ocho aperturas cada año- y la confianza de sus clientes -cada vez, más numerosos-.

Esta visión es compartida por todas las personas que forman Grupo Uvesco. Personas comprometidas, con una misma vocación -orientada al servicio al cliente- y que tienen como objetivo común, el

desarrollo de una gestión comercial de calidad, basada en los mismos pilares y criterios comerciales.

Solo a través de la visión compartida sobre los pilares y bases de la empresa, desde las diferentes áreas que forman el Grupo, es posible realizar una gestión eficiente y con resultados positivos, en el balance general de la empresa. Esta visión, además, hace que toda la actividad que desarrollan las diferentes áreas de la empresa tenga un sentido único y que, por tanto, genere impactos positivos y de calidad en la sociedad.

## LOS VALORES: EL ADN DE UVESCO

Los pilares de Grupo Uvesco -surtido, producto fresco y servicio- son los que, finalmente, marcan toda la actividad de las diferentes áreas y, por lo tanto, son los valores diferenciales del Grupo, respecto a otras fórmulas comerciales del sector.

Estos valores se encuentran en el ADN del Grupo, forman parte de su origen y le permiten desarrollar una actividad comercial de calidad, ofrecer un servicio Premium al cliente y, además, desarrollar un crecimiento sostenible, responsable y eficiente.

### 01 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.

### 02 CERCANÍA CON AGENTES SOCIALES

A través de numerosos acuerdos, con asociaciones y agentes del entorno próximo a los puntos de venta, que le permiten una posición de supermercado de cercanía y confianza.

### 03 CAPACIDAD DE ELECCIÓN

Apuesta por la capacidad de elección del cliente, a través del surtido de 15.500 referencias de primeras marcas, la variedad de ofertas, descuentos y ventajas -con el fin de reducir el gasto de la compra y donde el consumidor es el protagonista-.

### 04 CALIDAD DEL EMPLEO

Vocación por mantener la calidad y permanencia en el puesto de trabajo, invirtiendo en formación de sus trabajadores y en beneficios sociales. Todo ello repercute en la excelencia del servicio.

### 05 INNOVACIÓN

Adaptación a las nuevas tecnologías -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.



## OBJETIVO: MÁS CALIDAD DE VIDA

El compromiso con sus valores y la visión compartida de la calidad ha permitido la consolidación de Grupo Uvesco, en sus áreas de actuación, y su expansión, a lo largo de los años. Al mismo tiempo, le ha permitido establecer vínculos con su entorno y con otros agentes sociales, que tienen una doble función. Por un lado, son fundamentales para la gestión y desarrollo del modelo Uvesco y por otro, estos vínculos

le han permitido actuar como agente activo, participativo y responsable de la actividad socioeconómica.

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, generando impactos positivos en los siguientes ámbitos:

Una alimentación sana

Unos hábitos de vida saludables

El empleo de calidad

El desarrollo sostenible

**“Calidad de Vida: Conjunto de condiciones que contribuyen a hacer la vida agradable, digna y valiosa”.**  
(Def. RAE)



## Distribución del impacto económico

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

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

### VALOR DISTRIBUIDO

**150** M€

Salarios y beneficios sociales

**193** M€

Proveedores locales

**3** M€

Inversión en la comunidad

### INVERSIONES

**30,6** M€

en proyectos de expansión y en I+D

### IMPUESTOS

**75** M€

en pagos a las Administraciones



## IMPACTO EN DESAFÍOS GLOBALES: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS

Cada impacto de la actividad de Grupo Uvesco en su entorno, se encuentra enmarcado en una Estrategia de Responsabilidad Social, desarrollada con el fin de tomar conciencia de su compromiso y su papel como agente social y, al mismo tiempo, implementar esta reflexión de forma interna entre los agentes y personas que forman parte del Grupo.

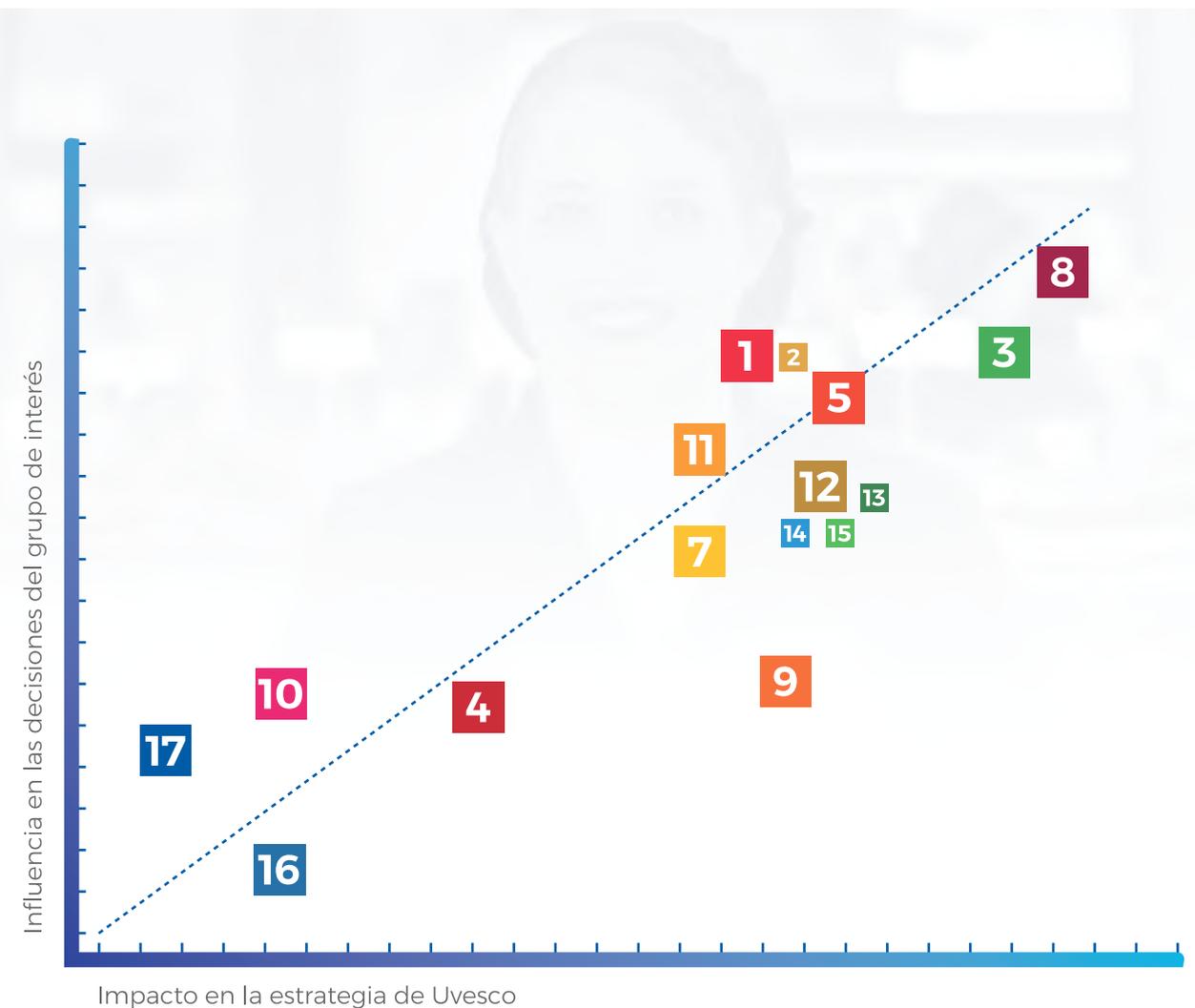
Para la elaboración de esta estrategia, se han tomado como referencia los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por Naciones Unidas en 2015, que marcan los ámbitos de impacto social, en los que hay que mejorar o intervenir, a nivel mundial, para conseguir un mundo más justo. Grupo Uvesco ha analizado cuáles de estos ODS son prioritarios para la entidad -teniendo en cuenta el impacto en la estrategia y la importancia que tienen para sus grupos de interés-.

De esta forma, **se han detectado siete objetivos de desarrollo (ODS), donde la entidad tiene un impacto mayor, a través de su actividad.** Para cada uno de ellos, se han identificado aquellas metas, en las que se centra la estrategia de Responsabilidad Social de Grupo Uvesco. Un compromiso necesario, para que, de la mano de administraciones públicas y entidades sociales, se pueda construir una sociedad más sostenible y justa.



## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

### Impacto sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por Naciones Unidas



## Principales áreas de actuación en las que Grupo Uvesco genera impacto



- Donación a bancos de alimentos.
- Descuentos para familias numerosas.
- Empleo para grupos vulnerables: jóvenes, discapacitados.
- Descuentos para colectivos, con personas dependientes a su cargo.



- Descuentos para personas celíacas.
- Beneficios sociales a empleados.
- Cuidado de la salud de los trabajadores.
- Medidas de ergonomía, picking por voz en almacén.
- Promoción de la alimentación saludable.
- Sensibilización en Prevención de Riesgos, para empleados.
- Renovación total de las oficinas centrales, con mejores condiciones.



- Contratación de mujeres e igualdad de retribución.
- Promoción interna de empleados.
- Medidas de conciliación familiar.
- Detección y apoyo, en casos de violencia de género.
- Participación en "Plan Concilia 30" del Gobierno Vasco.



- Eficiencia energética en tiendas, oficinas y logística.
- Acuerdo para consumo de energía 100% renovable.
- Renovación de iluminación LED, en tiendas y oficinas.



- Estabilidad y calidad, en la remuneración a empleados.
- Descuentos a empleados.
- Formación: Máster de Liderazgo, certificaciones oficiales.
- Impulso a compra local y apoyo en su desarrollo.
- Visión a largo plazo, con proveedores y franquiciados.
- Inversiones I+D+i.



- Implicación con causas locales y solidarias.
- Transporte sostenible.
- Vehículos eléctricos y bicicletas de primera milla.
- Conducción eficiente.
- Coche compartido, para desplazamientos laborales.



- Valorización de residuos.
- Consumo de energía eficiente.
- Reducción de residuos.
- Papeleras selectivas, en tiendas y oficinas.
- Mejoras en el programa de control de caducidades.



## UN GRAN GRUPO DE PERSONAS... Y CRECIENDO...

Grupo Uvesco lo forman las personas. Ellas son el principal valor de la empresa -por tratarse del motor, que permite mantener intactos los valores de calidad y servicio de atención excelente-

El Grupo alcanzó, en 2019, la cifra histórica de **5.121 trabajadores** en plantilla -un gran equipo de personas, que, con su trabajo y aportaciones, mantienen el modelo de calidad y las bases- en las que se asienta la actividad de la empresa.

En cuanto a la creación de empleo, derivada de la expansión del Grupo (seis aperturas y la incorporación de once supermercados en Bizkaia, con la integración del 100% de la plantilla) y de la evolución natural (jubilaciones, etc.), en el último año, se han incorporado un **total de 604 personas nuevas**. Este incremento en la plantilla fortalece al Grupo y

contribuye a la dinamización del tejido económico y social, en las zonas donde se han creado los nuevos puestos de trabajo.

Se trata de personas implicadas, que aportan su experiencia, sus conocimientos y su talento, en el día a día. Por ello, es fundamental para Grupo Uvesco escuchar a las personas de sus equipos, con el fin de conocer sus inquietudes y establecer las pautas necesarias, para conseguir que el empleo sea de calidad. Asimismo, para el Grupo, resulta imprescindible contar con profesionales ilusionados, motivados y con plena satisfacción, en el desempeño de sus tareas.

Los empleados de Grupo Uvesco son la cara visible de la actividad comercial y el canal principal de transmisión de los valores de la empresa a los clientes -consiguiendo, de esta forma, desmarcarse de otras fórmulas de negocio, que existen en el mercado, y siendo referentes en la experiencia de compra de nuestros clientes-

Por todo ello, Grupo Uvesco tiene un compromiso, en el ámbito de la calidad en el empleo, que le lleva a desarrollar diferentes acciones, que promuevan su permanencia, reconozcan su talento y mejoren su estabilidad laboral. Esto lo lleva a cabo a través de la creación continua de nuevos puestos (derivada del crecimiento anual del grupo), contratos estables, programas de formación, beneficios sociales y la apuesta por la integración. Todo ello redundará en una mayor valoración de los empleados de su puesto de trabajo, de pertenencia a un equipo y de su propio desempeño profesional.



Creando empleo;  
cuidando la  
estabilidad

## EMPLEO DE CALIDAD Y ESTABILIDAD

Todas estas acciones permiten a Grupo Uvesco contar con una alta tasa de permanencia y un bajo **índice de rotación del 1,73%**, que refuerzan la satisfacción de las personas, que forman parte de la empresa, y su implicación en el desarrollo de sus tareas.

Para Grupo Uvesco, la calidad en el empleo supone apostar por contratos estables, beneficios sociales y medidas de conciliación. Todo ello, junto a la retribución salarial, logra una estabilidad laboral, para que las personas desempeñen su trabajo, de manera satisfactoria y mejorando cada día. Muestra de ello es que el 49% de la plantilla tiene una antigüedad superior a 10 años y se han jubilado 36 personas durante 2019.



## Reforzando la satisfacción de los trabajadores

En cuanto a los contratos estables, el Grupo apuesta por contratos de larga duración, en los que las personas puedan ser formadas y preparadas, con la idea de tener continuidad en el tiempo. Por tanto, a diferencia de otras fórmulas de contratación del sector del Gran Consumo, Grupo Uvesco no hace contrataciones de personal de menor duración para campañas estacionales (por ejemplo, campaña de Navidad), sino que realiza contrataciones de inicio estable, para así formar convenientemente a los nuevos empleados, y poder dar, de esta manera, el mejor servicio a los clientes.



El objetivo de Grupo Uvesco de ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra -una experiencia excelente- sería imposible conseguir, sin pensar en reclutar y mantener el mejor talento que existe en el mercado, para alimentar nuestros supermercados, con los mejores profesionales. Por ello, además de los beneficios sociales de los que ya disfrutaban los profesionales de Grupo Uvesco, su profesionalidad se ve retribuida con un salario medio, por encima de la media del sector.

En cada una de las provincias donde tiene implantación, los salarios brutos de los empleados se encuentran por encima de los convenios establecidos, gracias a los pactos que tiene el Grupo. En la Comunidad Autónoma de Madrid y Ávila, el acuerdo salarial, firmado en el año 2019, permite al Grupo contar con el acuerdo salarial más alto del sector en Madrid y Ávila -incrementando, en torno a un **33%, el salario** recogido en el Convenio Colectivo del Comercio de la Alimentación de la Comunidad de Madrid-.

**Reclutando  
talento, para  
ofrecer la mejor  
experiencia de  
compra al cliente**

## COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO: PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN

### Igualdad de oportunidades

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 -un 70% de la plantilla del Grupo son mujeres-.

Este compromiso ha propiciado que, en el último año, un 52% de los puestos de encargados de tienda estén ocupados por mujeres (siendo superior, en el caso de los encargados de secciones de fresco, que alcanza un 80% en puestos de responsabilidad de fruta y pesca).

Plantilla del grupo  
70% mujeres

Encargados de tienda  
52% mujeres

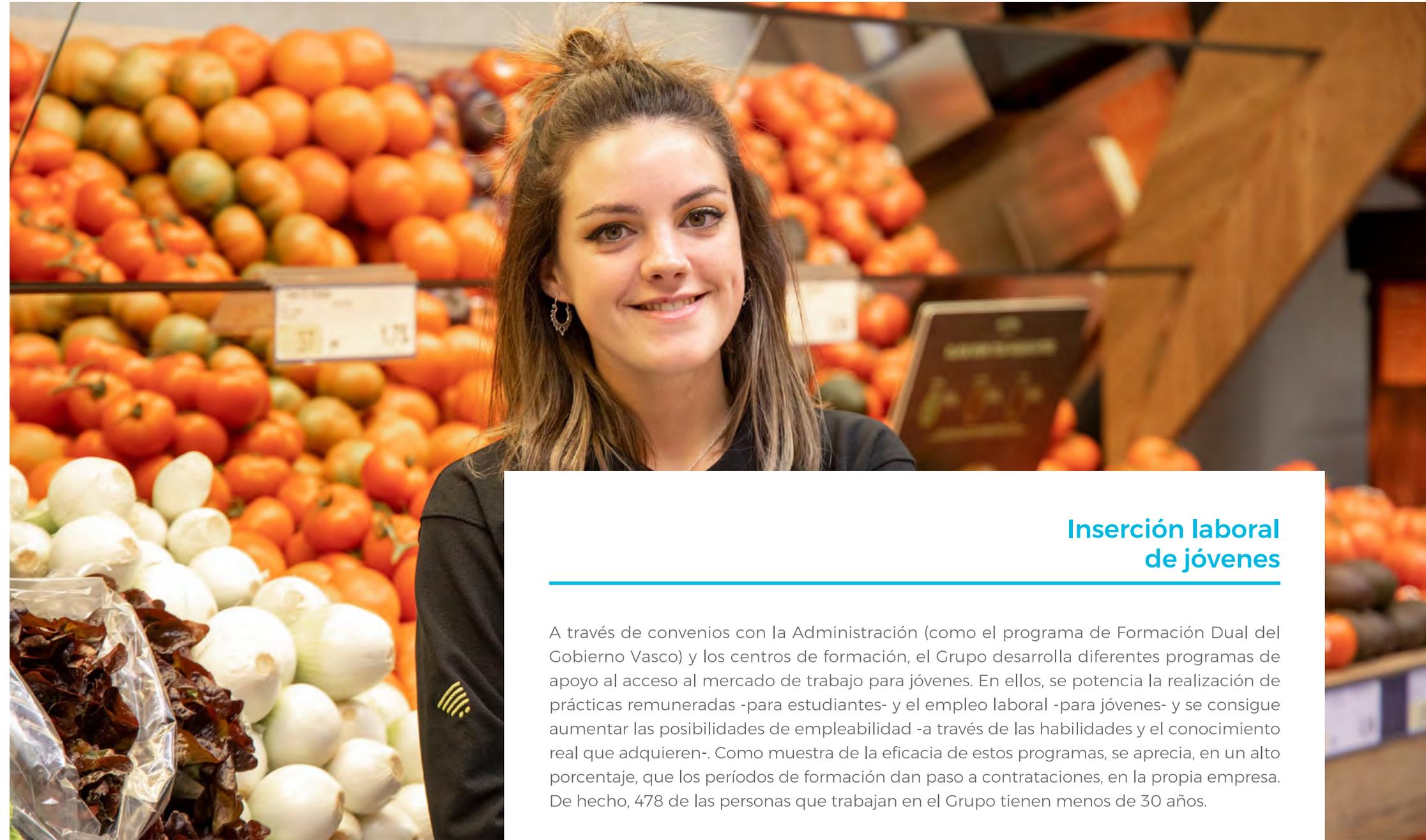
Encargados de tienda en fresco  
80% mujeres,  
en fruta y pesca



## Integración de personas con discapacidad

El plan de igualdad establece también otra serie de compromisos necesarios, que, en el marco de la legislación vigente, tienen un impacto social y económico, como la contratación de personas con discapacidad. Estas actuaciones hacen que, durante el año 2019, 59 personas con discapacidad hayan trabajado en el Grupo. Además de la potenciación a través de contrataciones directas, también, tenemos una relación intensa con empresas del entorno -que trabajan por la integración de personas con discapacidad-. A través de la colaboración con estas empresas, se apuesta por el empleo de este sector y se apoya el tejido económico de empresas del entorno.

## Potenciando nuestros programas de integración



## Inserción laboral de jóvenes

A través de convenios con la Administración (como el programa de Formación Dual del Gobierno Vasco) y los centros de formación, el Grupo desarrolla diferentes programas de apoyo al acceso al mercado de trabajo para jóvenes. En ellos, se potencia la realización de prácticas remuneradas -para estudiantes- y el empleo laboral -para jóvenes- y se consigue aumentar las posibilidades de empleabilidad -a través de las habilidades y el conocimiento real que adquieren-. Como muestra de la eficacia de estos programas, se aprecia, en un alto porcentaje, que los períodos de formación dan paso a contrataciones, en la propia empresa. De hecho, 478 de las personas que trabajan en el Grupo tienen menos de 30 años.

## Cuidando también de nuestras familias

Los planes de conciliación laboral y familiar también benefician a la calidad del empleo. Por ello, como una apuesta de la Dirección General, Grupo Uvesco participó en el programa de Conciliación Corresponsable del Gobierno Vasco, de acompañamiento a 30 empresas vascas, para la implementación de medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral -proyecto Kontzilia30-. Como resultado, se han puesto en marcha, en el colectivo de las oficinas de Irun, diversas medidas de conciliación: flexibilidad en el horario de entrada y salida, jornada continua los viernes, jornada continua los meses de julio y agosto...



Impulsando la conciliación familiar

Acciones que el Gobierno Vasco destacó como ejemplo de éxito, y que disfrutaron un total de 217 personas. Asimismo, en el marco de la legislación, un total de 521 trabajadores de la plantilla se acogieron a la reducción de jornada, por guarda legal.

De forma adicional, se organizan diferentes iniciativas como: entrega de vales escolares; visitas a colegios para fomentar la salud de los escolares a través de la alimentación o un concurso de dibujo infantil de Navidad, para los hijos de los profesionales del Grupo, que en 2019 ha contado con 1.611 dibujos presentados.



## FORMACIÓN Y PROMOCIÓN INTERNA

### Ayudamos a nuestros equipos a ser los mejores profesionales y expertos

El esfuerzo económico, destinado a planes de formación y especialización de profesionales, refuerza el valor que tiene el capital humano para Grupo Uvesco. Es uno de los compromisos principales del Grupo, para lograr empleos de calidad y que, además, favorece y permite contar al Grupo con los mejores profesionales, personas formadas en servicio al cliente y en las secciones específicas. Existe una gran diversidad de planes de formación, dirigidos tanto a las nuevas incorporaciones como a trabajadores ya veteranos y expertos, para seguir ampliando y mejorando sus capacidades (como por ejemplo el Plan Cantera).

El compromiso en formación supone un esfuerzo económico y de recursos muy importante; pero le permite diferenciar su modelo y disponer de un servicio excelente de atención personalizada para los clientes y, por lo tanto, alcanzar el objetivo de ofrecer la mejor experiencia de compra.

**Los planes de formación han contado, en 2019, con una inversión de 4 millones de euros.** Estos planes abarcan las áreas de actuación de la empresa y todos los temas, que influyen en su actividad: polivalencia, especialización de tareas, titulaciones, formación continua, coach, vídeos formativos, etc.



La formación como uno de los principales compromisos

Los mejores profesionales; la mejor calidad de servicio al cliente



Inversión total  
en planes de  
formación  
**4M€**

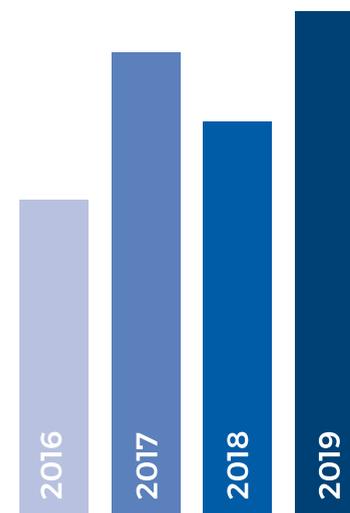
Muestra evidente de su vocación, por ofrecer a los trabajadores las herramientas necesarias, para poder desarrollar sus funciones con todos los conocimientos necesarios, a la vez que se sienten reconocidos, valorados y con un perfil profesional en su puesto de trabajo.

Fruto de las inquietudes y aportaciones que las personas trasladaron para mejorar su especialización como profesionales, surgieron las "píldoras formativas". Éstas son formaciones de corta duración, que tienen como objetivo mejorar

los conocimientos para ser mejores profesionales, en diferentes temáticas como producto, consejos de salud, prevención de riesgos laborales, etc. Grupo Uvesco dispone ya de 81 píldoras, que han tenido más de 163.000 visualizaciones en los últimos 3 años; con una valoración media, por parte de los participantes, de 9 puntos sobre 10.

**Inversión media  
2016-2019**

(\*) Esfuerzo en formación, por la incorporación del equipo de Madrid y Ávila.



**Inversión media 2016**  
506€ / persona

**Inversión media 2017**  
742€ / persona (\*)

**Inversión media 2018**  
634€ / persona

**Inversión media 2019**  
807€ / persona

Algunas de las acciones formativas realizadas en 2019 son las siguientes:

### 1ª Promoción Máster en Dirección y Liderazgo Uvesco

En 2019, se entregaron los primeros diplomas del Máster en Dirección y Liderazgo Modelo Uvesco (Plan 300); un máster de 2 años, impartido por la Cámara de Comercio y dirigido a trabajadores, que gestionan equipos de personas en los diferentes departamentos (más de 320 profesionales han iniciado esta formación). En este máster, dentro del marco de liderazgo situacional, se ha tratado de impulsar habilidades básicas, que cualquier líder del Grupo Uvesco tiene que implementar con su equipo -como comunicación, toma de decisiones, autoconocimiento y tolerancia a la adversidad-. Habilidades, que permitan extender el modelo de Uvesco, con el objetivo de que las personas sigan siendo el eje de la organización. En total, durante 2019, **se han diplomado 190 profesionales**.

En el año 2019, además, han tenido lugar planes específicos para la integración de los 309 empleados al Grupo, fruto de la operación de compra de once establecimientos en Bizkaia, que han supuesto un total de 11.655 horas de formación.

### Especialización en producto fresco

Anualmente, en torno a **600 personas** participan en diferentes cursos, que nacen de las inquietudes trasladadas por los propios empleados: envasado de alimentos, lectura de etiquetado, intolerancias a alimentos... Además, los productos locales han contado con formación específica (como los cursos de Carne Selecta), con profundización de conceptos relacionados con la calidad o cursos en bodega (con especialización para la atención excelente al cliente, en esta sección).

### Reconocimiento de nuestros trabajadores

#### 1er Certificado Oficial en el Sector del Comercio

En el año 2019, un total de **13 profesionales** del Grupo recibieron los primeros certificados profesionales en el sector comercio, a través del reconocimiento de la experiencia, tras dos años de preparación y dedicación. Se trata de un reconocimiento, fruto de un acuerdo pionero con el Gobierno Vasco, para cumplir el objetivo de reconocer la capacitación de su equipo de profesionales y que le ha convertido en la única empresa

del sector del comercio, que homologa con una certificación profesional la experiencia de sus trabajadores.

Este Certificado se convalida con asignaturas del título de Grado Medio de Actividades Comerciales y está dirigido a responsables de sección de carnicería y pescadería.

#### Promocionando el talento interno: "Plan Cantera"

La mejor experiencia de compra se consigue a través de los mejores profesionales. Por ello, Grupo Uvesco cuenta con el "Plan Cantera" -que favorece la promoción interna, con la convicción de que el mayor talento es aquél con el que ya se cuenta y que quiere formarse, para continuar creciendo-.

Estos planes de promoción interna incrementan el talento de la plantilla y favorecen el desarrollo personal y laboral de los trabajadores. Gracias a este Plan, en el que actualmente participan **135 personas**, se han promocionado internamente en puestos de responsabilidad (encargados de tienda y responsables de sección), lo que da cuenta de la apuesta por el talento de las personas, que forman parte de la empresa.

## Acciones formativas en 2019

### Comunicación con los equipos: Escucha y participación de trabajadores

La empresa recoge las inquietudes de los empleados, a través de canales de comunicación (como Cluvesco) y la realización de cuestionarios, para poder realizar actuaciones de formación, a medida. Durante el año 2019, se han realizado este tipo de cuestionarios en setenta centros de trabajo del Grupo.

Asimismo, cuentan con un concurso fotográfico, que pretende fomentar e implicar a los trabajadores -especialmente de las plantas logísticas-, en el correcto cumplimiento de las medidas de seguridad y salud laboral y el de la legislación, en materia de Seguridad y Salud Laboral.

Toda la actividad, que gira en torno al empleo de calidad, los beneficios sociales y los planes de formación, queda reflejada en un boletín semestral, que el Grupo pone a disposición de todos sus trabajadores -incidiendo, de esta forma, en la responsabilidad con la transparencia en la actividad interna y poniendo en valor, una vez más, al trabajador como eje principal de la actividad comercial-.



## Cluvesco (“el club del trabajador”)



La plantilla y sus familias cuentan también con Cluvesco (“el club del trabajador”), un programa de ventajas, en exclusiva, para el personal -con el que se benefician de un 10% de descuento, en todas las compras, en los establecimientos de la empresa-.

Además, pueden optar a regalos, vales de descuento para Navidad, descuentos para material escolar y acceso a un espacio web. En él, cuentan con información relacionada con sus beneficios sociales, noticias de la empresa, breves vídeos formativos sobre alimentación y consumo y otros artículos de interés, para su día a día en sus puestos de trabajo.

### Programa de ventajas exclusivas para los trabajadores

Como parte fundamental y pilar básico de la estrategia de Grupo Uvesco, los trabajadores pueden trasladar, por este medio, sugerencias, consultas o inquietudes laborales y, con ello, tomar parte activa, en aspectos relacionados con la mejora de la calidad del trabajo.

Por otra parte, a través de acuerdos con otras empresas, la entidad ofrece a los empleados el acceso a otros servicios exclusivos -como descuentos especiales en la contratación de diferentes seguros de vida, seguros médicos, ofertas de compra o alquiler de vehículos y ventajas en determinados bancos-.



Como beneficio social añadido, dentro del marco del programa “Elige Cuidarte”, los trabajadores disponen de un servicio de masaje preventivo, gracias a los conciertos con 55 profesionales de la fisioterapia, repartidos en diferentes localidades donde se encuentran los centros de trabajo. Gracias a este servicio, pueden acceder a servicios de masaje para mejorar su salud osteo-muscular, con precios realmente competitivos, con respecto al mercado.



### Programa “Elige cuidarte”: servicio de masaje preventivo





## Plantilla



## Formación





## PRODUCTO LOCAL: UN COMPROMISO TRANSVERSAL

Otro de los impactos, que Grupo Uvesco tiene en su entorno más directo, se observa, a través de su relación con sus proveedores locales (especialmente, con el sector primario).

Su compromiso con la alimentación de calidad -uno de los pilares del modelo del Grupo- le ha llevado, a lo largo de su trayectoria, a establecer acuerdos y contactos, con proveedores próximos a sus puntos de venta, que ofrecen una garantía en el origen de la producción -lo que le permite ofrecer a sus clientes productos de primera calidad-.

Esta apuesta por el producto fresco se traduce en tienda, a través de mostradores atendidos en carnicería, charcutería, pescadería y profesionales en las secciones de fruta y verdura -un elemento diferenciador del modelo Uvesco-.

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:

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

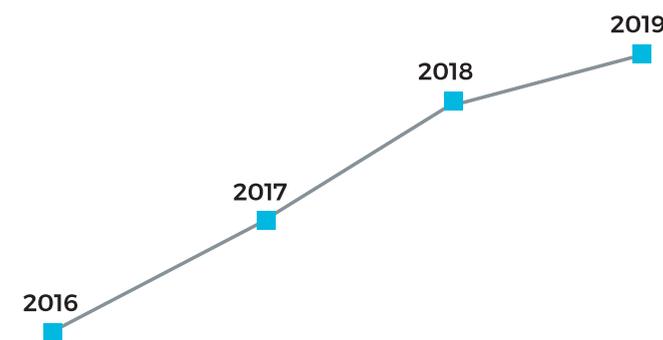
Se trata de un modelo de negocio, por el que el Grupo ha apostado, desde su formación -en un momento en el que el mercado marcaba otras directrices-, y que ha desarrollado, a lo largo de sus años de trayectoria, permitiéndole crear una identidad propia y diferenciada de otros modelos existentes.



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

En los últimos años, fruto del esfuerzo en la ampliación de las plantas logísticas, se está desarrollando un proceso de centralización de determinados productos, que está permitiendo a Grupo Uvesco garantizar el servicio, además de poder seguir introduciendo nuevas referencias. En el último año, se han centralizado los productos locales de lácteos y yogures y el pollo de Caserío -que, hasta ahora, se repartían a través de servicio directo a las tiendas del Grupo-.

### Compras a proveedores locales



COMPRAS 2016

**172.087.732€**

COMPRAS 2017

**179.836.650€**

COMPRAS 2018

**188.613.154€**

COMPRAS 2019

**192.725.085€**

## CARNE DE AQUÍ. PESCA DE AQUÍ. FRUTA Y VERDURA DE AQUÍ

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.



Profesionales  
formados en  
carnicería, charcutería,  
pescadería, frutería y  
hortalizas

## Grupo Uvesco cuenta con los siguientes acuerdos:

- **Cofradía de Pescadores de Ondarroa**  
Para la comercialización de la merluza de anzuelo.
- **Asociación de Ganaderos Lasarbi**  
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, en exclusiva, de merluza de anzuelo y pescadilla.
- **D.O. Idiazabal, D.O. Roncal y Mendiko Gazta de Idiazabal, como apoyo al sector primario del queso**  
Para la promoción de surtido de Denominación de Origen, que ofrecen una calidad garantizada.
- **El Encinar de Humienta**  
Para promocionar la ternera SELECTA de la meseta.
- **Cárnicos Treto**  
Para promocionar la ternera SELECTA de Cantabria.

**Fomentando y apoyando a jóvenes emprendedores del sector agrario y ganadero**

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.





## Puertos del Cantábrico

Introducir, en el lineal, productos con Denominación de Origen tiene como objetivo proteger y apoyar a los que disponen de una certificación expresa de calidad, producidos en el entorno y climatología idónea, para que el producto tenga las mejores condiciones de consumo -en consonancia con el modelo Uvesco-.

Por otra parte, Grupo Uvesco mantiene una relación diaria con los principales puertos del Cantábrico:

- HONDARRIBIA
- ONDARROA
- BERMEO
- SANTANDER
- SANTOÑA
- LAREDO
- CASTRO URDIALES
- 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.

## Sellos propios de producto fresco

### BERTAKO/DEAQUÍ

Grupo Uvesco cuenta con la marca propia "BERTAKO/DEAQUÍ", que identifica aquellos productos -principalmente carne, fruta, verdura, quesos y yogures-, que producen y comercializan productores locales de País Vasco, Navarra, Cantabria, La Rioja, Madrid y Ávila, donde la cadena está presente.

### SELECTA

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

### CASERÍO Y TEMPORADA

Pretende poner en valor frutas y hortalizas de pequeñas explotaciones agrícolas, que sirven, directamente, en los establecimientos. En temporada, respetando los ritmos naturales de producción.

Por todo ello, en Grupo Uvesco:

**100%**

de las tiendas de la zona norte cuenta con frutas y verduras locales y el 85% de las tiendas tienen servicio directo.

**21%**

de las verduras son locales.

**10%**

en las ventas de frutas y verduras locales.

**100%**

de la calabaza de temporada es local.

**100%**

de la merluza es del Cantábrico.

**86%**

de la ternera es local, proveniente de los acuerdos de la entidad con más de 200 pequeños ganaderos.

**60%**

de la ternera de las tiendas BM, en la Comunidad Autónoma de Madrid, procede de ganaderías, localizadas en la misma sierra madrileña, con sello DEAQUÍ.



Sellos fresco

## LA RESPONSABILIDAD EN LA ALIMENTACIÓN



—  
**"Somos lo que comemos"**  
 (Ludwig Feuerbach)

La famosa frase "Somos lo que comemos" (de Ludwig Feuerbach) cada vez tiene más presencia en nuestra sociedad. El consumidor está más concienciado y preocupado por su salud, por lo que dedica más atención a su alimentación -procurando que sea completa, con valores nutricionales que cuiden su salud y bienestar-. Esta tendencia encaja a la perfección con el modelo Uvesco, basado en la calidad y en su responsabilidad con la alimentación.

Por lo tanto, su objetivo de contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos le lleva a tomar una posición responsable y comprometida, para 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).
- Al garantizar el cumplimiento de los controles de calidad y garantía de los productos.
- Al informar sobre las cualidades y propiedades de los productos disponibles en sus establecimientos.
- Y con la especialización del producto fresco, con mostradores atendidos.

## “Elige Cuidarte”

Con la idea de acercar la alimentación de calidad y fomentar el consumo responsable, se puso en marcha “Elige Cuidarte”, en 2017. Esta iniciativa engloba acciones relacionadas con la compra y dirigidas a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos (promueven valores saludables, son productos con información nutricional y/o contribuyen a la salud y bienestar). A través de este programa y en colaboración con una Doctora en Medicina y Nutrición, se desarrolla una importante 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.

# Elige Cuidarte





## “Elige Cuidarte Kids”

Durante los últimos años, se desarrolla un programa de educación y fomento de hábitos de consumo saludable, entre los escolares de Primaria (entre 4 y 16 años), en el que participan 25 centros escolares de las diferentes provincias. Éste consta de tres actividades:

1

Una merienda saludable y nutritiva, mediante el reparto de bocadillos, en las salidas de los colegios -con el reparto de una media de 8.000 bocadillos-.

2

Charlas de alimentación saludable a los padres, en los centros escolares, de la mano de un nutricionista.

3

“El ciclo de la alimentación”, que consta de visitas del alumnado a diferentes establecimientos, con el fin de que conozcan la cadena de producción de los alimentos.



## “Cocina Selecta”

Un paso más allá, en la alimentación de calidad, ha sido la introducción en algunos supermercados de platos preparados listos para consumir, y horno para asados y cocina al vapor, en los mostradores de carnicería y pescadería. Con ello, se potencian los valores de consumo sano, priorizando el consumo de productos frescos, saludables y fáciles -frente a otro tipo de cocinas rápidas, que contienen alimentos procesados-.

# COCINA SELECTA

NO ES LO MISMO

## Suplemento “BM no es lo mismo”

Se trata de una publicación que pone de relieve los valores de la alimentación de calidad, a través de recetas, productos de calidad y consejos, relacionados con hábitos de consumo saludables.

Se imprimen 500.000 ejemplares, que se distribuyen entre los clientes de los supermercados. Esta publicación se ha convertido en una herramienta muy eficaz, para promover los valores diferenciales de Grupo Uvesco.

## Productos, para personas con necesidades específicas (gluten, lactosa...)

Para completar el círculo de la alimentación, la mayoría de las tiendas cuenta con un surtido de productos, para personas con necesidades específicas o determinadas alergias: sin gluten, sin lactosa... convenientemente señalizados y a disposición de los consumidores de estas líneas de productos. Por otra parte, el desarrollo de las secciones de perfumería y parafarmacia contribuye a la mejora del bienestar social.

## Dando pasos hacia la alimentación de calidad



La actividad de Grupo Uvesco implica un compromiso con el bienestar y la salud. Sin embargo, la responsabilidad con las personas no solo se limita a los clientes de sus establecimientos y a sus trabajadores; sino que, también, tiene un impacto en colectivos y grupos sociales de su entorno.

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.

# DETALLE APORTACIONES ECONÓMICAS

2019

TOTAL

**3.048.842€**

**829.200€**

EVENTOS CULTURA Y SOCIEDAD,  
EVENTOS DEPORTIVOS Y  
PATROCINIOS / ESPÓNSOR

**673.967€**

ASOCIACIONES  
Y COLECTIVOS

**1.545.675€**

FAMILIAS NUMEROSAS



## APOYO A LA CULTURA Y LA VIDA SOCIAL



En el ámbito social y cultural, Grupo Uvesco dirige su responsabilidad al establecimiento de lazos, con diferentes asociaciones y colectivos vecinales, que organizan eventos de participación popular de diversa índole: dirigidos a fomentar estilos de vida saludables, mantener la cultura, eventos con fines solidarios o de apoyo a la infancia. Para ello, el Grupo participa, aportando alimentos, frutas, botellines de agua, caramelos y globos, colocando hinchables, organizando talleres, degustación de productos, etc.

Entre los acuerdos culturales, destaca la colaboración de BM Supermercados, con el Orfeón Donostiarra y la de SUPER AMARA, con el concierto solidario de Navidad. En este ámbito, en 2019, se firmó un convenio entre BM Supermercados y la

Sociedad Coral de Bilbao, por el que se organiza, anualmente, un concierto, con el fin de promover la cultura musical y lograr una finalidad solidaria (los beneficios del concierto se han destinado, en este primer año, a la ONG Alboan, para el desarrollo de proyectos que reducen las desigualdades sociales y culturales).

Adicionalmente, se realizan acciones de sensibilización, en determinadas conmemoraciones, en torno a la alimentación, la salud y el bienestar, con el fin de fomentar valores solidarios y de concienciación entre clientes y usuarios de las redes sociales, como son: el Día Internacional del Celíaco, el Día Internacional contra el Cáncer, el Día Internacional de la Hipertensión...

## Eventos culturales

### EVENTOS CULTURALES Y DE SENSIBILIZACIÓN APOYADOS POR GRUPO UVESCO

TAMBORRADA INFANTIL -	Donostia-San Sebastián
DÍA MUNDIAL CONTRA EL CÁNCER -	Castro Urdiales
CENA SOLIDARIA GARENOK -	Vitoria-Gasteiz
ALBOAN VII. LASTERKETA SOLIDARIOA -	Vitoria-Gasteiz
DÍA CELÍACOS, DONOSTIA -	Donostia-San Sebastián
DÍA CELÍACOS, BILBAO -	Bilbao
LAGUNDUCK -	Donostia-San Sebastián
BAÑO SIN BARRERAS -	Hondarribia
CARRERA SOLIDARIA + MARCHA MAYORES, ALPEDRETE -	Alpedrete
LASTERKETA SOLIDARIOA -	Azkoitia
CONCIERTO ORFEÓN DONOSTIARRA -	Donostia-San Sebastián
CABALGATAS DE REYES -	Diferentes localidades
DÍA DE LA HIPERTENSIÓN 17/05 -	Diferentes localidades
4ª EDICIÓN CONCURSO i-SUPERCHEF SUPER AMARA -	Donostia-San Sebastián
PIN FICOBA -	Irun
CONCURSO DE DIBUJO -	Guadarrama
CHOCOLATADA FIN DE CURSO COLEGIO ESCOLAPIOS -	Santander
EUSKAL JAIA -	Zumaia
FIESTA FIN DE CURSO EL PEDRALEJO -	Alpedrete
CONCURSO MARMITAKO SEMANA GRANDE -	Donostia-San Sebastián
JUNTA VECINAL SOBREMAZAS CHOCOLATADA -	Solares



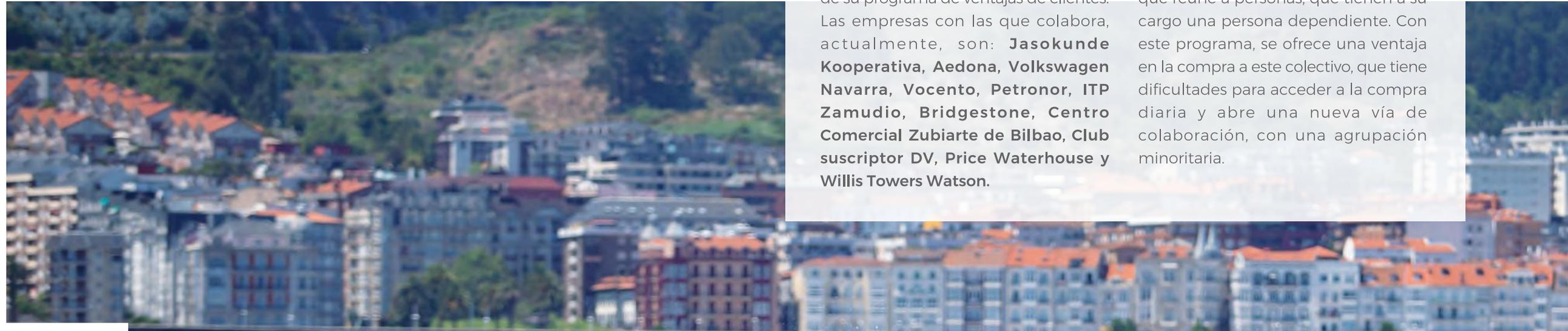
FIESTAS PLAZA ETXEBERRI -	Urnieta
FIESTAS SAN CRISTOBAL -	Mungia
FIESTA DE HIRUKIDE PARA FAMILIAS NUMEROSAS -	Diferentes localidades
FIESTA COLEGIO SAN PATRICIO -	Donostia-San Sebastián
CONCURSO PAELLA SEMANA GRANDE -	Donostia-San Sebastián
CONCURSO GASTRONÓMICO ASTE NAGUSIA -	Bilbao
NOCHE EN BLANCO -	Santoña
CONCIERTO CORAL BILBAINA -	Bilbao

Promoviendo un  
estilo de vida sano y  
desarrollando  
vínculos culturales  
con la comunidad



## CONVENIOS CON COLECTIVOS

A través de su Tarjeta de Cliente, Grupo Uvesco mantiene convenios con asociaciones, a las que beneficia a través de descuentos económicos -para el desarrollo de la actividad de la propia asociación- y con descuentos directos en la compra -para las personas asociadas que, además, sean clientes de los establecimientos del Grupo-.



Asimismo, la actividad del Grupo tiene un impacto en otras empresas del entorno y para sus empleados, a través de su programa de ventajas de clientes. Las empresas con las que colabora, actualmente, son: **Jasokunde Cooperativa, Aedona, Volkswagen Navarra, Vocento, Petronor, ITP Zamudio, Bridgestone, Centro Comercial Zubiarte de Bilbao, Club suscriptor DV, Price Waterhouse y Willis Towers Watson.**

Adicionalmente, en 2019, se puso en marcha un programa piloto con un colectivo **"ok en casa"**, una agrupación que reúne a personas, que tienen a su cargo una persona dependiente. Con este programa, se ofrece una ventaja en la compra a este colectivo, que tiene dificultades para acceder a la compra diaria y abre una nueva vía de colaboración, con una agrupación minoritaria.

- 1 ASOCIACIÓN DE CELÍACOS DE EUSKADI (EZE)
- 2 ASOCIACIÓN DE CELÍACOS DE CANTABRIA (ACECAN)
- 3 ASOCIACIÓN DE CELÍACOS DE NAVARRA (ACN)
- 4 ASOCIACIÓN DE CELÍACOS DE MADRID (APDEMA)
- 5 SANTIAGOTARRAK DE IRUN
- 6 PEÑA SPORT DE TAFALLA
- 7 LA MARINERA DE CASTRO URDIALES



## APOYO AL DEPORTE Y PATROCINIOS

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 -que 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. De esta forma, 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 los ciudadanos.



Compromiso con  
la vida saludable,  
la cohesión social  
y la igualdad

## Eventos deportivos

Grupo Uvesco está presente, desde hace años, en aquellas actividades, que tienen una participación popular extensa o que tratan de implicar al mayor número de ciudadanos posible. La participación se traduce en el patrocinio de clubes deportivos (que organizan, principalmente, carreras pedestres y eventos deportivos de carácter local -en especial, aquellas que potencian la participación de la mujer o que promueven fines solidarios-). En estas actividades, se aportan bolsas de avituallamiento, con barritas energéticas, agua, fruta... y con la colocación de hinchables, arcos de meta, producción de material para los eventos (como camisetas o viseras), etc.

Avituallamientos 2017

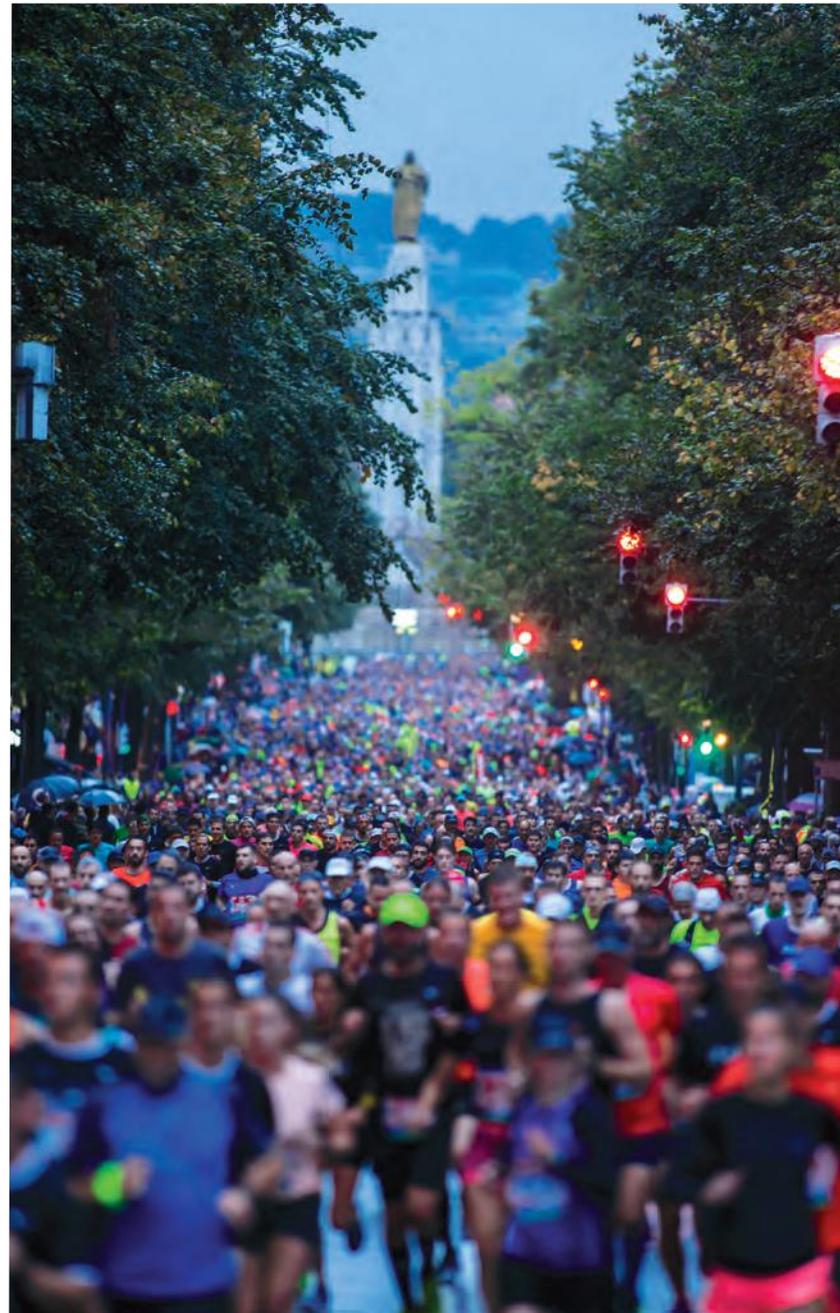
**87.900** bolsas

Avituallamientos 2018

**93.600** bolsas

Avituallamientos 2019

**96.910** bolsas



Algunos de los principales eventos deportivos, en los que ha estado presente Grupo Uvesco, a través de sus enseñas BM Supermercados y SUPER AMARA, han sido los siguientes:

### EVENTOS DEPORTIVOS APOYADOS POR GRUPO UVESCO

BERMEOKO HERRI LASTERKETA -	Bermeo
CROSS VILLA COLINDRES -	Colindres
CROSS ADARRAGA -	Hernani
CROSS GETXO -	Getxo
MILLA URBANA -	Santander
MEDIA MARATÓN DE BASAURI -	Basauri
PICO Y PALA CARRERA -	Torrelavega
LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM -	Donostia-San Sebastián
CARRERA DE LA MUJER - POR LA IGUALDAD -	Lodosa
MARCHA SOLIDARIA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA -	Lodosa
CARRERA AECC - CONTRA EL CÁNCER -	Torrelavega
CARRERA UPV UDABERRIKO LASTERKETA -	Donostia-San Sebastián
MILLA INTERNACIONAL DE BILBAO -	Bilbao
CARRERA FAMILIAR DE DURANGO -	Durango
MEDIA MARATÓN DE DONOSTIA -	Donostia-San Sebastián
GURRUTXAGA KROSA -	Elgoibar
10 KM LOS CORRALES DE BUELNA -	Los Corrales de Buelna
MEDIA MARATÓN PUENTE DE BIZKAIA -	Bilbao
CARRERA FAMILIAR DE BILBAO -	Bilbao

CARRERA BICIS DE BEZANA -	Bezana
V CARRERA SOLIDARIA VILLA DE ALLO -	Allo
MEDIA MARATÓN DE PAMPLONA -	Pamplona
MENDI MARTXA IÑAKI BEITIA -	Urretxu
MEDIA MARATÓN DE SANTOÑA -	Santoña
MILLA ESCOLAR CASTRO URDIALES -	Castro Urdiales
LOIOLA INDAUTXU FÚTBOL -	Bilbao
CLUB DEPORTIVO TRINTXERPE -	Donostia-San Sebastián
CARRERA FAMILIAR DE ZIERBENA -	Zierbena
CARRERA NIÑOS CONTRA EL CÁNCER -	Pamplona
CARRERA SAN JUAN -	Vitoria-Gasteiz
CARRERA SAN FERMÍN KROSA PASAI ANTZO -	Pasaia
TRAVESÍA LA SARDINA -	Santurce
REGATA DE SANTANDER -	Santander
CARRERA GAUA ARGITZEN -	Donostia-San Sebastián
REGATA HONDARRIBIA -	Hondarribia
VOLLEY PLAYA -	Donostia-San Sebastián
MILLA POPULAR -	Torrelodones
BICIPATINES -	Donostia-San Sebastián
TRAVESÍA A NADO -	Donostia-San Sebastián
ZARAUZKO ESTROPADAK -	Zarautz
ASTE NAGUSIA - PIRAGUAK HIRI KROSA -	Bilbao
BANDERA DE LA CONCHA -	Donostia-San Sebastián



CARRERA ARTICA SOLIDARIA -	Artica
PEDESTRE GUADARRAMA -	Guadarrama
TORNEO BASKET -	Torrelodones
CARRERA FAMILIAR DE GETXO -	Getxo
CARRERA POPULAR SAN LUCAS -	Villanueva del Pardillo
TORNEO BALONMANO CALLE -	Torrelavega
MARCHA AMAT -	Torrelavega
CARRERA DE LA MUJER - POR LA IGUALDAD -	Bezana
TRAIL SENDA COSTERA -	Santander - Liencres
BILBAO NIGHT MARATHON -	Bilbao
RUNNINGFIZ - BEHOBIA -	Vitoria-Gasteiz
DE SANTURCE A BILBAO -	Santurce
GABONETAKO KROSSA PORTUGALETE -	Portugalete
MEDIA MARATÓN VITORIA -	Vitoria-Gasteiz
GABONETAKO KROSA PASAI ANTXXO -	Pasai Antxo
SAN SILVESTRE DE GALDAKAO -	Galdakao
SAN SILVESTRE DE HONDARRIBIA -	Hondarribia
SAN SILVESTRE DE ERRETERIA -	Erretereria
SAN SILVESTRE BILBAO-RECALDE -	Bilbao
SAN SILVESTRE TORRELODONES -	Torrelodones
100 KM CASTRO URDIALES -	Castro Urdiales
CARRERA CONTRA VIOLENCIA DE GÉNERO -	Cercedilla
MILLA CUETO -	Santander
CAMPUS BASKET -	Santander
CARRERA TUDELA -	Tudela



## Compromiso con el bienestar y la salud

XXVI. J. GURRUTXAGA KROSA -	Elgoibar
CARRERA EMPRESAS DIARIO MONTAÑES -	Torrelavega
CARRERA LA SALLE -	Bilbao
SEMIFINAL BALONCESTO FED. GIPUZKOANA -	Donostia-San Sebastián
TORNEO MINIBASQUET -	Arrasate
NORDIC WALKING -	Donostia-San Sebastián
CLUB DEPORTIVO LENGOKOAK -	Donostia-San Sebastián
CLUB DE BALONMANO FEMENINO BERA BERA -	Donostia-San Sebastián
CLUB DE GIMNASIA RÍTMICA ARIZNOA -	Bergara
CLUB DE BALONCESTO FEMENINO OSKT -	Errenteria
TRAINERA DONOSTIARRA -	Donostia-San Sebastián
CARRERA MELLO SARIA -	Muskiz
110 ANIVERSARIO DE LA REAL SOCIEDAD -	Donostia-San Sebastián
CARRERA DE EMPRESAS -	Donostia-San Sebastián
KROS MIXTO ANDOAIN -	Andoain
TORNEO 3X3 -	Donostia-San Sebastián
DÍA SENDEROS BURUNTZALDEA -	Errenteria
BEHOBIA TXIKI -	Donostia-San Sebastián
CROSS CIUDAD DE IRUN -	Irun
CARRERA SAN SILVESTRE -	Donostia-San Sebastián
AIZKARDIKO IBILALDIA -	Villabona



Más allá de la participación en eventos deportivos de carácter popular, 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 Elkarte
- BM Bilbao Santutxu Femenino
- Isuntza Arraun Elkarte
- SUPER AMARA BAT
- SUPER AMARA BERA BERA
- S. D. Eibar
- Athletic Club
- D. Alavés
- C.D. Bidasoa Balonmano
- Club Easo Baloncesto



Desde hace dos años, el Grupo participa en el programa “Realzale” de la Real Sociedad de Fútbol, del que se han beneficiado 6.400 clientes. Gracias a este acuerdo, los clientes de los supermercados BM y SUPER AMARA consiguen descuentos, para el abono anual de socio del club. Además, BM Supermercados -como patrocinador oficial-reparte, entre sus clientes, entradas para cada partido disputado en Anoeta y organiza, mensualmente, un acto de firmas con los jugadores, en sus establecimientos.

## CON LAS FAMILIAS Y LAS PERSONAS INTOLERANTES AL GLUTEN



Familias numerosas  
**18.503 adheridas**

Descuento en todas  
las compras  
**5%**

Ahorro total  
**1.545.675€**

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 especial con un descuento de un 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 2019, un total de 18.503 familias adheridas a este programa de descuentos consiguió un ahorro total de 1.545.675 euros.

Las personas con intolerancia al gluten cuentan, asimismo, con un programa específico, a través de un acuerdo alcanzado con las Asociaciones de Celíacos -del que forman parte un total de 2.015 personas-. En este caso, no solo se apoya la economía de un sector que tiene un gasto mayor -por el consumo de productos específicos para intolerantes al gluten-, sino que además, se apoya a un colectivo que aún tiene 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 el de otras referencias).

En el marco del compromiso de Grupo Uvesco por un surtido saludable, se ha desarrollado la **sección "alimentación saludable"**, dirigida a todo tipo de intolerancias y a completar la alimentación de colectivos minoritarios. El descuento en las compras de las personas celíacas se aplica, además, a toda la compra -con lo que se benefician también del acceso al consumo de otros productos, frutas y hortalizas, que a pesar de no ser específicos sin gluten, pueden incluir en su alimentación-.

## Surtido sin gluten

Los establecimientos del Grupo, con el objetivo de ampliar su surtido y la capacidad de elección del cliente, incluyen más de 200 referencias de productos específicos sin gluten -galletas, magdalenas, pan, bebidas, bases de pizzas...-. Estos productos están identificados en la sección de Alimentación Saludable, que engloba productos sin gluten, bio, eco, soja... dirigidos a clientes, que cuidan su salud y su alimentación -no necesariamente relacionados con alguna intolerancia-.

De la misma manera, cada vez son más marcas las que señalizan sus artículos con el indicativo "sin gluten", dentro de otros lineales. De esta forma, las personas con intolerancias tienen mayores facilidades y, además, se cumple con el objetivo de que todos los consumidores tengan la mayor información posible, acerca de los componentes de los productos.

Personas intolerantes al gluten  
**2.015** adheridas a  
**Asociaciones de Celíacos**

Descuento en todas las compras  
**5%**



## Reparto a domicilio

La mayoría de los establecimientos del Grupo cuentan con reparto de pedidos a domicilio -un servicio pensado para facilitar, al máximo, la tarea de realizar la compra y que ofrece un valor diferencial, en la excelencia del modelo de supermercados del Grupo-. Las exigencias del cliente actual han permitido la especialización y mejora del servicio, que cada vez es más eficiente, con plazos de entrega más cortos y repartos urbanos, adaptado a las necesidades que marca el mercado y el consumidor actual. Esta eficiencia en las entregas afecta tanto a los pedidos de la compra online, como a las compras realizadas en tienda y entregadas, posteriormente, en el domicilio. Este servicio, por lo tanto, tiene ventajas y un impacto positivo, en el colectivo de personas que tienen dificultades de movilidad y/o personas de edad avanzada -que acuden al supermercado y encuentran, en esta fórmula, una solución para la tarea básica y necesaria de realizar la compra diaria-.



Etxerako  
zerbitzua  
Itxaron gabe



Servicio a  
Domicilio  
Sin esperas

Repartos  
a domicilio  
485.392

## Máxima eficiencia en el aprovechamiento de los productos próximos a caducar

Uno de los retos a los que se enfrenta Grupo Uvesco, en la gestión comercial de cada día, es la reducción del stock, derivado de la caducidad de los productos. Éste es uno de los principales esfuerzos, que afectan tanto a la actividad de los establecimientos, como a los procesos logísticos. Conlleva, asimismo, un seguimiento diario de los diferentes agentes que intervienen: el departamento comercial (con estudios y revisiones de stocks), el establecimiento (que debe ajustar el surtido a la realidad y rotación diaria) y el departamento logístico (encargado de la distribución de los productos y de su posterior devolución a la central).

Toda 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. Se trata de reducir al máximo el desperdicio alimentario, que no solo perjudica la imagen de servicio excelente, sino que supone un impacto negativo, en el entorno y el medio ambiente.

Grupo Uvesco ideó un sistema -único en el sector-, para conseguir la máxima eficiencia, en el aprovechamiento de los productos próximos a

### Reducir el desperdicio alimenticio

caducar. Todo el producto de tienda, cuya fecha de caducidad se encuentre entre un mínimo de cinco días y un máximo de quince, se retira de la venta y se devuelve, en el mismo servicio de reparto de pedidos a tienda. Los servicios de reparto son diarios, de manera que permite que la revisión del stock esté actualizada en tienda y que estos productos sean "enviados", nuevamente, a las centrales, para ser redirigidos cada día al Banco de Alimentos y aprovechados en comedores sociales.

En 2019, esta tarea se ha facilitado, gracias a un nuevo programa informático, que permite a los profesionales de los supermercados hacer un seguimiento de una forma más sencilla y eficiente de las caducidades. De esta forma, las nuevas tecnologías mejoran el proceso y, también, la calidad del trabajo.

**El proceso de gestión de productos consigue reducir, significativamente, el residuo y se ha convertido en un factor clave para aumentar la tasa de reciclaje.**

Con ello, se consiguen 3 objetivos fundamentales:

- 1 Los supermercados se implican, en la correcta gestión de las caducidades, y recuperan un volumen importante de alimentos que, de otra forma, se convertirían en residuo y en pérdida económica.
- 2 Se refuerzan los valores de servicio de calidad excelente y la generación de confianza con el cliente -ya que el calendario de caducidades, en tienda, está continuamente actualizado y al día-.
- 3 Y lo más importante: este producto recuperado tiene un impacto, en la mejora de vida de las familias en riesgo de exclusión social, a través de los Bancos de Alimentos.



## 20 AÑOS CON LOS BANCOS DE ALIMENTOS

Grupo Uvesco colabora con los Bancos de Alimentos, desde hace veinte años. Éste es uno de los principales compromisos de la empresa con la sostenibilidad. Se trata de un acuerdo, que tiene un impacto directo en el entorno y que va en aumento, a medida que el Grupo sigue creciendo en superficie comercial. Se trata de una donación de alimentos, realizada diariamente, gracias a la que se consigue reducir el desperdicio alimentario, se implica a los trabajadores, en la sensibilización hacia los más desfavorecidos, y se logra reducir las diferencias sociales, ayudando en la alimentación básica para colectivos desfavorecidos.

La última novedad ha sido la incorporación de producto perecedero -concretamente, de la patata-, a las donaciones diarias. Reto que el Grupo alcanzó el pasado año y cuya incorporación supuso el reconocimiento de la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Banco de Alimentos, en el marco del encuentro con la Semana Europea de Prevención de Residuos de 2018.

Este gran compromiso ha supuesto que **el Grupo haya sido nombrado, por segundo año consecutivo, primer donante de alimentos de Gipuzkoa**. Además, es uno de los mayores donantes de las zonas, donde tiene presencia.

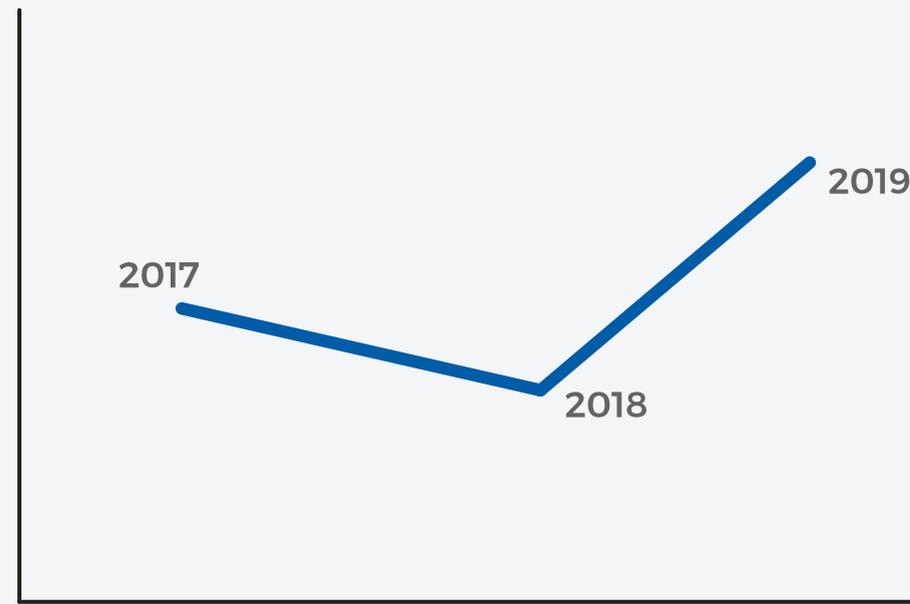
**A través de la donación diaria a los Bancos de Alimentos, en 2019 se entregaron un total de 284 toneladas de productos básicos, que tienen un impacto social directo y contribuyen a cubrir las necesidades básicas de familias, en situación de vulnerabilidad.**

Primer donante  
de alimentos de  
Gipuzkoa



## Responsabilidad con los ciudadanos

### Entregas diarias de productos al Banco de Alimentos



Entregas 2017  
**268**  
toneladas

Entregas 2018  
**264**  
toneladas

Entregas 2019  
**284**  
toneladas



Además de estas donaciones diarias, Grupo Uvesco participa en campañas de recogida, en sus establecimientos -en las que, en 2019, se recaudaron un total de 404 toneladas y 288.357 euros-. En estas campañas, se implica a la ciudadanía, realizando una labor de sensibilización e incrementando las aportaciones a los Bancos de Alimentos. Junto a estas campañas de recogida, Grupo Uvesco tiene el compromiso de aportar un 7% del volumen total recaudado por los ciudadanos, en estas campañas. A esto, se suma la aportación de personal voluntario y la logística, para el desarrollo de las campañas.



Recogida en campaña tiendas

**404** toneladas

Dinero recaudado en campaña tiendas

**288.357€**

Toneladas donadas del 7% recaudación

**28** toneladas

## Reconocimiento nacional al compromiso de Uvesco

Toda esta labor ha llevado a Grupo Uvesco a recibir, en 2019, el galardón de la “Espiga Autonómica”, otorgado por FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos). Este galardón supone un reconocimiento, a nivel nacional, de la labor solidaria

con los Bancos de Alimentos y un refuerzo, para continuar ampliando, en el futuro, estas aportaciones solidarias, que viene desarrollando dentro de su actividad diaria, en la medida en que la empresa continúe con su expansión.



## OTRAS INICIATIVAS SOLIDARIAS

Otro ámbito de compromiso de Grupo Uvesco es para con las personas más desfavorecidas. Así, la empresa realiza acciones de sensibilización y campañas de concienciación en tienda, que persiguen implicar a la ciudadanía, en las acciones solidarias. Algunas de las más significativas son las siguientes:

**HOY PUEDES HACER ALGO GRANDE**

**POR MÍ Y POR TODOS MIS COMPAÑEROS**

**ESCOGE TU DONATIVO EN CAJA**

Con **2€ UNICEF** puede vacunar a 9 niños y niñas contra la tuberculosis.

Con **5€ UNICEF** puede proporcionar agua potable a 121 niños y niñas por 1 día.

**BM** a favor de **unicef**

portodosmiscompañeros.es

- Cáritas. Entrega de vales de descuento.
- Donantes de Sangre de Gipuzkoa, Cantabria y Araba/Álava. Entrega de 9.748 euros.
- Colaboración con Unicef. Campaña de recaudación de donativos: 11.702 euros.
- Colaboración con la campaña de recogida de alimentos para el Sahara.
- Colaboración con campañas de recogida de tapones, para diferentes acciones solidarias.
- Venta de boletos para la rifa solidaria en beneficio de Aimar (en Bizkaia): 12.250 euros.
- Concierto Solidario de Navidad, a favor de ADEMGI (Asociación de Esclerosis Múltiple de Gipuzkoa).
- Iniciativa Gigante (con la comparsa de gigantes y cabezudos de Donostia).
- Cruz Roja y Aldeas Infantiles: cesión de espacio en tienda para campañas de captación de socios, recaudación o venta de lotería.





Cada vez se hace más necesario, por parte de todas las empresas e instituciones, tomar conciencia de los impactos, que su actividad genera en el entorno, con el fin de ser responsables en materia de sostenibilidad y contribuir al buen desarrollo y bienestar de la sociedad.

En el sector del gran consumo, esta responsabilidad es ineludible y afecta a la toma de decisiones, en todos los ámbitos de la cadena de actividad, para garantizar que todas las actuaciones se realicen, desde un punto de vista sostenible y respetuoso con el medioambiente. Solo desde la toma de conciencia del papel, que juegan las empresas en la preservación del entorno, seremos capaces de aportar y contribuir a la calidad de nuestro entorno.

La toma de conciencia de esta responsabilidad es el primer paso, con el fin de tomar una posición comprometida. A partir de ahí, resulta necesario trabajar, para implementar acciones, que sean respetuosas y acordes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible que marca la ONU en materia de sostenibilidad, en las diferentes áreas de la empresa: toma de decisiones estratégicas de organización de empresa, de infraestructuras y acciones de sensibilización social, hacia la ciudadanía.

Inmersos en esta realidad, Grupo Uvesco desarrolla, en los últimos años, una serie de acciones y decisiones estratégicas, dirigidas a reducir los impactos medioambientales -derivados de su actividad comercial-, que refuerzan su compromiso con la calidad de vida (el pilar básico de su visión comercial).

## EFICIENCIA ENERGÉTICA



Apuesta por la energía verde y la eficiencia energética

Estas acciones han supuesto una inversión importante, para el Grupo. Inversión dirigida, por un lado, a la mejora de las infraestructuras y medidas de eficiencia energética de todas sus instalaciones, tanto supermercados como plataformas centrales (mejora de luminarias led y murales de frío con puerta, habilitación de diferentes puntos de recogida selectiva...). Y por otro lado, a la apuesta por la energía verde -materializada en la primera firma, a nivel nacional, de un acuerdo para el consumo de energía verde-

Al mismo tiempo -y muy necesario-, el Grupo implementa acciones de sensibilización hacia sus trabajadores, a través de las formaciones y soportes de comunicación internos, para implicarles en la estrategia de compromiso sostenible y mantener la cadena de valores, en todo el proceso de la gestión comercial, con el fin de que éstos, a su vez, lo puedan trasladar a los clientes.

## 100% de energía renovable

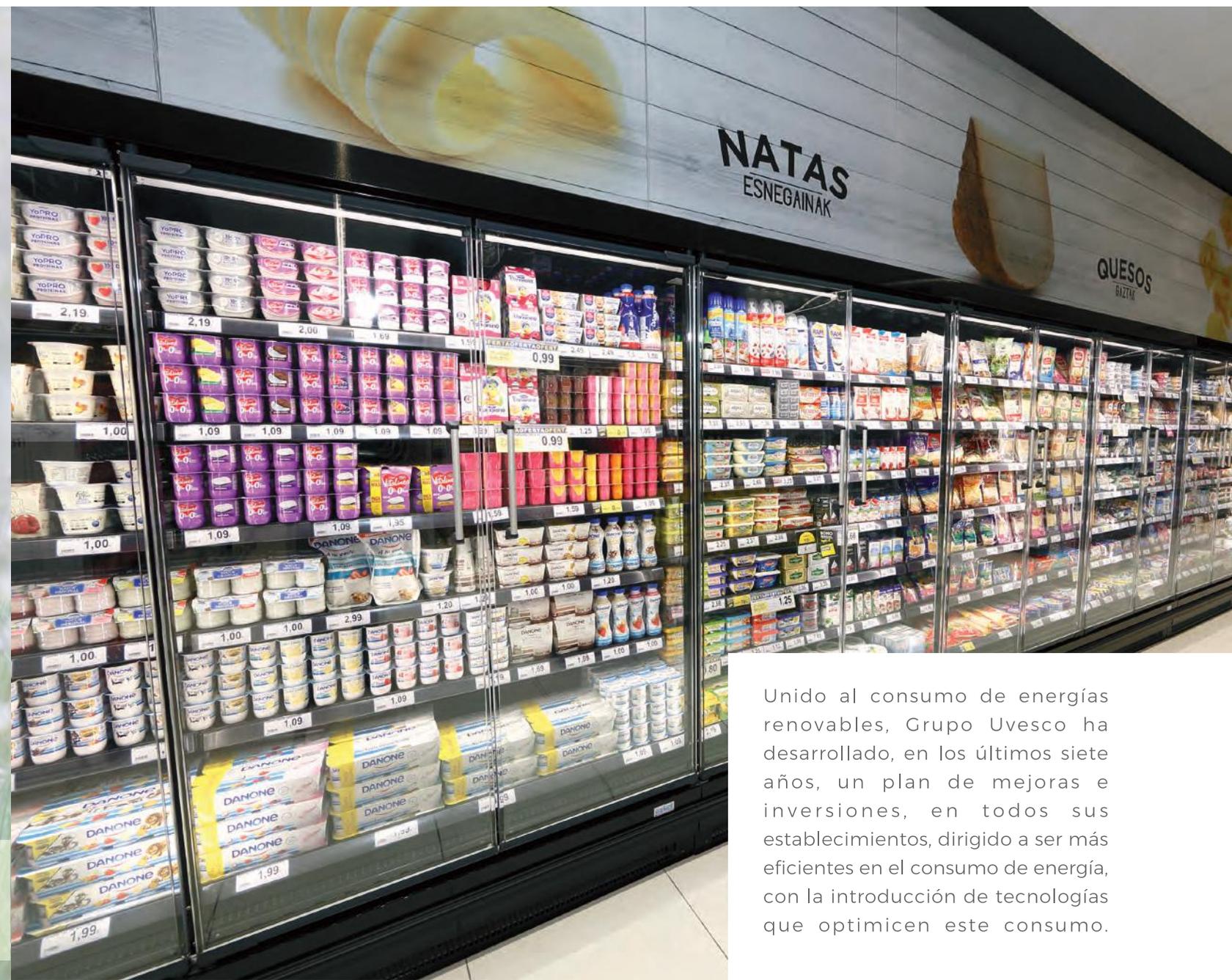
## Supermercados eficientes

Una de las acciones estratégicas más relevantes, que el Grupo adoptó en 2018, fue la firma de un acuerdo de compraventa de energía con Iberdrola, que le ha convertido en el primer grupo de distribución, a nivel nacional, que ha adoptado este compromiso. Con este acuerdo pionero en España, Grupo Uvesco podrá alcanzar el objetivo de consumir el 100% de la energía renovable, a partir de 2020 y, con ello, dar un salto importante, en su compromiso con la sostenibilidad.

Este PPA (Power Purchase Agreement) consiste en un acuerdo de compraventa de

energía, a largo plazo, para el suministro de electricidad, en base a activos renovables. Con este compromiso, el Grupo logrará evitar más de 26.700 ton de emisiones de CO<sub>2</sub> al año, contribuyendo, así, a la estrategia de descarbonización de la economía -ya que el 100% del suministro de energía será renovable, procedente de la planta solar Núñez de Balboa, que Iberdrola está construyendo en Usagre (Badajoz-Extremadura)-. Con una capacidad de 391 MW, será el mayor proyecto fotovoltaico de Europa.

Emisiones CO<sub>2</sub>  
v 26.700 ton / año



Unido al consumo de energías renovables, Grupo Uvesco ha desarrollado, en los últimos siete años, un plan de mejoras e inversiones, en todos sus establecimientos, dirigido a ser más eficientes en el consumo de energía, con la introducción de tecnologías que optimicen este consumo.

Estas inversiones han consistido, por una parte, en la colocación de puertas, en los murales de producto frío y armarios de congelado, para mantener la temperatura idónea de los productos y evitar el escape de energía y mejorar también la climatización en tienda.

Por otra parte, se han cambiado todas las luminarias en las tiendas y en las plantas centrales, con la colocación de bombillas y fluorescentes LED, de bajo consumo.

En el último año, la inversión en estas medidas ha sido de 102.939 euros, que se han dirigido a la renovación y mantenimiento de las luminarias, con el cambio de 1.142 bombillas. Con las medidas adoptadas, prácticamente el 100% de los supermercados del Grupo son eficientes, desde el punto de vista energético.

**102.939 €  
de inversión  
1.142 bombillas  
cambiadas**



## Oficinas más eficientes

Para la mejora de la eficiencia energética, en las oficinas centrales se ha llevado a cabo una remodelación completa de las instalaciones, que ha contemplado criterios ecoeficientes y con impacto en dos ámbitos:

**1** Las obras han supuesto el cambio de toda la instalación eléctrica y la colocación de nuevas luminarias led y sensores de luz, que, unido a la nueva ordenación del espacio -con los puntos de trabajo orientados a las ventanas-, permite un mayor aprovechamiento de la luz.

**2** Se ha cambiado el sistema de climatización, que permite una mejor conservación de la temperatura y optimiza el consumo energético.



Adicionalmente, se mejora la calidad de trabajo de los empleados, con espacios renovados, acordes a las nuevas necesidades y crecimiento de la empresa y que, en definitiva, mejoran las condiciones de ergonomía, comodidad y ambiente de trabajo.

Con estas actuaciones, se siguen dando pasos para incorporar medidas ecoeficientes, reducir el consumo energético global y, por tanto, minimizar el impacto medioambiental, reduciendo la emisión de CO<sub>2</sub>, que genera la gestión comercial de la empresa; emisiones que se llegarán a eliminar gracias al consumo de energía verde, a partir de 2020.

**Estas inversiones han supuesto un ahorro energético de 287.772 Kwh/año, que se traduce en una reducción de emisión de 110 Tn de CO<sub>2</sub>.**

Inversión 2017  
**264.199€**

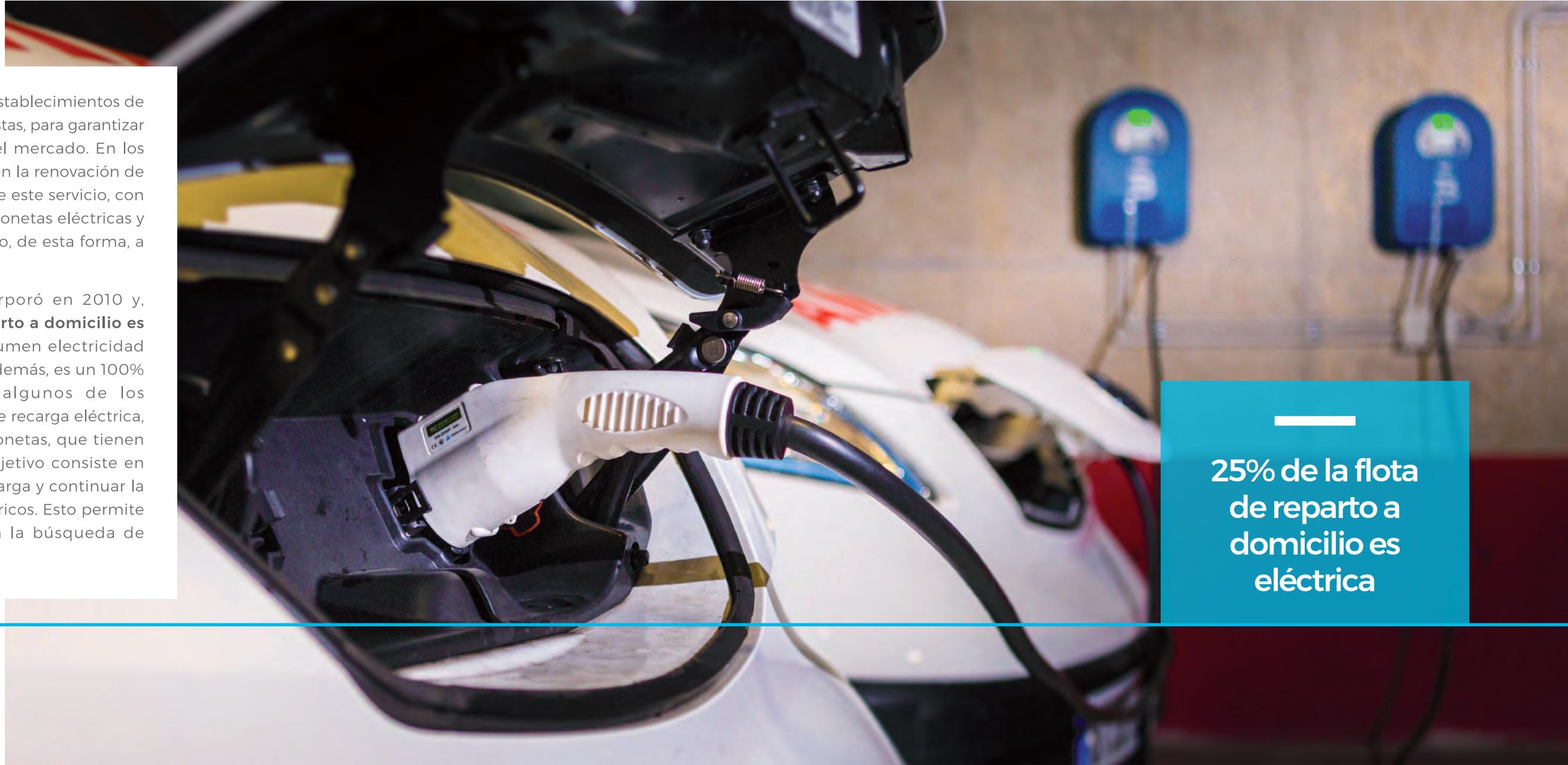
Inversión 2018  
**360.095€**

Inversión 2019  
**370.237€**

## TRANSPORTE SOSTENIBLE

El servicio de entrega a domicilio de los establecimientos de Grupo Uvesco es una de sus grandes apuestas, para garantizar un servicio de calidad y diferencial en el mercado. En los últimos años, se está actuando también en la renovación de la flota de vehículos, que forman parte de este servicio, con el fin de incorporar, paulatinamente, furgonetas eléctricas y bicicletas de última milla, (contribuyendo, de esta forma, a que este transporte sea sostenible).

El primer vehículo eléctrico se incorporó en 2010 y, actualmente, el **25% de la flota de reparto a domicilio es eléctrica**, de manera que no solo consumen electricidad (con cero emisiones de CO<sub>2</sub>), sino que, además, es un 100% de energía renovable. Asimismo, algunos de los establecimientos incorporan ya puntos de recarga eléctrica, para garantizar el servicio de estas furgonetas, que tienen una media de dos cargas diarias. El objetivo consiste en seguir introduciendo más puntos de recarga y continuar la ampliación de la flota de vehículos eléctricos. Esto permite a Grupo Uvesco seguir avanzando, en la búsqueda de alternativas al transporte convencional.



—  
**25% de la flota  
 de reparto a  
 domicilio es  
 eléctrica**

Asimismo, el pasado año, se introdujeron puntos de recarga abiertos a los clientes, en dos establecimientos de Madrid. Con ello, se ofrece un nuevo servicio a aquellos ciudadanos que también apuestan por desplazarse en transporte sostenible.

energía  
**100%**  
renovable



## GESTIÓN DE RESIDUOS

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

Gestionando  
de forma  
sostenible



## La clave: separación y reciclaje de cada residuo

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

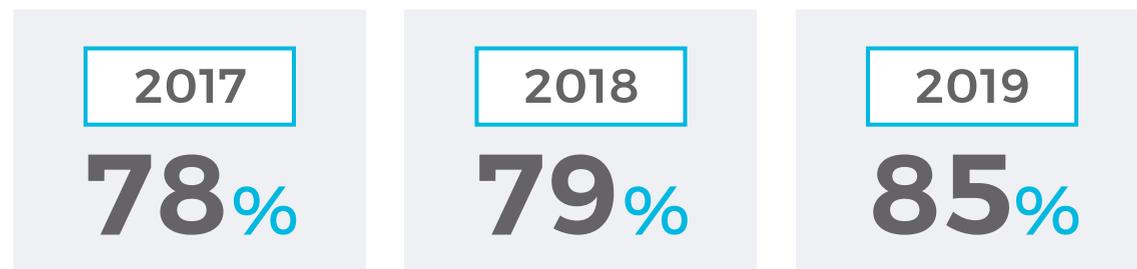
La segunda medida es la correcta separación de cada tipo de material, para maximizar los beneficios del reciclado y generar nuevos productos, a través del retorno de los residuos. Grupo Uvesco desarrolla una labor de compromiso con la separación selectiva, que se aplica a todos los residuos diferentes, 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.

En las plataformas centrales, los restos de pescado, carne, frutas y hortalizas tienen un tratamiento específico y separado. Por otro lado, se realiza el separado y retirado del plástico, el cartón, el poliestirén y la madera -cada uno de ellos, con su propio sistema de gestión-. Así, se da una salida sostenible y útil a todos los residuos que se generan, derivados de la actividad de la distribución alimentaria. En total, a través de estas medidas de gestión de residuos, Grupo Uvesco llega a reciclar 6.200 toneladas anuales.



### Tasa de reciclaje de residuos





## Punto limpio con cinco compactadoras

## Punto limpio, en la plataforma logística

Para ello, en su plataforma logística de Gipuzkoa, Grupo Uvesco cuenta con un punto limpio, con cinco autocompactadoras, destinadas a la clasificación y separación de los residuos, para su posterior reciclaje: orgánicos, plástico, cartón, madera y resto. Con este sistema, se implica también a empresas locales de tratamiento de los residuos -desde poblaciones de Bizkaia, como Mundaka, hasta otras navarras, como Estella-.

Asimismo, a través de los puntos de venta, se realizan labores de sensibilización, con la colaboración en campañas de recogida y reciclaje, a través de diferentes asociaciones y grupos sociales: pilas, móviles, tapones, bombillas, cápsulas y aceite.

Recientemente, se han renovado las papeleras selectivas de las oficinas centrales y de las plataformas logísticas, para facilitar el trabajo de separación y contribuir a sensibilizar a los empleados, en materia de reciclaje. Estas papeleras también se han introducido en el 50% de los establecimientos, con la idea de implicar a los clientes. Asimismo, se están estudiando opciones, para seguir avanzando en la reutilización de los materiales retirados en estos puntos.

## Retorno de los residuos reciclados



### Restos del pescado

Se envían a la empresa Barna, en Mundaka (Bizkaia) -donde los reutilizan para crear harinas de pescado-.

### Restos de carne

Se gestionan, a través de la empresa Seberia Donostiarra -para fabricar jabones y pieles sintéticas-.

### Frutas y hortalizas

Para aprovechar las frutas y hortalizas, que no son aptas para el consumo humano, la cadena cuenta con un separador y compactador de fruta, con el que se produce compost.

### Plásticos y cartón

Los plásticos y el cartón son enviados a gestores autorizados.

### Material restante

El material, que no se puede separar para el reciclaje, se envía a una planta de cogeneración, en Mendigorriá (Navarra), donde se utiliza para generar metano y turba (abono).

## European Week for Waste Reduction

El proceso de gestión de residuos de Grupo Uvesco le llevó a ser finalista en 2017 de los premios EWR (European Week for Waste Reduction - Semana Europea de la Prevención de Residuos). Se trata del máximo reconocimiento en Europa a las mejores acciones, en materia de reducción de residuos. Ese mismo año, también fue reconocida como la mejor iniciativa de gestión de residuos, por la labor desarrollada en la planta logística de Irun, en la Semana de Prevención de Residuos de Euskadi.

## Embolsado sostenible

El principal reto al que se enfrenta la gran distribución, en materia de sostenibilidad, es buscar alternativas al uso del plástico. En Grupo Uvesco, conforme a la legislación sobre el uso de bolsas de plástico del 1 de julio de 2018, se han aplicado una serie de medidas, que han permitido reducir el uso de las bolsas de un solo uso, en un 80% en el último año.

La primera medida ha sido reforzar el servicio de embolsado de la compra, un factor diferenciador de las tiendas del Grupo -con el que, desde caja, se hace una utilización responsable y se reduce el uso de bolsas, sin perder el servicio excelente-.



El cliente cuenta, además, con diferentes tipos de bolsas reutilizables, que mantienen la capacidad de elección del cliente -uno de los pilares del modelo Uvesco- y se adecúan a las diferentes necesidades. En 2019, se han dado más pasos en este sentido, introduciendo mallas reutilizables, en la sección de frutas y verduras, como alternativa sostenible de embolsado, en el mostrador de autoservicio. En el primer año de implantación, se han repartido 44.500 mallas entre los clientes.

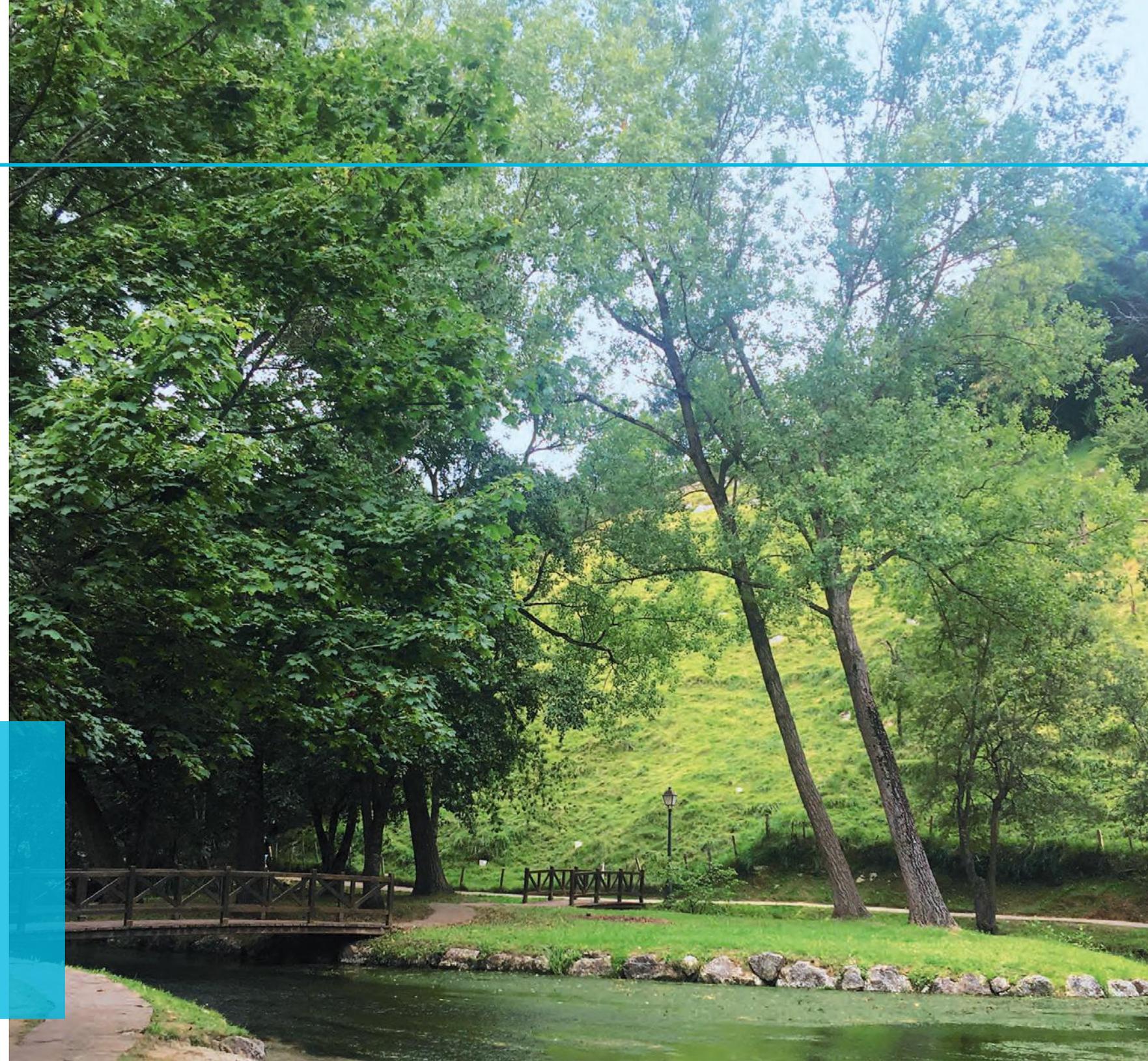
También para completar el servicio, desde hace un año, los establecimientos ponen a disposición de los clientes “carros de cortesía”, de uso gratuito, para transportar las compras hasta el domicilio particular.

## Digitalización y reducción de papel

El desarrollo de la plataforma digital, con la introducción de la aplicación móvil de la Tarjeta BM -cada año, con mayor uso-, supone una medida de reducción del consumo de papel, como consecuencia de la sustitución de los descuentos en papel, por descuentos digitales.

Otra de las medidas adoptadas en 2019, con impacto en sostenibilidad, ha sido la sustitución del papel térmico de los tickets de todos los establecimientos, por papel con componentes más sostenibles. De esta forma, el Grupo se adelanta a la normativa que entra en vigor el 1 de enero de 2020, que prohíbe el uso de los tickets actuales, en el sector del comercio, por ser más nocivos (Bisfenol-A).

Ahorra papel,  
cuida el  
medio  
ambiente



En los próximos años, el reto consiste en seguir apostando por las nuevas tecnologías, como medida que permita apoyar las políticas medioambientales y la toma de decisiones -en consonancia con las directrices europeas, en materia de sostenibilidad-, incrementando la digitalización y reduciendo el papel.



---

Ctra. Irun a Oiartzun, s/n  
Polígono Bidaurre Ureder (B.º Ventas)  
20305 IRUN (Gipuzkoa)  
Teléfono: (+34) 943 668 000

---

Polígono Industrial Barros  
Parcela 23  
39400 LOS CORRALES DE BUELNA (Cantabria)  
Teléfono: (+34) 942 848 120

[www.uvesco.com](http://www.uvesco.com)