

2020

Uvesco
en sociedad



 **UVESCO**



Uvesco
en sociedad

Memoria de Responsabilidad Social



índice

INTRODUCCIÓN DIRECTOR GENERAL	06	EQUIPO UVESCO	84
CONTEXTO E IMPACTOS COVID-19	08	Sistema para personas Uvesco: dos grandes objetivos y diferentes áreas de actuación	85
Uvesco en valor: servicio esencial en tiempos de crisis	09	Calidad de empleo: un grupo en crecimiento	90
Uvesco: dinamizador de la economía	14	Gestión del talento: identificando a los/as mejores profesionales	94
EL MODELO UVESCO	20	Reconocimiento: hacer grande una profesión esencial	98
ADN de Uvesco. Principios que nos ayudan a crecer	22	Desarrollo: formando mejores profesionales en tiempos de COVID-19	101
Valores. Comprometidos con una sociedad saludable, solidaria y próspera	26	Liderazgo: buscando la excelencia en la profesión	105
Impacto económico. Valor generado en nuestro entorno	28	Compensación y beneficios: responsables con el empleo de calidad	108
Campaña "R": tomando consciencia de nuestros impactos	30	Escucha: responsables con la participación de nuestros equipos	110
Impacto en desafíos globales. Compartimos objetivos	32	Comunicación: haciéndonos partícipes de la visión compartida	113
RESPONSABILIDAD CON LAS PERSONAS	36	Vender seguro/a: salud, bienestar y seguridad de los/as trabajadores/as	116
Uvesco responsable: garantizando la alimentación, la seguridad y el bienestar de las personas	37	UVESCO LOCAL Y SALUDABLE	122
Beneficios para el/la cliente/a	40	Compromiso con el producto local y de temporada. Más sostenibles por ser km 0	123
Medidas extraordinarias para hacer frente a la crisis COVID-19:	42	Carne de aquí. Pesca de aquí. Fruta y verdura de aquí	128
Refuerzo del servicio de atención al/a la cliente/a, servicio esencial	42	Alimentación sana y de calidad	140
Nuevo servicio de atención telefónica a personas mayores	44	UVESCO SOSTENIBLE Y EFICIENTE	152
Impulso al servicio <i>online</i> : un paso decisivo hacia la omnicanalidad	45	Uvesco sostenible y respetuoso con el medioambiente, para lograr un mejor bienestar social	153
Medidas de ahorro extraordinarias para familias	51	Gestión de residuos. Revisión de caducidades, clave para reducir el desperdicio	160
Medidas de seguridad en el punto de venta	52	Eficiencia energética: 100% de energía eléctrica renovable	166
UVESCO SOCIAL Y SOLIDARIO	56	Logística eficiente. Furgonetas eléctricas	172
Uvesco comprometido con su responsabilidad social ante la crisis	57		
Impulso a la economía local, a través de acuerdos colectivos	62		
Actividades culturales y de ámbito social	70		
Patrocinios y clubes deportivos	74		
Deporte y hábitos saludables	76		
Responsables con los Bancos de Alimentos	78		
Más iniciativas solidarias	80		

2020/

UN NUEVO ESCENARIO PARA UNA PROFESIÓN ESENCIAL

En este último año, la crisis generada por la COVID-19 nos ha situado en un escenario muy diferente al que hasta ahora habíamos conocido en el sector de la distribución. Nos hemos convertido en un servicio esencial para la sociedad y hemos tenido que adoptar decisiones de urgencia, que nos han planteado retos muy difíciles, pero muy necesarios.



En la primera fase del estado de alarma, nos vimos en la obligación de adaptar nuestra logística, servicio y plantilla a una situación de emergencia, donde la prioridad fue garantizar el abastecimiento, suministro y seguridad de las personas. Vivimos momentos tensos y de incertidumbre, pero conseguimos cubrir las necesidades básicas de la población.

Durante los meses siguientes, hemos continuado adaptándonos a las diferentes medidas y acontecimientos, con el mismo compromiso por el abastecimiento. Y hemos seguido ofreciendo todos nuestros recursos disponibles, para que nuestros supermercados fueran (y continúen siendo) espacios completamente seguros.

El nuevo contexto en el que nos encontramos marca, sin ninguna duda, el presente y el futuro de nuestra actividad y de nuestra Responsabilidad Social. 2020 nos ha hecho reflexionar, visualizar nuestra posición estratégica -como servicio esencial a la sociedad- y, en consecuencia, replantearnos la importancia de todos los impactos que generamos en nuestro entorno. Desde nuestras colaboraciones, con las familias y colectivos más desfavorecidos -con los que hemos tenido que ser más solidarios que nunca-; pasando por nuestros proveedores -que han sido fundamentales para garantizar el suministro- y llegando hasta nuestros profesionales -que son nuestro valor principal y que han demostrado un compromiso ejemplar, durante el desarrollo de esta crisis-. Por otra parte, la crisis económica generada por la pandemia nos ha hecho poner la mirada en los colectivos más perjudicados: como el sector de hostelería -al que hemos tendido nuestra mano- y los proveedores locales -con quienes hemos estrechado aún más nuestros lazos, para poder dar salida a los excedentes, generados por el cierre de la hostelería-.



Director General
José Ramón
Fernández de
Barrena Bermejo



No cabe duda de que este año nos ha puesto a prueba; pero también, ha corroborado que estamos haciendo bien las cosas. Por ello, nuestro modelo UVESCO, con supermercados de cercanía y basados en la alimentación de calidad, constituye un modelo de éxito. Un modelo, que hemos podido mantener, pese a las dificultades, y que ha sido avalado, con la confianza de miles de familias, para las que siempre somos, aún en los momentos más complicados, su supermercado de referencia.

Por otra parte, en cuanto a nuestros recursos humanos, nos hemos visto respaldados por el reconocimiento social, hacia nuestros empleados y hacia nuestra profesión. Por ello, nos sentimos muy orgullosos y con muchas ganas de continuar destinando esfuerzos a la inversión en formación, al bienestar y seguridad de nuestros trabajadores y, en definitiva, al empleo de calidad.

2020 ha sido también un año en el que hemos dado grandes pasos en sostenibilidad, a través de la toma de importantes decisiones estratégicas. La eliminación definitiva del plástico; el avance en la digitalización y el *e-commerce*; el consumo de energías renovables y la apertura de tiendas eficientes y seguras tienen un impacto directo en la dinamización de la economía y en la generación de empleo.

Nuestro reto supone seguir abordando la Responsabilidad Social como eje principal de todas nuestras actuaciones y continuar aportando valor en todo aquello en lo que seamos capaces de impactar. Todo ello, con el objetivo de que el modelo UVESCO sea un referente para nuestro entorno y para la alimentación de calidad, el bienestar, la solidaridad y la sostenibilidad.



UVESCO EN VALOR SERVICIO ESENCIAL EN TIEMPOS DE CRISIS

El año 2020 ha sido un año clave para el sector de la distribución alimentaria, ya que ha tomado parte activa en la crisis de la COVID-19, como uno de los sectores de primera necesidad y de servicio básico para la población.

Esta crisis ha puesto de manifiesto las fortalezas y debilidades de las empresas de distribución que, en todos los niveles de sus áreas competenciales, han realizado esfuerzos extraordinarios para poder afrontar esta pandemia y que han sido los responsables del abastecimiento y de la seguridad de la población, durante los meses de confinamiento más duros. Un papel de relevancia de las empresas, que va a marcar el presente y el futuro de la distribución y que ya ha hecho replantear las estrategias, en materia de responsabilidad social -adoptando este área un mayor protagonismo, en el desarrollo de los planes de expansión y de adopción de medidas, en los diferentes ámbitos de gestión-.

Las medidas recogidas en el **Plan de Responsabilidad Social de Grupo Uvesco**, con la declaración del Estado de Alarma del 14 de marzo, se han visto reforzadas, en unos casos -como las estrategias en materia de seguridad de personas- y modificadas, en otros -como el desarrollo de actividades en el ámbito social y cultural-. Además, han supuesto una colaboración más estrecha con agentes locales, con proveedores y con las autoridades, para garantizar el suministro alimentario de la población.

Refuerzo del Plan de Responsabilidad de Grupo Uvesco



TIENDAS
240

FACTURACIÓN
954M€

INVERSIÓN
38M€

PROVEEDORES
LOCALES
236M€

BANCOS DE
ALIMENTOS
307T

AHORRO
ENERGÉTICO
813.272KWh

TASA DE
RECICLAJE
85%

EMPLEADOS/AS
5.664

SALARIOS Y
BENEFICIOS
SOCIALES
183M€

INVERSIÓN EN
FORMACIÓN
4,7M€

AHORRO
EMPLEADOS/AS
1,2M€

ENCARGADAS
TIENDA
56%

BENEFICIO EN
LA COMUNIDAD
3,4M€

BENEFICIO
FAMILIAS
NUMEROSAS
1,9M€

REFUERZO
PLANTILLA
550

MEDIDAS
COMPENSACIÓN
EMPLEADOS/AS
7M€

AHORRO A
FAMILIAS
1,7M€

APOYO SECTOR
HOSTELERO
0,5M€

INVERSIÓN EN
SEGURIDAD
2,7M€

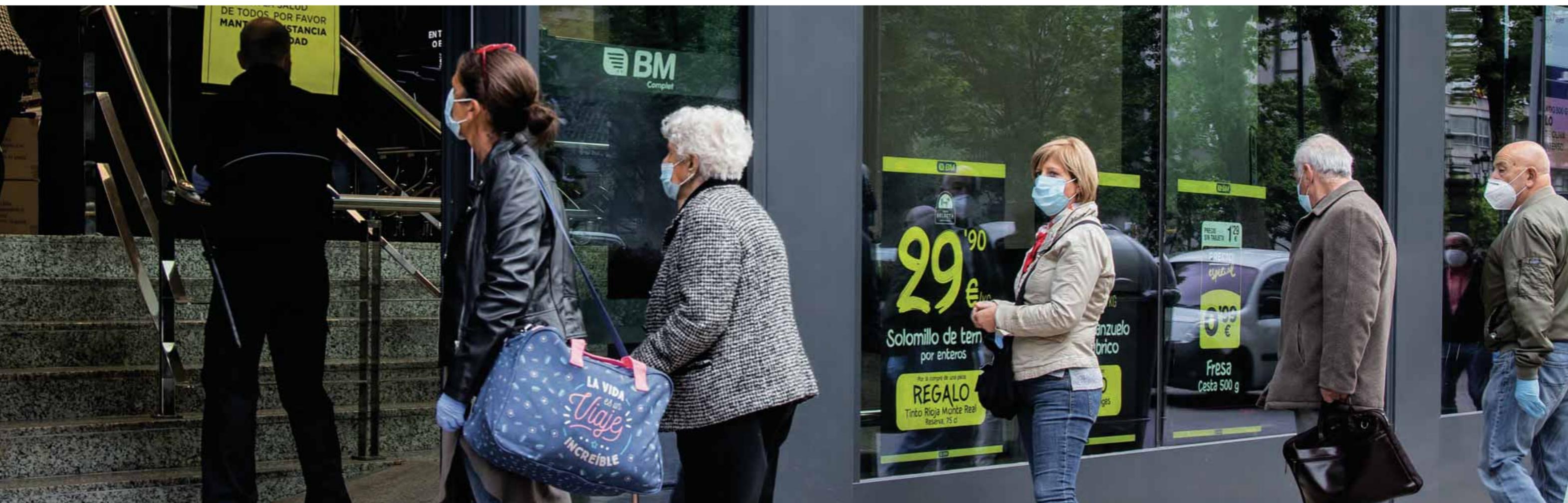
**DATOS
DIRECTAMENTE
RELACIONADOS
CON LA CRISIS
COVID-19**

El modelo de supermercado Uvesco, con puntos de venta en zonas residenciales y de proximidad a viviendas, ha sido determinante en la gestión que se ha realizado, ya que ha permitido al grupo contar con una estructura sólida y necesaria, para poder abordar la crisis, sin modificar los valores de excelencia, surtido y producto fresco.

La posición estratégica de los establecimientos -ubicados en zonas accesibles- y la gestión logística,

junto a la visión transversal y coordinada de las diferentes áreas, le han permitido a Grupo Uvesco hacer frente a la crisis, adaptarse a la evolución de los acontecimientos y optimizar los esfuerzos. A partir del mes de mayo, se ha podido retomar los proyectos de desarrollo y expansión, actuando de forma responsable y priorizando las medidas de seguridad de las personas -cuestión clave, en el desarrollo de todas las acciones-.

La posición estratégica de nuestros establecimientos, la gestión logística y la coordinación de las distintas áreas nos ha permitido hacer frente a la crisis, y adaptarnos a los acontecimientos



UVESCO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA

La inversión destinada a planes de expansión de Grupo Uvesco, en 2020, ha sido de 38 millones de euros, enfocados en dos ámbitos: crecimiento en superficie y desarrollo del modelo BM en la zona centro y en las reformas de supermercados ya consolidados -centradas en la optimización del espacio y, en especial, en el refuerzo de las secciones de fresco, seña de identidad de BM Supermercados-.

En el contexto de crisis actual y con las limitaciones que esta situación supone para el desarrollo de estos planes, el grupo ha abierto siete nuevos supermercados, repartidos entre Madrid, Cantabria y Gipuzkoa y, entre marzo y noviembre, ha acometido la reforma completa de trece supermercados:

- Cinco nuevos supermercados BM en Madrid (Majadahonda, Las Rozas, Colmenar Viejo, San Sebastián de los Reyes y Madrid Centro)
- Nuevo supermercado BM en Cantabria (Santander)
- Nuevo supermercado BM en Gipuzkoa (Zarautz)
- Once reformas de supermercados BM en Bizkaia (Bilbao, Barakaldo, Portugalete y Santurtzi)
- Reforma completa de supermercado BM en Madrid (El Escorial)
- Reforma completa de supermercado BM en Gipuzkoa (Irun)





INVERSIÓN
38M€

FACTURACIÓN
954M€

240 SUPERMERCADOS
178.119 M²

ESTABLECIMIENTOS POR PROVINCIAS

- BIZKAIA:** 100 supermercados, 65.209 m²
- GIPUZKOA:** 56 supermercados, 39.697 m²
- ÁLAVA:** 7 supermercados, 7.369 m²
- NAVARRA:** 24 supermercados, 22.802 m²
- CANTABRIA:** 25 supermercados, 16.946 m²
- LA RIOJA:** 5 supermercados, 5.469 m²
- MADRID:** 21 supermercados, 19.263 m²
- ÁVILA:** 2 supermercados, 1.364 m²

IMPULSO A EMPRENDEDORES

Uno de los impactos socioeconómicos de Grupo Uvesco consiste en la generación de empleo; no solo empleo directo, a través de la contratación, sino también, a través de otras fórmulas de negocio, como es el caso de BM Shop. Esta fórmula ofrece una oportunidad de abrir un supermercado rentable y con opciones de futuro a emprendedores, que quieren sumarse al modelo BM, con un desarrollo profesional en poblaciones de pequeño tamaño.

Estas franquicias cuentan con el apoyo del grupo: desde asesoramiento financiero, hasta el plan de viabilidad y seguros; surtido y servicio logístico de Uvesco; apoyo y formación del

personal, para los empleados del grupo... La importancia de la coordinación y comunicación entre Grupo Uvesco y sus franquiciados se ha puesto en valor durante el período de confinamiento, donde el servicio en estas tiendas ha estado garantizado en todo momento. Han contado, asimismo, con las medidas de seguridad impuestas en las propias tiendas. Todo ello beneficia tanto al emprendedor, que muestra su satisfacción por pertenecer a Grupo Uvesco, como al mantenimiento del modelo BM a través de estas tiendas.



5 NUEVAS FRANQUICIAS

13 FRANQUICIAS EN TOTAL

Repartidas por Bizkaia, Cantabria, Asturias, Navarra y La Rioja



En 2020, el desarrollo de este formato, condicionado por las dificultades impuestas por la crisis de la COVID-19, ha tenido como resultado cinco nuevas franquicias, consiguiendo dar un impulso a esta fórmula, que ya suma trece supermercados, repartidos en poblaciones de Bizkaia, Cantabria, Asturias, Navarra y La Rioja.



EL MODELO UVESCO OFRECER UN SERVICIO DE CALIDAD

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

ADN DE UVESCO

PRINCIPIOS QUE NOS AYUDAN A CRECER

El desarrollo de la actividad de distribución lleva consigo el desarrollo de una estrategia, en la que se tienen en cuenta los principios que marcan el modelo de Grupo Uvesco:

Pilares modelo Uvesco

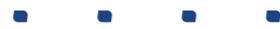
Generar una relación de confianza y de seguridad con los/as consumidores/as, mediante la oferta de productos de calidad, surtido amplio y descuentos a medida.



Fomentar la alimentación saludable, a través del protagonismo del producto fresco, mostradores atendidos por especialistas y acuerdos con el sector agroalimentario.



Priorizar el servicio excelente al/a la cliente/a, con la atención en secciones y la habilitación de canales de comunicación directa (por medio del personal de tienda y las nuevas tecnologías).



Compromiso con la formación, el desarrollo del talento y el reconocimiento de los/as trabajadores/as, para garantizar el empleo de calidad.



Apoyar a la comunidad, a través de sus agentes sociales para impactar en las personas y en colectivos desfavorecidos del entorno de sus tiendas.



Visión compartida por todas las personas que forman Grupo Uvesco

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 constante -haciendo frente a las adversidades del mercado y del sector- y ha demostrado ser un modelo sostenible y fiable en el último año, a consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19, donde el sector de la distribución ha sido protagonista y en el que el grupo ha realizado un esfuerzo extraordinario, demostrando que su modelo puede contar con la confianza de los clientes, en las situaciones más adversas.

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, desde las diferentes áreas que forman el grupo, sobre los pilares y bases de la empresa, es posible realizar una gestión eficiente y con resultados positivos, en el balance general de la empresa. Esta visión hace que 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.

Compromiso y vocación orientados al/a la cliente/a

VALORES

COMPROMETIDOS CON UNA SOCIEDAD SALUDABLE, SOLIDARIA Y PRÓSPERA

Para conseguir su misión, Grupo Uvesco desarrolla su actividad, según **seis áreas de actuación concretas, que marcan toda su gestión y su relación con las personas y su entorno.**

1 ALIANZAS CON EL SECTOR PRIMARIO

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

3 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/la consumidor/a es el/la protagonista-.

5 BIENESTAR Y SALUD DE LAS PERSONAS

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

2 CERCANÍA CON LA COMUNIDAD

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

4 CALIDAD DEL EMPLEO

Responsabilidad por el empleo de calidad -invirtiendo en formación de sus trabajadores/as y en beneficios sociales- y por la seguridad y bienestar de las personas. Todo ello repercute en la excelencia del servicio.

6 INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

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.

¿Cómo construimos nuestra cadena de valor?

Los principios de Grupo Uvesco -surtido, producto fresco y servicio- son los que, finalmente, marcan toda la actividad de las diferentes áreas y, por lo tanto, 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.

Para el desarrollo de la actividad, se establecen canales de diálogo y colaboraciones, con los grupos de interés con los que interactúa y en los que su actividad genera, además, un impacto -por lo que son fundamentales, para generar una cadena de valor-. De esta forma, la relación estrecha y necesaria, para el desarrollo de la gestión, tiene un impacto positivo en el bienestar y calidad de cada una de las partes y permite que la actividad económica sea equilibrada y sostenible.

Agentes en la cadena de valor del grupo:

Proveedores/as y acreedores/as
Clientes/as



Empleados/as
Agentes sociales

Apuesta por la capacidad de elección, con más de 15.500 referencias

IMPACTO ECONÓMICO

VALOR GENERADO EN NUESTRO ENTORNO



La actividad comercial de Grupo Uvesco y su marcado carácter local generan un valor económico que revierte, a su vez, en los diferentes agentes, que forman parte de su cadena de valor y que intervienen en su actividad: proveedores/as y acreedores/as, trabajadores/as y sociedad en general.

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

/ VALOR DISTRIBUIDO

SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES
183M€

COMPRAS A PROVEEDORES/AS LOCALES
236.687.637€

INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD
3.431.566€

/ INVERSIONES

PROYECTOS DE EXPANSIÓN E I+D+i
38M€

/ IMPUESTOS

PAGOS A LAS ADMINISTRACIONES
92M€



CAMPAÑA “R” TOMANDO CONSCIENCIA DE NUESTROS IMPACTOS

El compromiso de Grupo Uvesco, con la sociedad y el medioambiente, se ha recogido bajo la marca “R” de Responsabilidad. Con ella, se han puesto en valor todas las acciones, que tienen un impacto dirigido a construir una sociedad más justa, sostenible y solidaria. Las acciones se empezaron a comunicar a primeros de año. Con motivo de la crisis sanitaria, la marca “R” se ha convertido en el soporte canalizador de mensajes de reconocimiento hacia sus equipos, por el trabajo realizado durante los periodos más críticos. Asimismo, se ha utilizado para trasladar a la población mensajes de tranquilidad, sobre el surtido y las medidas de seguridad en los establecimientos.

**“R” de
“Responsabilidad”:**
Compromiso Grupo
Uvesco con la
sociedad y el
medioambiente

ARDURA



RESPON
SABILIDAD



no es lo mismo aldea dago



IMPACTO EN DESAFÍOS GLOBALES

COMPARTIMOS OBJETIVOS

Los impactos de la actividad de Grupo Uvesco en su entorno se encuentran enmarcados en la Estrategia de Responsabilidad Social. Una estrategia desarrollada, con el fin de tomar conciencia de su compromiso y su papel, como agente social, e 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 y que marcan los ámbitos de impacto social, en los 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 para sus grupos de interés.

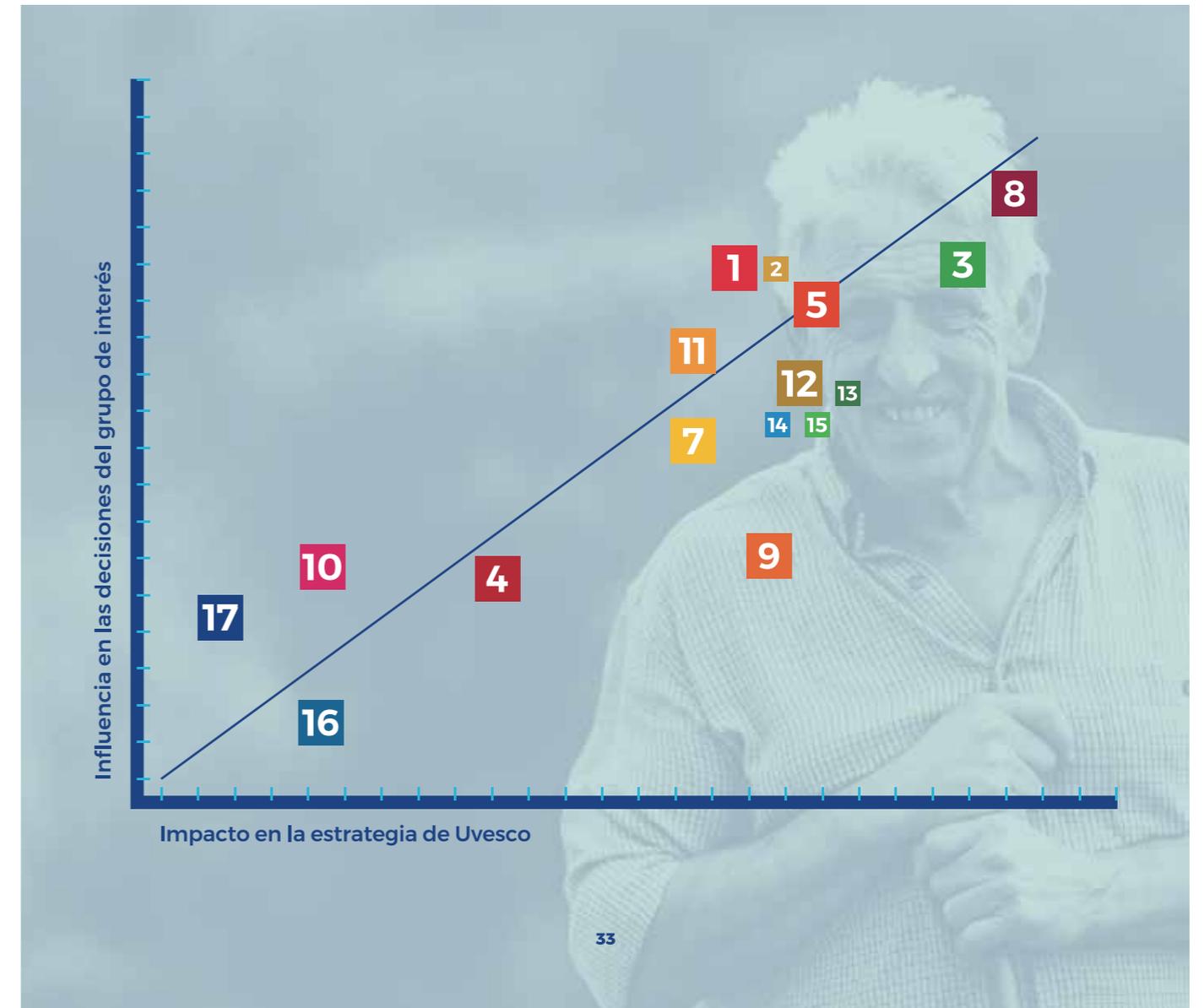
Así, **se han detectado siete objetivos de desarrollo (ODS), en los que la actividad del grupo tiene un impacto mayor.** Para cada uno de ellos, se han identificado aquellas metas, en las que se centra la estrategia de Responsabilidad Social de Grupo Uvesco. Un compromiso necesario, para que, de la mano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

7 objetivos ODS en los que el impacto es mayor

1 FIN DE LA POBREZA	2 HAMBRE CERO	3 SALUD Y BIENESTAR
4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	14 VIDA SUBMARINA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

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.
- Compra de mascarillas a colectivos vulnerables.
- Apoyo al sector de la hostelería, por la COVID-19.
- Servicio de atención para personas mayores.
- Proyectos de integración sociolaboral, en el sector agroalimentario.
- Refuerzo de la plantilla, a causa de la COVID-19.



- Descuentos para personas celíacas.
- Beneficios sociales a empleados/as.
- Promoción de alimentación saludable.
- Sensibilización por el cáncer de mama.
- Inversión en seguridad para las personas. Medidas anti-COVID-19.
- Ampliación del servicio *online*, para abastecimiento COVID-19.
- Formación *online* para trabajadores/as.
- Retos de ocio en el confinamiento: “Héroes de súper”, “Copa Uvesco”, “Trivial”.
- Programa “Elige Cuidarte”, para la salud de los/as trabajadores/as.
- Servicio de asistencia sanitaria y emocional para empleados/as, durante el confinamiento.



- Contratación de mujeres e igualdad de retribución.
- Promoción interna de empleados/as.
- Medidas extraordinarias COVID-19 de conciliación familiar: adaptación de horarios, excedencias, cambios de turnos y teletrabajo.
- Promoción interna de la mujer, bajo el programa: “Tú también puedes”.



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



- 10% de descuento en la compra, para empleados/as.
- Impulso a compra local y apoyo en su desarrollo.
- Visión a largo plazo. con proveedores/as y franquiciados/as.
- Inversiones I+D+i.
- Reparto solidario a transportistas, en plantas logísticas.
- Medidas de compensación extraordinaria COVID-19, para trabajadores/as.



- Implicación con causas locales y solidarias.
- 30% de furgonetas eléctricas de servicio a domicilio y bicicletas de última milla.
- Conducción eficiente.
- Puntos de recarga, para vehículos eléctricos.



- Valorización de residuos.
- Consumo de energía eficiente.
- Reducción de residuos.
- Programa de control de caducidades.
- *Ticket* digital, para reducir papel.
- Eliminación de bolsas de plástico y reducción de envases.

Responsabilidad con las personas



UVESCO RESPONSABLE

GARANTIZANDO LA ALIMENTACIÓN, LA SEGURIDAD Y EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS

La crisis sanitaria ha puesto a prueba la capacidad de respuesta y de acción de Grupo Uvesco, ante la demanda de servicio de la población. Toda la gestión comercial que realiza el grupo, enfocada a cubrir las necesidades de sus clientes/as, se ha visto fuertemente golpeada por una situación imprevista.

Para hacerle frente, Grupo Uvesco ha tenido que tomar decisiones de urgencia, con el objetivo de mantener su compromiso con la sociedad y dar respuesta a la confianza, depositada por el cliente en sus supermercados.

Así, la relación del grupo con el cliente, que se ha estrechado aún más a causa de la situación excepcional, ha llevado al grupo a tomar plena consciencia de su responsabilidad, como sector prioritario para garantizar la alimentación, la seguridad y el bienestar de las personas. Conceptos que están en la base del modelo de supermercado de Uvesco; pero que, en esta crisis inédita, han llegado a ser necesarios y fundamentales.

No obstante, el modelo Uvesco, basado en supermercados de calidad y proximidad, ha permitido que la aplicación de las medidas de urgencia y seguridad se haya realizado, de forma ordenada, inmediata y aplicada a los diferentes ámbitos de la actividad comercial. Por ello, estas medidas se han integrado, a la perfección, en todos los procesos de gestión ordinarios de la cadena de valor: la relación con los proveedores, la gestión logística, el mantenimiento del surtido, la gestión del producto fresco y la atención de los profesionales, con el fin de mantener la misión del grupo invariable y, pese a las circunstancias, continuar como referente de compra para el cliente.

La clave de todo ello consiste en contar con una estructura sólida y firme y con un modelo, basado en escuchar y saber dar respuesta a las necesidades

y prioridades del consumidor, en cada momento: con supermercados eficientes y con facilidades en la compra, un surtido muy variado y a medida, referencias específicas de cada zona, frescos de calidad y procedencia local y una atención directa y personalizada, con profesionales cualificados.

Pese a las circunstancias, se ha mantenido la capacidad de elección del cliente, respetando el servicio de todo el surtido habitual -aún en los días álgidos de confinamiento- y con servicio atendido en los mostradores de carnicería, charcutería y pescadería, donde el cliente elige su compra y cómo quiere que se la preparen, con la total confianza de personas que pueden ayudarle y aconsejarle.

Como resultado de esta gestión, durante este año, Grupo Uvesco ha mantenido e, incluso, reforzado la confianza depositada por sus clientes -que continúa como el centro de todas sus decisiones-. Además, ha obtenido la aprobación de nuevos clientes que, una vez probado el modelo de supermercado, por las circunstancias especiales de la pandemia, han decidido mantener su relación con estas tiendas, en la "nueva normalidad".

**El/la cliente/a,
nuestra
prioridad.
Garantizando el
servicio ante la
crisis**



BENEFICIOS PARA EL/LA CLIENTE/A

Los/as clientes/as de los supermercados del grupo, a través de la tarjeta de fidelización, obtienen una serie de beneficios en su compra. Esta tarjeta, con la que Uvesco pone el acento una vez más en el cliente, tiene un 86% de penetración de ventas -una de las más altas del sector del gran consumo- que refuerza la confianza depositada por los compradores.

TARJETA BM
696.091
clientes/as

TARJETA SUPER AMARA
62.457
clientes/as

La expansión del grupo, con la apertura de nuevos supermercados BM, conlleva un crecimiento en el número de clientes/as, lo que permite poder seguir ampliando el número de ofertas y su segmentación, adaptándolas a cada grupo de consumidor. Este año, el incremento también ha estado influenciado por la crisis, que ha generado la entrada de nuevos/as clientes/as.

VALES DESCUENTO Y REGALOS

• **9.380.301€** •

BONOS DESCUENTO

• **9.264.317€** •

+1% DTO. EXTRAORDINARIO COVID-19

• **1.696.000€** •

TOTAL BENEFICIO ECONÓMICO A FAMILIAS

• **20.340.618€** •

Venta cliente/a fidelizado/a

86%



MEDIDAS EXTRAORDINARIAS PARA HACER FRENTE A LA CRISIS COVID-19

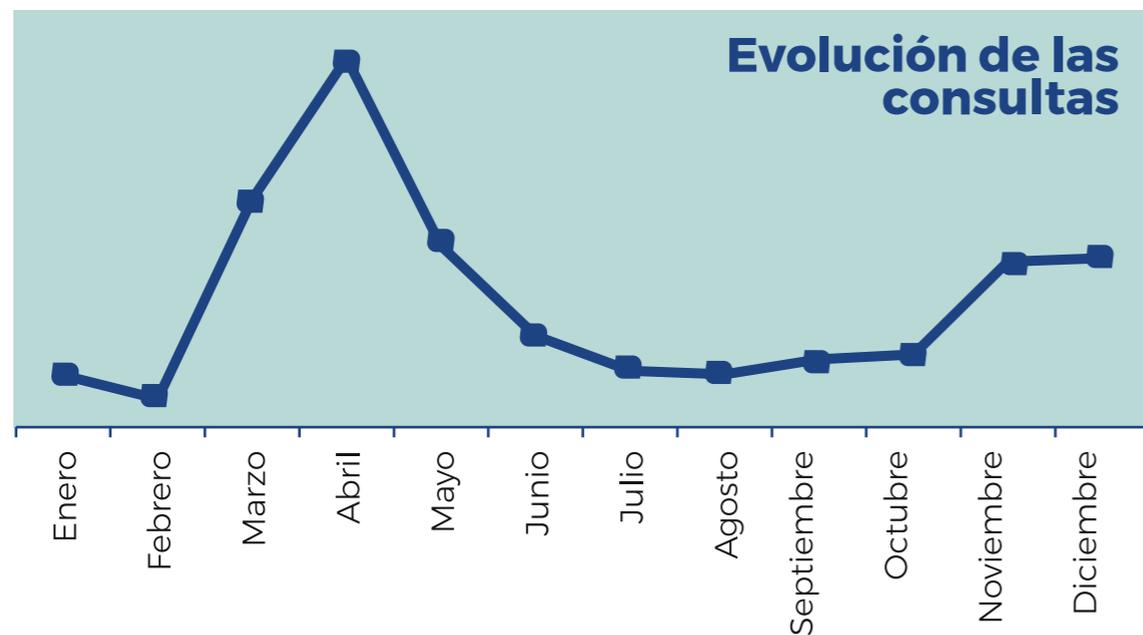
Ante las consecuencias de la pandemia, más acentuada en los colectivos más vulnerables, el grupo ha tomado una serie de medidas extraordinarias, enfocadas en la responsabilidad con las familias y

sus necesidades, con **dos objetivos fundamentales: garantizar el abastecimiento y priorizar las medidas de seguridad y prevención, para la seguridad en los supermercados.**

Refuerzo del servicio de atención al/a la cliente/a, servicio esencial

El servicio de atención al/a la cliente/a, puesto en marcha en 2019, ha tenido un papel protagonista durante la pandemia, ya que ha sido fundamental para tranquilizar y atender todas las dudas de los

clientes, en las semanas de confinamiento -en su mayoría, relacionadas con el abastecimiento y surtido de tienda, así como con los pedidos *online*-.



Para dar respuesta a toda la demanda, el servicio se reforzó con la contratación de cincuenta personas y, a pesar de recuperar su funcionamiento habitual en los últimos meses del año, la demanda se ha mantenido en niveles superiores al periodo pre-

COVID-19, debido al incremento del servicio de pedidos *online*, al cambio de la nueva *app* y a la puesta en marcha del nuevo servicio de atención por *WhatsApp* (desde noviembre), que se suma al *e-mail*, página web, chat y correo postal.



Refuerzo en el servicio de atención, con la contratación de 50 personas

Nuevo canal de atención de WhatsApp

2/ Nuevo servicio de atención telefónica a personas mayores

En marzo de 2020, con motivo del estado de alarma, se puso en marcha un número de teléfono de atención especial, para facilitar la compra a las personas mayores. Este servicio pionero tuvo como objetivo ayudar a las personas mayores, uno de los colectivos más vulnerables de la pandemia y que,

durante el confinamiento, contaban con dificultades para el acceso a la compra. Este teléfono se ha mantenido y con él, Grupo Uvesco ha dado un paso más, en la responsabilidad con la comunidad y las personas más vulnerables.

Número de atención especial para personas mayores



3/ Impulso al servicio *online*: un paso decisivo hacia la omnicanalidad

La responsabilidad del grupo por garantizar el abastecimiento a la población, en los meses de marzo y abril, unida a las limitaciones de acceso de la población a la compra, ha supuesto, para Grupo Uvesco, un esfuerzo extraordinario, en recursos dirigidos al desarrollo de la tienda *online*.

El refuerzo del servicio ha sido necesario, para garantizar el suministro a la población y ha permitido un afianzamiento y crecimiento de este servicio, impulsando el objetivo de ofrecer al cliente un servicio omnicanal y sostenible (al reducir desplazamientos a tienda).

Reestructuración de la web y refuerzo del servicio a domicilio





Las medidas adoptadas se tomaron desde dos ámbitos de la estructura del grupo: en primer lugar, desde el ámbito digital, facilitando las herramientas y reestructurando la tienda *online*; y en segundo lugar, desde el ámbito logístico, reforzando la flota de servicio a domicilio, para el reparto de las compras y la seguridad del personal.



Mejoras introducidas

- Simplificación del acceso a las compras y creación de listados.
- Adaptación del surtido de la tienda *online* al surtido básico, en todas las secciones de frescos, alimentación, droguería y bodega.
- Ampliar las poblaciones y zonas de reparto a la mayoría de las localidades, donde tiene presencia BM Supermercados.
- Ampliación de las franjas horarias de reparto.
- Medidas de seguridad y prevención anti-COVID-19, en la logística y reparto.

Estas medidas se adoptaron de forma inmediata -pese a la urgencia y crecimiento de la demanda- y han permitido ofrecer un servicio de forma continuada, durante todo el período de crisis sanitaria. En los días de mayor demanda, se atendieron una media de **900 pedidos diarios, multiplicando por diez el servicio habitual en el período pre-COVID-19**. Uno de los rasgos, en el consumo de este período, fue la presencia de producto fresco en las compras -en torno a un 34% de la cesta-, lo que muestra el interés del consumidor por el cuidado de su salud y del modelo Uvesco, como referente en alimentación sana.

Todo el esfuerzo invertido ha supuesto un salto importante para el *e-commerce*, que ha mantenido las mejoras introducidas en el período de confinamiento y, a partir de mayo, se ha estabilizado, con una demanda **tres veces superior al período pre-COVID-19** -a consecuencia, sobre todo, de la llegada de nuevos clientes-.

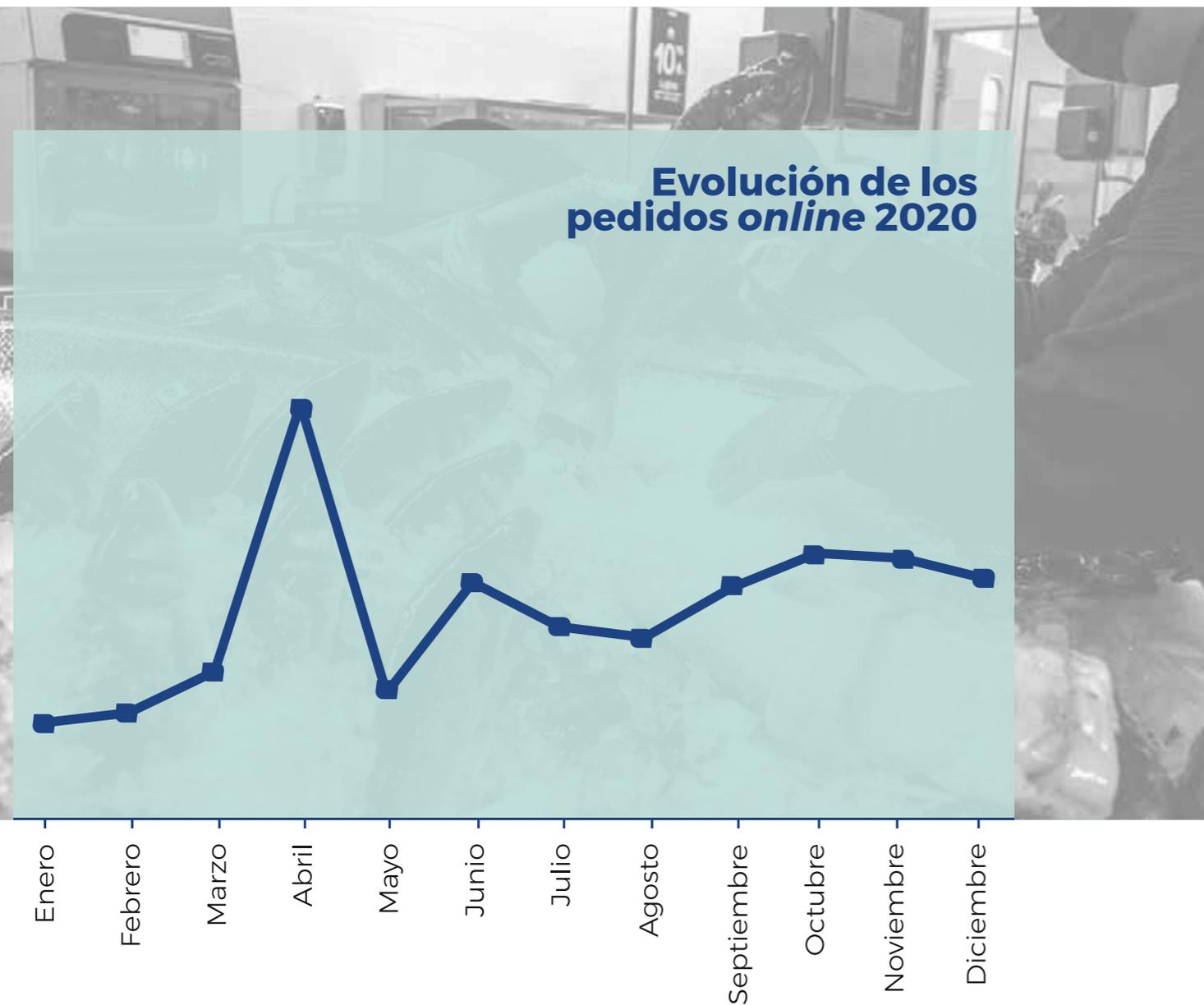
Este gran salto viene reforzado, también, por el modelo de supermercado de proximidad, ya que las ventajas del modelo Uvesco también son aplicables a la tienda online: sostenibilidad -al reducir desplazamientos- y optimización de los repartos -al realizarse, a través de la estructura de reparto de los propios supermercados-.

Impacto 2020 de la tienda online

- 330% de aumento en pedidos *online*.
- 253% de aumento en número de clientes/as.
- Se multiplican por 10 las ventas durante el período de confinamiento (marzo-abril).
- 34% presencia de producto fresco, en la cesta de la compra.
- 16% de ampliación de los municipios de influencia de la TOL.



Salto importante para el e-commerce, que ha mantenido las mejoras introducidas durante el confinamiento, estabilizado a partir de mayo, con una demanda tres veces superior al periodo pre-COVID-19.



4 Medidas de ahorro extraordinarias para familias

Otra de las medidas de urgencia, con impacto en la comunidad, ha sido ayudar a las familias con gasto extraordinario en sus compras, con bonos especiales -durante el mes de abril- y diferentes acciones de promoción -en los meses siguientes-. Por un lado, se entregó a todos los clientes el 1% de las compras realizadas en el período de confinamiento, con un valor mínimo de cinco euros, del que se han beneficiado más de 350.000 familias, **con un gasto de 1,7 millones de euros**. Además, se han realizado, durante los meses siguientes, descuentos del 10%, en diferentes familias de productos -que han supuesto un incremento en el ahorro de los hogares, a través de los bonos de descuento de los clientes con tarjeta-.



350.000 familias beneficiadas

1,7 millones de euros de gasto

5 Medidas de seguridad en el punto de venta

Las medidas de seguridad han supuesto al grupo una **inversión de 2,7 millones de euros**, que se ha destinado a la compra de material de protección y prevención para las personas empleadas -tanto en los supermercados, como en las oficinas y plantas logísticas-.

Entre el material adquirido durante las primeras semanas de crisis, se encuentran: 267 dispensadores de gel hidroalcohólico y de papel, a disposición de los clientes para la limpieza de manos, en la entrada de todos los supermercados (45.800 litros de gel inicialmente y suministro garantizado);

765 mamparas de metacrilato de 8 mm de espesor, en línea de cajas y puntos de información de todos los supermercados; reparto de 10.000 pantallas protectoras homologadas, para empleados de tienda; refuerzo de limpieza diaria, entre una y tres horas más, con protocolos de desinfección en zonas de contacto -como balanzas, carros, pomos, datáfonos...-; termómetros, para tomar la temperatura en todos los supermercados; señalización, para mantener la distancia de seguridad de dos metros, en todas las tiendas; etc.



**Inversión de
2,7 millones
de euros**

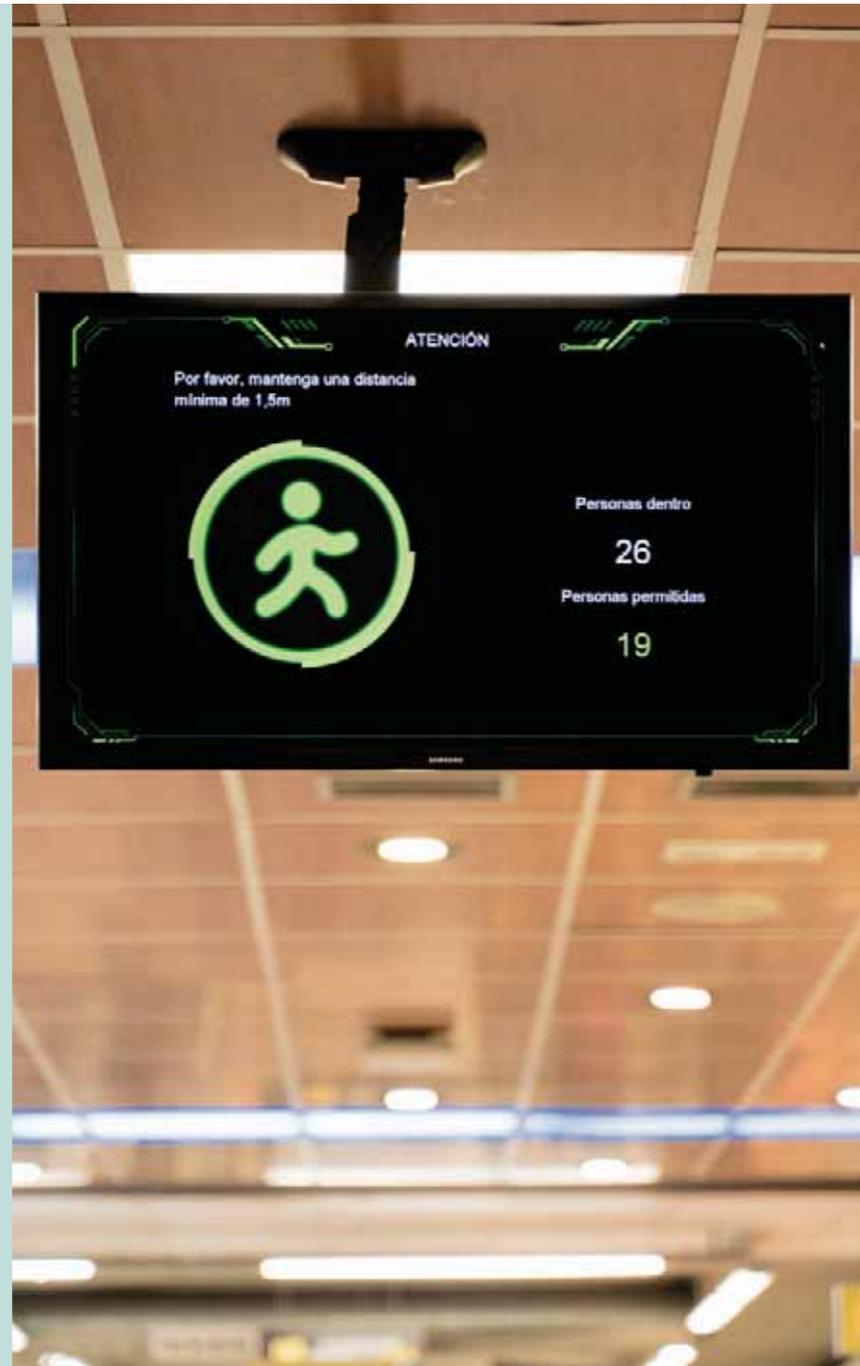
Otras medidas de refuerzo y pioneras en materia de seguridad han sido:

Máquinas de desinfección de carros de compra

Grupo Uvesco se adelantó con un sistema de seguridad, pionero en la península, que ha consistido en la implantación de una máquina para desinfectar carros de compra y evitar, de esta forma, cualquier riesgo de contagio. Este sistema se empezó a implantar a mediados de año y, a finales, se extendió a varios establecimientos del grupo, convirtiéndose en una garantía y un referente, como el supermercado más seguro frente a la COVID-19.

Control de aforo en los supermercados

Las medidas para control de aforo se tomaron, desde el primer día, con la limitación de los aforos de tienda a la mitad del aforo habitual de cada una. Se estableció señalización en todas las tiendas y, durante las semanas de confinamiento, se contrató personal específico para controlar la entrada y salida de personas, que se ha mantenido en los meses de normalidad. Paralelamente, el grupo optó por instalar en determinadas tiendas un contador de aforo automático -que contabiliza las personas que entran y salen, a través de una pantalla, que actúa a modo de semáforo-.





UVESCO COMPROMETIDO CON SU RESPONSABILIDAD SOCIAL ANTE LA CRISIS

La responsabilidad de Grupo Uvesco con su entorno conlleva una relación muy estrecha, con los colectivos y grupos sociales. De esta forma, su compromiso con las personas no solo se centra en clientes y trabajadores, sino que va más allá -con el fin de dejar un impacto, también, en el ámbito social-.

**Ante la crisis,
acciones
solidarias y de
apoyo a
colectivos
desfavorecidos**



Esta relación con los grupos sociales se encuentra en el ADN de Uvesco, con un marcado carácter local. Con ello, a lo largo de su historia, ha podido colaborar en el desarrollo y crecimiento del tejido social -como agente generador de actividad- y, de esta forma, devolver una parte de la confianza, que deposita la ciudadanía en el modelo de tienda de Uvesco.

Esta relación se crea, asimismo, por su condición de supermercado próximo y cercano a los clientes, que permite y facilita la comunicación e interrelación entre los colectivos sociales y las tiendas (entre portavoces sociales y los trabajadores), de una manera natural, directa y en primera persona -lo que repercute en un impacto y en la generación de valor, con su participación en multitud de eventos y actos que se organizan a su alrededor-. Los beneficiarios de estas actuaciones son, en general, la sociedad en su conjunto y colectivos desfavorecidos, a

través de la participación en acciones solidarias.

A pesar de las circunstancias especiales de 2020 y de la imposibilidad de la organización presencial de eventos populares, en los que Grupo Uvesco está habitualmente presente, su responsabilidad en el ámbito social se ha dirigido a través de los convenios anuales y patrocinios, con los que cuenta de forma regular. Sobre todo, se ha orientado a acciones de tipo solidario y de apoyo a colectivos desfavorecidos -como los Bancos de Alimentos- y a acciones de desarrollo de la alimentación de calidad, bienestar social y salud. Acciones, que han supuesto un beneficio conjunto y que han aportado mejoras en la calidad de vida, la salud y el bienestar de las personas especialmente afectadas por la situación generada por la pandemia.



DETALLE APORTACIONES ECONÓMICAS 2020



IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.431.565€

FAMILIAS NUMEROSAS

1.948.234€

ASOCIACIONES Y COLECTIVOS

912.101€

DEPORTE Y CULTURA

571.230€

IMPULSO A LA ECONOMÍA LOCAL, A TRAVÉS DE ACUERDOS COLECTIVOS

A través de su Tarjeta de Cliente, Grupo Uvesco mantiene convenios con asociaciones, a las que beneficia con descuentos económicos, para el desarrollo de la actividad de la propia asociación, y con descuentos directos en la compra, para las personas asociadas clientes de los establecimientos del grupo. Con ello, se apoya el mantenimiento y el funcionamiento de estos colectivos, necesarios para la estabilidad del tejido social y organizativo del entorno. Más allá de este impacto en el tejido socioeconómico, se fomenta, además, el consumo de calidad y el bienestar de las personas y familias que forman parte de estos colectivos.

Convenios con asociaciones, a través de la Tarjeta de Cliente



CONVENIOS CON COLECTIVOS SOCIALES

1. ASOCIACIÓN CELÍACOS EUSKADI EZE
2. ASOCIACIÓN CELÍACOS CANTABRIA ACECAN
3. ASOCIACIÓN CELÍACOS NAVARRA ACN
4. ASOCIACIÓN CELÍACOS MADRID APDEMA
5. ASOCIACIÓN CELÍACOS DE LA RIOJA ACERI
6. SANTIAGOTARRAK DE IRUN
7. PEÑA SPORT DE TAFALLA
8. LA MARINERA DE CASTRO URDIALES

Por otra parte, y de la misma forma que con los colectivos sociales, la actividad del grupo tiene impacto, también, en otras empresas del entorno y en sus empleados, a través de su programa de ventajas de clientes.

Las empresas, con las que colabora actualmente, son:

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

+10
AÑOS DE
COMPROMISO



CON LAS FAMILIAS Y PERSONAS INTOLERANTES AL GLUTEN

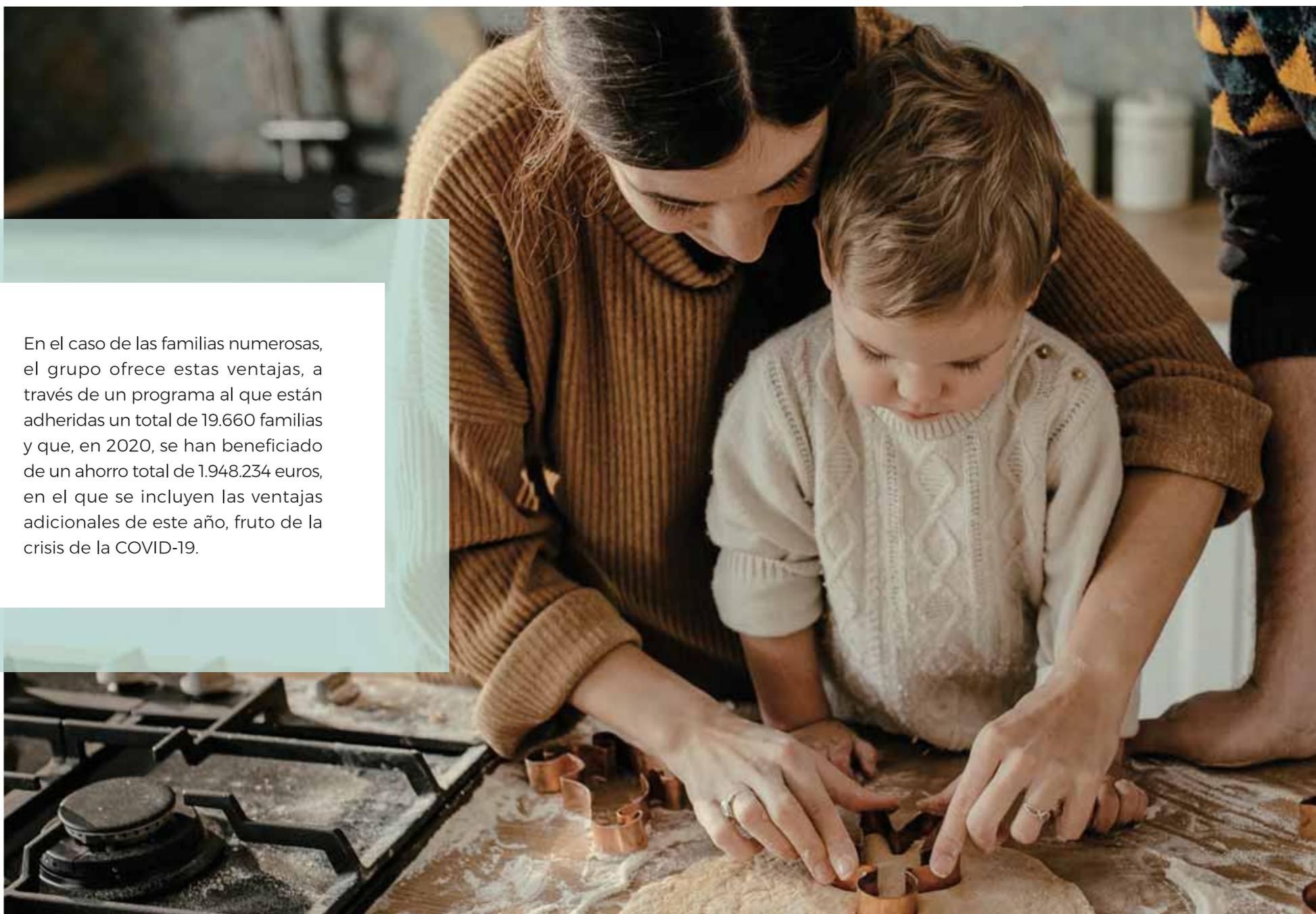
Además de estos convenios, Grupo Uvesco dedica un gran esfuerzo a las ventajas para las familias numerosas y personas con intolerancia al gluten de todas las provincias donde está presente -no solo para promover el tejido social, sino también para ayudar a sus socios y fomentar la calidad de vida y bienestar de estas personas, en sintonía con uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por Naciones Unidas-. Así, el apoyo a estos dos colectivos de familias conlleva descuentos del 5%, en todas sus compras, de manera que se cumple con el objetivo de permitir el acceso a la alimentación a un sector de la población, que tiene unas necesidades concretas y un gasto elevado, por su condición especial.

Esta ventaja es uno de los principales compromisos, con los que el grupo cuenta desde hace más de diez años, que le permite diferenciarse dentro del sector de la distribución, como una de las enseñas especializada en ayudar a aquellas familias y hogares, con elevado gasto en alimentación.

En 2020, ambos colectivos se han visto impactados, por las medidas de ahorro dirigidas a los clientes de todos los supermercados; es decir, el 1% del total de sus compras, en los meses de marzo y abril, y los descuentos del 10%, en diferentes grupos de productos. Descuentos, que se han añadido al 5%, con el que ya cuentan estos colectivos.

Descuentos para familias numerosas y personas intolerantes al gluten

5%



En el caso de las familias numerosas, el grupo ofrece estas ventajas, a través de un programa al que están adheridas un total de 19.660 familias y que, en 2020, se han beneficiado de un ahorro total de 1.948.234 euros, en el que se incluyen las ventajas adicionales de este año, fruto de la crisis de la COVID-19.

Por su parte, el programa de ahorro, que beneficia a las personas intolerantes al gluten, se realiza a través del acuerdo alcanzado con las Asociaciones de Celíacos -vigente en todos los supermercados del grupo y del que forman parte un total de 2.227 personas-. En este caso, no solo se apoya la economía de un sector con un gasto mayor, por el consumo de productos específicos para intolerantes al gluten, sino que, además, se favorece a un colectivo, con dificultades para disponer de un surtido a su medida en el mercado (ya que a pesar de tener cada vez más reconocimiento, el surtido sigue siendo menor que el de otras referencias).



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

/ FAMILIAS NUMEROSAS

FAMILIAS NUMEROSAS
ADHERIDAS
19.660

DESCUENTO EN TODAS
LAS COMPRAS
5%

AHORRO
TOTAL
1.948.234€

/ PERSONAS INTOLERANTES AL GLUTEN

PERSONAS ADHERIDAS A
ASOCIACIONES DE CELÍACOS
2.227

DESCUENTO EN TODAS
LAS COMPRAS
5%

Surtido sin gluten

Con el objetivo de contar con un amplio surtido, para ampliar la capacidad de elección del cliente, los establecimientos del grupo incluyen más de doscientas referencias de productos específicos sin gluten -galletas, magdalenas, pan, bases de pizza, bebidas...-. 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 las marcas, que señalizan sus artículos con el indicativo "sin gluten", dentro de otros lineales. Con esto, las personas con intolerancias tienen mayores facilidades y se cumple, además, con el objetivo de que todos los consumidores tengan la mayor información posible, sobre los componentes de los productos.



ACTIVIDADES CULTURALES Y DE ÁMBITO SOCIAL

En el ámbito social y cultural, Grupo Uvesco dirige su responsabilidad, a través de la creación de lazos de colaboración de diversa índole. Una colaboración, que se realiza, por una parte, a través de convenios anuales con colectivos culturales y de su participación en grupos y asociaciones culturales -entre las que se priorizan las actividades, que fomentan la participación y desarrollo de la mujer y los valores de la alimentación saludable-. Y por otra parte, a través de su apoyo a eventos y actuaciones solidarias, que en 2020 han cobrado especial importancia, por la situación de crisis.

Como ejemplo de estas colaboraciones, Grupo Uvesco, por medio de BM Supermercados, colabora con la **Sociedad Coral de Bilbao**, desde hace dos años. En 2020, su acuerdo se ha materializado en la edición de un disco de villancicos solidarios, que se puso a la venta en los supermercados de Bizkaia, durante el mes de diciembre, a un precio simbólico de un euro. Los beneficios obtenidos por la venta de estos CDs se destinaron a "Eskolan Kantari" (proyecto socioeducativo de la Sociedad Coral de Bilbao).



A lo largo del año, con el fin de fomentar valores solidarios y de concienciación entre clientes y usuarios de las redes sociales, **se realizaron diferentes acciones de sensibilización en días conmemorativos en torno a la alimentación y la salud y el bienestar -Día Internacional del Celíaco, Día Internacional contra el Cáncer de Mama, Día Internacional de la Hipertensión...-**. Grupo Uvesco ha participado, a través de la presencia y la aportación en aquellos eventos y actos sociales, que se desarrollaron en el periodo pre-COVID-19 o que no suponían una participación presencial.

Convenios, participación en asociaciones y apoyo a eventos y actuaciones solidarias y de concienciación



Algunos eventos culturales en los que se ha estado presente

TAMBORRADA INFANTIL	Donostia-San Sebastián
CENA SOLIDARIA GARENOK	Vitoria-Gasteiz
CABALGATAS DE REYES	Diferentes localidades
FIESTA DE HIRUKIDE PARA FAMILIAS NUMEROSAS	Diferentes localidades
CONCURSO PAELLA SEMANA GRANDE	Donostia-San Sebastián
CONCURSO MARMITAKO	Donostia-San Sebastián
GUARDERÍA GUSTOKO	Bilbao
FIESTA DEL COLEGIO DE ENFERMERAS	Donostia-San Sebastián
JORNADAS "MUJER Y TALENTO"	Santander
CONCURSO MENESTRA DE CORDERO SEMANA GRANDE	Donostia-San Sebastián
CONCURSO MERLUZA SALSA VERDE SEMANA GRANDE	Donostia-San Sebastián
MUSIKASTE	Donostia-San Sebastián
IKERTZE-PROYECTO CECADI	Donostia-San Sebastián
ASOCIACIÓN DE VECINOS AMARA BERRI	Donostia-San Sebastián
FESTIVAL DE CINE FANTÁSTICO Y DE TERROR	Donostia-San Sebastián
ALBAOLA	Pasaia



PATROCINIOS Y CLUBES DEPORTIVOS



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

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

CLUBES DEPORTIVOS CON LOS QUE SE COLABORA

- | | |
|-----------------------------|------------------------------|
| Real Sociedad de Fútbol | Athletic Club |
| Real Unión Club de Irun | Deportivo Alavés |
| Liga ACT Eusko Label | C.D. Bidasoa Balonmano |
| Hondarribia Arraun Elkartea | Club Fútbol Rayo Majadahonda |
| BM Bilbao Santutxu Femenino | SUPER AMARA BAT |
| Isuntza Arraun Elkartea | SUPER AMARA Bera Bera |
| S. D. Eibar | |

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

DEPORTE Y HÁBITOS SALUDABLES

En 2020, Grupo Uvesco ha estado presente en actividades con participación popular, que han podido realizarse, principalmente, en el primer trimestre del año. Esta participación se ha traducido en carreras pedestres y eventos deportivos de carácter local -en especial, en aquellas que potencian la participación de la mujer o que promueven fines

solidarios-. En estas actividades, el grupo aporta bolsas de avituallamiento (con barras energéticas, agua, frutas...); coloca hinchables y arcos de meta; produce material para los eventos (camisetas, viseras...). Además, ha apoyado aquellas carreras que, de forma alternativa este año, se han organizado con un recorrido virtual o individual.

AVITUALLAMIENTOS
2020

17.930
packs



Algunos de los principales eventos deportivos, en los que ha estado presente Grupo Uvesco en 2020, han sido los siguientes:

Algunos eventos deportivos en los que se ha estado presente

BERMEOKO HERRI LASTERKETA	Bermeo
CROSS ADARRAGA	Hernani
LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM	Donostia-San Sebastián
CARRERA DE LA MUJER	Ermua
CLUB DEPORTIVO TRINTXERPE	Donostia-San Sebastián
BICIPATINES	Donostia-San Sebastián
MARCHA FESTIVA SEMANA GRANDE	Donostia-San Sebastián
TORNEO DE FÚTBOL INÉS DE PABLO	Pamplona
BILBAO NIGHT MARATHON VIRTUAL	Bilbao
SAN SILVESTRE DE HONDARRIBIA VIRTUAL	Hondarribia
SAN SILVESTRE BILBAO-REKALDE VIRTUAL	Bilbao
NORDIC WALKING	Donostia-San Sebastián
CROSS CIUDAD DE IRUN VIRTUAL	Irun
CARRERA SAN SILVESTRE VIRTUAL	Donostia-San Sebastián
FORTUNA (TENIS DE MESA)	Donostia-San Sebastián
OARSO SASKIBALOI TALDEA	Donostia-San Sebastián
LENGOKOAK FUTBOL TALDEA	Donostia-San Sebastián
ARIZNOA ELKARTEA (GIMNASIA RÍTMICA)	Donostia-San Sebastián
DOCK OF THE BAY	Donostia-San Sebastián
CARRERA DE REYES	Villanueva del Pardillo

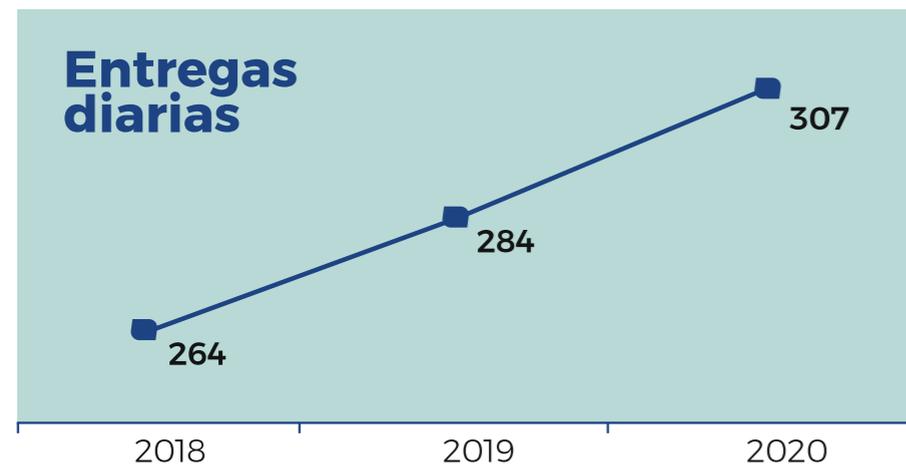
RESPONSABLES CON LOS BANCOS DE ALIMENTOS

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

Esta donación diaria se refuerza, gracias al sistema de gestión de residuos de Grupo Uvesco. Este sistema requiere de una gran implicación del área de Logística y del personal de tienda y supone la recuperación

de aquellos productos, que están en condiciones de consumo óptimas y que se destinan a los Bancos de Alimentos, para cubrir necesidades básicas de familias desfavorecidas.

Por otra parte, la introducción de producto perecedero al Banco de Alimentos, concretamente de patata (reto alcanzado en 2019), le ha permitido avanzar no solo en el volumen de donaciones a los colectivos desfavorecidos, sino también en la reducción de residuos. Esta aportación ha sido reconocida, por tercer año consecutivo, por la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Banco de Alimentos de Gipuzkoa, en el marco de la Semana Europea del Desperdicio y le permite seguir siendo uno de los mayores donantes de alimentos de Gipuzkoa.



Donaciones diarias al Banco de Alimentos



Reducción de residuos

FOMENTANDO VALORES DE SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA

Además de estas donaciones diarias, Grupo Uvesco participa, desde el comienzo, en las campañas de recogida de alimentos, que organizan los Bancos de Alimentos en las tiendas. En 2020, ante las limitaciones impuestas por la COVID-19 -que han imposibilitado la recogida de productos, a través de la presencia de voluntarios en tienda-, estas campañas se han traducido en la recogida de donativos económicos en tienda.

Se ha recaudado un total de 745.350 euros, destinados a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos, a través de diferentes productos. Ha sido fundamental la labor de información del personal de tienda a los clientes -ya que todas las aportaciones han sido a través de la línea de caja, de una forma menos visible que en otras campañas-. Añadida la dificultad por la situación especial de este año, se ha realizado un gran reto, a nivel humano y de equipo.

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



MÁS INICIATIVAS SOLIDARIAS

Otro ámbito del compromiso de Grupo Uvesco es el dirigido a las personas más desfavorecidas, a través de 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:

ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN EN TIENDA

- Entrega de vales de descuento a Cáritas, por importe de 816 euros.
- Donantes de Sangre de Gipuzkoa, Cantabria y Álava: entrega de 4.868 productos.
- Colaboración con Cáritas de Gipuzkoa: 5.273 euros (Tren Txu-Txu).
- Colaboración con Unicef. Campaña de recaudación de donativos: 17.000 euros.
- Colaboración con campañas de recogida de tapones (Aimar, en Bizkaia), para diferentes acciones solidarias.
- Iniciativa Gigante SUPER AMARA, a favor de Gautena (Asociación Guipuzcoana de Autismo).
- Gero Axular Dantza Taldea, Fundación Síndrome de Dravet.



**CAMISETA
SOLIDARIA
VERANO2020**



Con motivo de la situación de emergencia provocada por la COVID-19, se han reforzado las colaboraciones, atendiendo al llamamiento de diferentes grupos desfavorecidos, con aportaciones extraordinarias:

APORTACIONES EXTRAORDINARIAS PARA GRUPOS DESFAVORECIDOS

- Una tonelada para el Banco de Alimentos de Navarra.
- Cinco palets para el Banco de Alimentos de Cantabria, a través del Ayuntamiento de Santander.
- 1.000 litros de leche y 2.000 bolsas de avituallamiento, para personas voluntarias.
- Durante el mes de marzo, una media de dos palets diarios para Cruz Roja de Gipuzkoa.
- 1.000 litros de leche para Cruz Roja de Bizkaia.
- Seis palets de bolsas de avituallamiento (3.000 bolsas) para voluntarios de Cruz Roja Gipuzkoa.
- Un palet de leche para el Ayuntamiento de Arenas de San Pedro.
- Un palet de leche para la parroquia San Lucas de Villanueva del Pardillo.
- Reparto de 4.650 bolsas de avituallamiento (con bocadillos, agua, fruta, zumo y magdalenas) para los transportistas en las plataformas centrales de Gipuzkoa y Cantabria.

DOBLE RESPONSABILIDAD: AL SECTOR DE LA HOSTELERÍA Y RECONOCIMIENTO A LOS PROFESIONALES



Una de las acciones, con mayor impacto en el tejido socioeconómico, ha sido la puesta en marcha de una campaña, en la que se ha destinado una partida de 500.000 euros y que ha tenido **dos objetivos fundamentales:**

1/ La reactivación del sector de la hostelería -uno de los sectores más castigados por la pandemia-



2/ Premiar el esfuerzo y reconocer la labor desarrollada por los profesionales del grupo, durante todo el año

Esta campaña ha consistido en el reparto de bonos de restaurante a todos/as los/as empleados/as del grupo, para consumir en diferentes establecimientos hosteleros del entorno próximo a sus tiendas.

5

Equipo Uvesco



SISTEMA PARA PERSONAS UVESCO DOS GRANDES OBJETIVOS Y DIFERENTES ÁREAS DE ACTUACIÓN

Grupo Uvesco aspira a ser la empresa de supermercados que, por cercanía, instalaciones, producto de calidad y servicio profesional ofrezca la mejor experiencia de compra a la sociedad y, por extensión, a sus clientes/as.

Sistema para personas “Uvesco”



Para lograrlo, desde el área de personas se impulsa el modelo “sistema para personas Uvesco”. Un sistema en el que se definen dos grandes objetivos y diferentes áreas de actuación:

Objetivo 1 Mejores profesionales

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

Objetivo 2 Visión compartida

Los/as 5.664 profesionales que forman parte del proyecto Uvesco, lo hacen con la aspiración compartida de ofrecer la mejor experiencia de compra a la sociedad (queremos emocionarles).

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

MEDICIÓN DEL IMPACTO DE LAS ACCIONES

La mejor forma para valorar la evolución de las medidas y acciones que se implementan hacia los/as profesionales de Uvesco, sobre promoción, igualdad de oportunidades, orgullo de pertenencia, bienestar... es la expresada por ellos mismos a través de los **estudios psicosociales y cuestionarios de compromiso** que, anualmente, se pasa a un 25% del total de empleados/as (cada 4 años cada profesional realiza el cuestionario).

La escucha implica acción y, si queremos hacerlo, tenemos que conseguir gestionar un marco temporal que nos permita responder a las valoraciones que recibimos de cada tienda/departamento que realiza el cuestionario. Esta información se recoge en ratios que nos permiten valorar objetivamente la evolución de los proyectos implantados, y son los que se irán presentando en los siguientes apartados.

Precisamente **uno de los ratios** que hace una radiografía de la valoración general que realizan los profesionales de Grupo Uvesco es el denominado **Employee Net Promoter Score (eNPS)**, que es una métrica que se obtiene preguntando a los empleados por su inclinación a recomendar la empresa.

Se clasifica a los/as empleados/as en tres grupos: promotores (contestan 9 o 10 y se consideran fieles y entusiastas de la empresa y que la recomiendan), pasivos (contestan 7 u 8 y se consideran satisfechos pero no entusiasmados) y detractores (contestan de 0 a 6 y se les considera insatisfechos). El resultado del eNPS = %Promotores-% Detractores. En la escala de -100% (todos detractores) y +100% (todos promotores), el NPS superior a 0 se considera un buen dato. El resultado de Grupo Uvesco en este barómetro ha sido de 34,7%.

NPS

“Recomendarías esta empresa como buen lugar para trabajar a familiares y amigos/as (0 = nunca y 10 = siempre)”



NPS: midiendo la valoración que los/as trabajadores/as hacen de Grupo Uvesco

CALIDAD DE EMPLEO

UN GRUPO EN CRECIMIENTO

En lo que a creación de empleo se refiere, Grupo Uvesco cerró el año con un total de **5.664 trabajadores en plantilla, con un crecimiento de 543 nuevos contratos. Este incremento viene dado por la expansión del grupo pero muy especialmente por las necesidades impuestas ante la crisis sanitaria** para hacer frente a las necesidades de seguridad y abastecimiento que ha demandado el sector: sustituciones por baja o vacaciones, refuerzo de plantas logísticas, control de aforos y puesta en marcha del servicio de atención a clientes y teléfono para personas mayores.

En cuanto a la plantilla, Grupo Uvesco es una **empresa mayoritariamente femenina** que dispone de un equipo de profesionales equilibrado en edad y veteranía. Cuenta con un ratio **superior a 1 en estabilidad laboral**, es decir, más profesionales con contrato indefinido que puestos de estructura (1,02 indefinidos por puesto de estructura).

El resultado de NPS y de orgullo de pertenencia es valorado de forma positiva. Este resultado explicita las percepciones de los profesionales de Uvesco al respecto de las políticas para personas implantadas en el grupo.



5.664
PLANTILLA
TRABAJADORES/AS

>1
RATIO ESTABILIDAD
LABORAL

*Resultado de dividir los FTE Indefinidos (Full Time Employes) 2020 entre los puestos de estructura de media anual

543
NUEVOS
CONTRATOS 2020*

*Este incremento viene dado por la expansión del grupo, pero especialmente por la crisis sanitaria

N° empleados/as 2020	5.664
Plantilla por edad	Hasta 45 años: 49% Mayores de 45 años: 51%
Franjas de antigüedad	Entre 0 y 10 años: 53% Más de 11 años: 49%
Empleos por provincias y actividad	Gipuzkoa: 1.240 en tienda y 460 en central Bizkaia: 1.849 en tienda y 20 en central Álava: 158 en tienda Cantabria: 460 en tienda y 329 en central Navarra: 456 en tienda y 1 en central La Rioja: 97 en tienda Madrid: 538 en tienda y 21 en central Ávila: 35 en tienda
Por tipo de contrato	Ratio indefinidos vs. puestos de estructura en tiendas 1,02 (*) <i>*Resultado de dividir los FTE INDEFINIDOS (Full time Employes) 2020 entre los puestos de estructura de media anual en 2020</i>
Por género	Total plantilla: 70% mujeres - 30% hombres Establecimientos: 78% mujeres - 22% hombres Secciones percedero: 67% mujeres - 33% hombres Centrales y almacén: 19% mujeres - 81% hombres
Por tiempo de trabajo	
% Contratos a tiempo parcial (no se incluyen los contratos de relevo)	13%
% Contratos a tiempo parcial, por género	87% mujeres 13% hombres
% personas que tenemos en situación de reducción de jornada por guarda legal, sobre plantilla total	9%
% personas que pueden acogerse a reducción de jornada por guarda legal por cuidado de menor y lo hacen	48% mujeres 3% hombres
Refuerzo de plantilla extraordinaria por COVID-19	550 personas

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora si te sientes integrado/a y orgulloso/a de pertenecer a esta empresa	8,4	7,7	+0,7
Valora si te sientes seguro/a cuando piensas en tu estabilidad a la hora de conservar el empleo	7,9	7,2	+0,7



**56% mujeres
encargadas**



GESTIÓN DEL TALENTO

IDENTIFICANDO A LOS/AS MEJORES PROFESIONALES

¿Qué pretendemos?

Identificar el mejor talento externo (futuros/as profesionales) e interno (profesionales con potencial para asumir posiciones de mayor responsabilidad).



Que la identificación del personal con potencial (interno o externo) se haga sin condicionamientos por sexo, edad, origen, etc.



Que, al menos, el 85% de los puestos que implican liderar equipos de profesionales o secciones comerciales se cubran con personal promocionado.



Que, al menos, el 50% de las vacantes generadas en puestos de mayor responsabilidad se ocupen con mujeres.



Ofrecer una buena experiencia de acogida a los/as nuevos/as profesionales.

Uno de los retos de Uvesco como organización es **potenciar la mayor presencia de la mujer en puestos de responsabilidad**. Si hay un puesto que por antonomasia ejemplifica la responsabilidad en una cadena de supermercados, es el de Encargado/a. En diciembre de 2016, **las mujeres encargadas de supermercados** representaban el 46% del total, y **en diciembre de 2020 han representado un 56%**, lo que supone un incremento de 10 puntos porcentuales.

Por otra parte, un resultado con margen de mejora, aunque mejor que en la medición anterior, es el relativo al de la percepción de promoción interna. Es decir, a pesar de que el 90% de los puestos con responsabilidad son ocupados por personal interno, la percepción que tienen los/as trabajadores/as de promoción puede llegar a mejorarse y aumentar la valoración.

ACCIONES

“Plan Cantera”

Grupo Uvesco cuenta con un programa que favorece la identificación de potencial interno, el desarrollo y la certificación de profesionales para dar el salto a puestos de mayor responsabilidad, con la convicción de que el mayor talento es aquel con el que ya se cuenta y que quiere desarrollarse para continuar creciendo. Este plan ha contado en 2020 con la participación de 142 personas.

Talento de nueva incorporación

Por otra parte, el objetivo de Grupo Uvesco de ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra, una experiencia excelente, sería imposible de conseguir sin pensar en reclutar y mantener el mejor talento que existe en el mercado para nutrir a los supermercados y centrales con los mejores profesionales. Para ello, se hace una selección de personas, sin condicionar la decisión de incorporación a la edad, formación, experiencia, discapacidad o vulnerabilidad. Se trata de buscar personas con vocación de atención al cliente y ambición por desarrollar al máximo su potencial. En 2020, se incorporaron 1.474 personas a través de esta acción.

“Tú también puedes”

Acción específica en zona Madrid -zona en la que, a nivel sectorial, la presencia de la mujer en determinadas posiciones está subrepresentada (por ejemplo, en los puestos de responsable o dependiente de sección carnicería)-, con el fin de animar a las mujeres a incorporarse a planes de desarrollo para ocupar puestos de responsabilidad, a través de la creación de diferentes acciones comunicativas de impacto como vídeos con testimonios de éxito, comunicaciones internas, etc. **En 2017, al adquirir “Gigante”, el 19% de los puestos de carnicería estaba**

ocupado por mujeres y, en la actualidad, el 33%, lo que supone más de 14 puntos porcentuales.

Formación de las personas que asumen un nuevo rol dentro de la empresa

Durante el año 2020, se han realizado diferentes procesos para mejorar la integración de las nuevas incorporaciones en el grupo y ofrecerles el mejor desarrollo posible en la organización. Para ello, se ha puesto a disposición de los trabajadores de supermercados una aplicación móvil con diferentes formaciones (manipulación de alimentos, compliance, prevención de riesgos laborales y conocimiento y normativa del grupo) con el objetivo de que, desde el primer momento, dispongan de la formación e información adecuadas.



TALENTO NUEVA INCORPORACIÓN

Nuevas incorporaciones en 2020	1.474
De las nuevas incorporaciones, número de personas mayores de 45 años	215
De las nuevas incorporaciones, número de mujeres	881

TALENTO INTERNO

Personas que conforman el Plan Cantera	Año 2020: 142
	Año 2019: 155
Personas que conforman el Plan Cantera por género	Mujeres: 80%
	Hombres: 20%
Personas que promocionan a puestos de mayor responsabilidad	74%
De estas, % con personal interno	100%
De estas, % mujeres	88%
De estas, % mayores de 45 años	12%

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora la forma en que la empresa acoge a las personas recién contratadas	7,9	7,6	+0,3
Valora las posibilidades de mejora profesional que piensas que existen en la empresa	6,8	5,9	+0,9

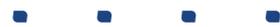
RECONOCIMIENTO HACER GRANDE UNA PROFESIÓN ESENCIAL

¿Qué pretendemos?

Visibilizar y reconocer públicamente la importancia a nivel social que tiene la actividad laboral que desempeñan los/as profesionales que trabajan en los supermercados.



Reconocer y certificar internamente la validación profesional para el desempeño de una nueva posición (una vez superada la fase de formación, práctica y evaluación).



Conseguir una alta valoración de nuestros/as profesionales hacia la actividad laboral que desempeñan.

La crisis de la COVID-19 ha impulsado el reconocimiento externo de la profesionalidad de Grupo Uvesco, cuyos profesionales han sido protagonistas en muchas de las informaciones relativas al suministro y abastecimiento de la población en las que se ha destacado la labor y función esencial de las personas que trabajan en la distribución. Además, la apuesta por el reconocimiento interno que hace el grupo es percibida de forma positiva por las personas de los equipos, según se refleja en los indicadores de las mediciones, lo que refuerza la apuesta por las acciones de reconocimiento. En este sentido, una de las acciones más relevantes que el grupo puso en marcha hace ya dos años, en colaboración con el Gobierno Vasco, fue la Certificación profesional de las personas, dentro de los grados de formación profesional del sistema educativo estatal, como manera de mejorar su empleabilidad y reconocimiento externo.

**Poniendo en
valor la
profesión**



ACCIONES

Canal Uvesconnect

Acción específica de **agradecimiento interno** entre los/as profesionales del grupo para valorar y reconocer el trabajo bien hecho, la ayuda, el compañerismo y el buen liderazgo.

Esta acción ha consistido en facilitar a los profesionales del grupo un canal específico (Uvesconnect), para que tuvieran la oportunidad de mandar mensajes de reconocimiento positivo a los compañeros que consideraban.

Reconocimiento en medios

En el año 2020, han sido numerosos los impactos en los que hemos sido protagonistas en medios de comunicación nacionales, tanto de forma activa como por demanda ante las necesidades

informativas. Como ejemplo, solo entre el 11 de marzo y el 30 de mayo, hemos estado presentes **en más de un centenar de reportajes, entrevistas y noticias**, en prensa, televisión, radio y medios digitales, en los que se ha destacado la importancia profesional y la preparación de los profesionales.

Por la ilusión y el sentimiento de agradecimiento que despertó, destaca la carta de reconocimiento al equipo Uvesco que el grupo publicó el 22 de marzo en prensa.

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora si te gusta tu trabajo; las tareas que realizas	8,5	8,2	+0,3
Valora si se reconoce el trabajo bien hecho	7,0	6,3	+0,7

DESARROLLO FORMANDO MEJORES PROFESIONALES EN TIEMPOS DE COVID-19

¿Qué pretendemos?

Consolidar una cultura compartida de formación y adaptación continua para todos/as los/as profesionales del grupo, que permita:

Adaptarse de forma rápida y eficaz a un mercado, a una sociedad y a unos clientes que cambian con ella.

Dotar a los/as profesionales de recursos técnicos, comerciales y sociales para poder ofrecer el mejor servicio.

Incrementar el nivel de empleabilidad de los/as profesionales del grupo.

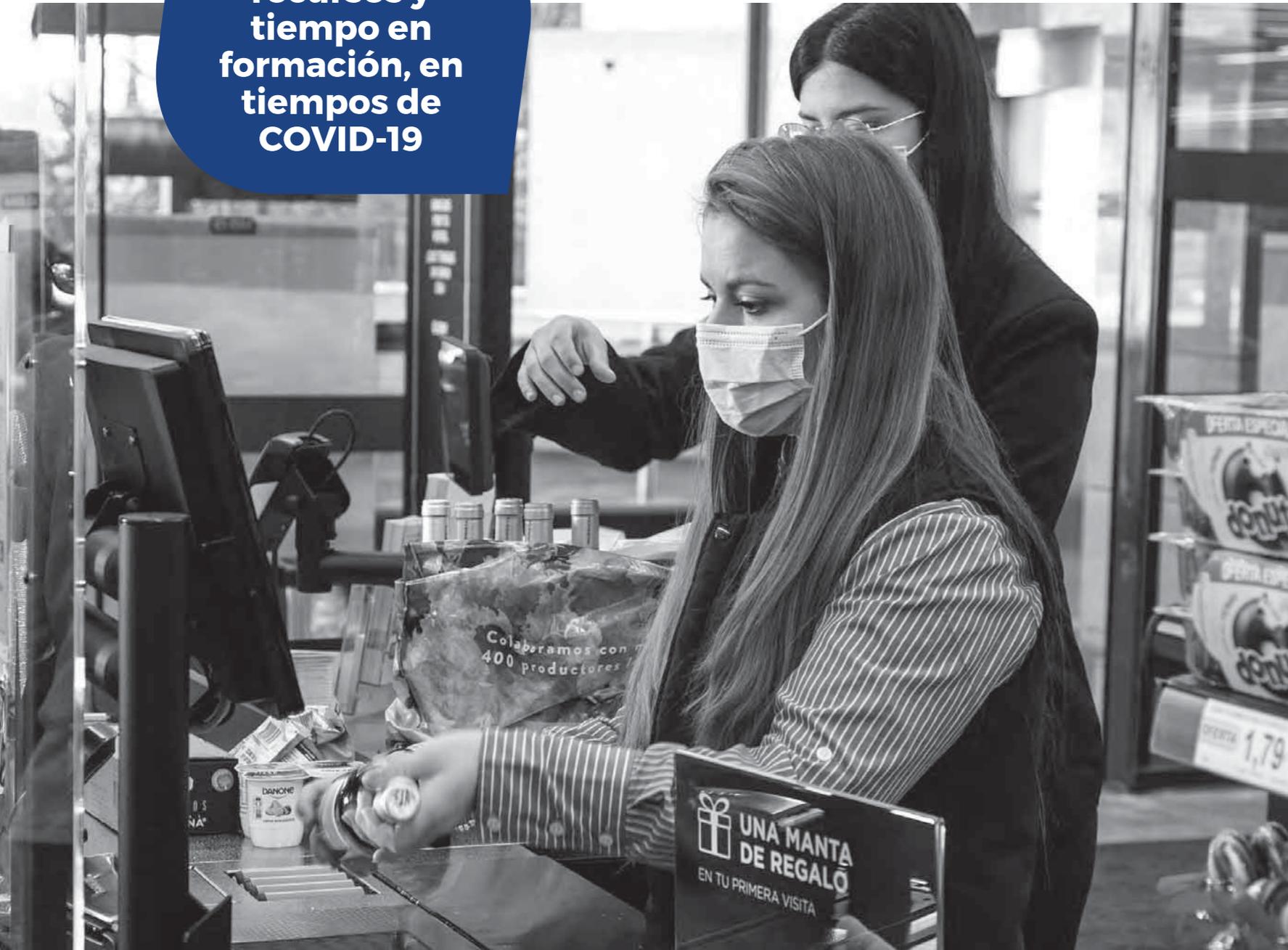
Que los profesionales, y sobre todo las profesionales, descubran en el proyecto Uvesco un proyecto por el que merece la pena apostar y desarrollarse (evolucionando profesionalmente), sin que ello suponga una renuncia (ni por la parte personal, ni por la parte profesional).

El año 2020, a pesar de las dificultades, ha sido clave a la hora de subrayar la firme apuesta por la formación y el desarrollo en el Grupo Uvesco. Esta, no solo no se ha frenado, sino que, gracias a la flexibilidad y capacidad de adaptación, se ha fortalecido a través de nuevos canales.

El esfuerzo destinado a las acciones de formación ha supuesto una inversión de 4.665.424 euros, superior a la inversión de 2019.



Invirtiendo recursos y tiempo en formación, en tiempos de COVID-19



ACCIONES

Adaptación de la formación presencial

En los primeros momentos de pandemia, la formación presencial se suspendió con carácter preventivo. Sin embargo, y dentro del convencimiento de la importancia estratégica de esta, para que los/as profesionales siguieran desarrollándose profesionalmente, se realizaron las siguientes modificaciones en las formaciones:

1. Reconversión de la formación práctica en tienda:
 - Formación teórica en línea de caja a formato online.
 - Formación teórica en secciones en formato aula virtual.
2. Reconversión de formaciones en habilidades a formato aula virtual.
3. Rediseño de acciones presenciales con refuerzo de las medidas preventivas y adecuación del tamaño de las salas para asegurar el cumplimiento de las distancias de seguridad.

Formación en medidas de seguridad y prevención COVID-19

Entre los diferentes contenidos, se ha llevado a cabo una formación específica para informar y formar de todas las medidas de prevención y seguridad ante la COVID-19 para los/as profesionales del grupo, tanto en supermercados como en centrales logísticas.

Cuidado de la salud integral

Se han realizado numerosas acciones formativas en materia de prevención de riesgos laborales, pero también en áreas que tienen que ver con hábitos de vida saludables, salud emocional y ejercicios de tipo muscular para mejorar la salud osteomuscular de la espalda. Además, se han empleado nuevos canales formativos, como los formatos de video, para poder trasladar algunos de estos tipos de contenidos.

Conocimientos específicos

El grupo cuenta con un programa de formaciones breves en formato digital, que persiguen formar a las personas en aquellos aspectos por los que han mostrado interés o tienen inquietud, relacionados con sus funciones. Estas formaciones que se denominan “píldoras formativas” están dirigidas a todos los empleados del grupo a través de la web de Uvesco y son de libre participación. Tienen como objetivo mejorar los conocimientos para ser mejores profesionales y las temáticas son variadas: productos, consejos de salud, prevención en riesgos laborales... En 2020, se llevaron a cabo 18 píldoras formativas.

Además, y como complemento a las píldoras, en abril se lanzó la Copa Uvesco, un Trivial digital y gamificado abierto a todos los profesionales del grupo, cuyas preguntas estaban relacionadas con las píldoras y que nos permite integrar conocimientos desde la perspectiva de juego.



INVERSIÓN TOTAL EN FORMACIÓN

4.665.424€

Número de píldoras formativas	18
Total visualizaciones de píldoras formativas	98.810
Valoración media de píldoras formativas	3,6/4

INVERSIÓN MEDIA EN FORMACIÓN

Inversión media 2018	634€/persona
Inversión media 2019	807€/persona
Inversión media 2020	919€/persona

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora si recibes la formación necesaria para desempeñar mejor tu trabajo	7,8	7,3	+0,5

LIDERAZGO BUSCANDO LA EXCELENCIA EN LA PROFESIÓN

¿Qué pretendemos?

Promover un liderazgo (basado en el modelo de liderazgo situacional) que cree un ecosistema propicio para la excelencia profesional, el desarrollo en igualdad de oportunidades para los integrantes de los equipos y el bienestar de los mismos.

Ha sido precisamente la situación creada por la pandemia la que ha puesto a prueba, hasta el límite, la firme apuesta por el desarrollo del liderazgo en las personas de la organización. Numerosos testimonios afirman que todas las herramientas y competencias, desarrolladas con esta formación de alta calidad, han permitido a los responsables de los equipos gestionar con las mejores competencias la crisis del coronavirus, pudiendo poner el foco en sus equipos y ayudándoles a gestionar las situaciones más complicadas a las que se han tenido que enfrentar.

La integración de las funciones de liderazgo tiene repercusiones positivas en todas las áreas de gestión, e incluso en la salud de las personas de los equipos, con la reducción de la siniestralidad y el incremento de salud y bienestar integral.

Excelencia, igualdad de oportunidades y bienestar de los/as trabajadores/as



ACCIONES

Máster liderazgo modelo Uvesco

Todos los profesionales del grupo con responsabilidad sobre personas participan y superan un programa formativo de dos años de duración, donde se forman y profundizan en las nueve habilidades que todo líder de Uvesco debe impulsar. En 2020, han participado 421 profesionales en este máster. Se trata de una actividad del programa "Plan 300", que junto con otras, es la capa que recoge los programas de formación y desarrollo continuo para los líderes de Grupo Uvesco.

Avanzando en el modelo de liderazgo: "Liderando salud"

Este modelo de liderazgo se desarrolla de manera integral y busca una gestión a todos los niveles y en todas las áreas, como herramienta estratégica para la gestión de equipos. Una muestra de ello es el desarrollo gradual de otras formaciones específicas para profundizar en las herramientas de liderazgo, en este caso el innovador proyecto piloto "Liderando Salud", relacionada con la gestión de la salud y la cultura preventiva en una de las centrales logísticas.



PARTICIPACIÓN EN FORMACIÓN EN LIDERAZGO

Hombres	191
Mujeres	230
Total	421

PARTICIPACIÓN EN FORMACIÓN LIDERANDO SALUD

Personas formadas	72
-------------------	----

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora si tu encargado/a es un/a buen/a líder: sabe adaptarse a diversas situaciones, reconoce tus logros públicamente, te motiva para mejorar tu rendimiento y potencia tu desarrollo profesional	7,4	7,3	+0,1
Valora el grado en que tu responsable directo/a te anima a mejorar tus capacidades y conocimientos	7,3	6,6	+0,7
Valora el grado en que tu responsable directo/a resuelve los conflictos de forma clara y eficaz	7,4	7,2	+0,2
Valora si tus responsables te tratan bien como persona y como trabajador/a	8,1	7,6	+0,5

COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS RESPONSABLES CON EL EMPLEO DE CALIDAD

¿Qué pretendemos?

Impulsar un modelo retributivo que:

Se adapte a la evolución de los resultados de la organización.



Reconozca a los/as profesionales que proporcionan la mejor experiencia de compra.



Dignifique, en lo salarial, la actividad laboral de los/as profesionales de supermercado.

A lo largo de 2020 se han acordado dos pactos laborales (BM en Navarra y BM 11, que son antiguas tiendas "Simply", de reciente adquisición en el grupo) y se ha prorrogado el acuerdo de la empresa Ecoreca (Bizkaia).

Las condiciones salariales por hora trabajada de nuestros profesionales en las provincias donde operan estos pactos son las más altas del sector. En 2021, cualquier profesional que empiece en estas provincias va a tener una retribución mínima anual (a tiempo completo) superior a los 17.500€ (+ de un 30% superior al SMI).

ACCIONES

“Un regalo para ti y nuestro entorno”

A través de esta acción se ha regalado a cada uno de los profesionales un bono para una cena o comida especial para dos personas que podrán consumir en establecimientos hosteleros de su entorno. El objetivo de esta iniciativa es doble: en primer lugar, reactivar la economía a través del apoyo a uno de los sectores más castigados en esta pandemia y, al mismo tiempo, premiar y reconocer la labor de sus empleados en este año especialmente complejo.

En total, el grupo invertirá medio millón de euros en el reparto de estos bonos, cuyo destino final serán diferentes restaurantes y establecimientos de País Vasco, Cantabria, Navarra, La Rioja y Madrid y que se podrán consumir entre enero y mayo de 2021.

Bonus COVID-19

Más de 7 millones de euros en medidas de compensación y reconocimiento. Adicionalmente al reconocimiento del trabajo, el grupo realizó una compensación extra durante los meses de marzo, abril y mayo a todos los profesionales que han estado en primera línea dando su mejor versión para nuestros clientes. Además, los profesionales que han estado de baja médica por procesos recogidos por la Seguridad Social como COVID-19 también han sido reconocidos.

Esta compensación ha supuesto una retribución extra media, **por profesional de 1.121€**, lo que supone más de 7 millones de euros repartidos, siendo la **empresa de distribución con la gratificación más alta del sector**, además de ser la única que ha mantenido la misma en el tiempo, durante los tres meses de afección del estado de alarma en las etapas más complicadas.

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora el grado de satisfacción con las ventajas sociales que ofrece la empresa	8,1	8,1	0
Valora si, en comparación con otras empresas del sector, estás correctamente remunerado/a	7,7	7,4	+0,3



Retribución media extra por COVID-19 de 1.121€/persona



ESCUCHA RESPONSABLES CON LA PARTICIPACIÓN DE NUESTROS EQUIPOS

¿Qué pretendemos?

Promover canales cercanos y accesibles para que nuestros/as profesionales puedan trasladar peticiones, sugerencias, agradecimientos, inquietudes, quejas, preguntas, etc.

Comprometernos con una respuesta razonada y motivada a todo lo que se nos traslade (la escucha como acción).

Hacer de la escucha un eje de acción que defina nuestro rumbo.

Reconocer la importancia vital de la escucha para la mejora colectiva y el reconocimiento de nuestros/as profesionales.

Poner en valor a los/as profesionales a través de la recogida y puesta en marcha de las sugerencias, consultas y peticiones que los/as profesionales trasladan al grupo.

En 2020, motivado por la situación excepcional, el incremento de la participación de nuestros/as profesionales, a través de los canales de escucha, ha sido más alto que en años precedentes, con un **incremento de un 20% de las sugerencias.**

Incremento de un 20% en el número de sugerencias

Sugerencias recibidas y tramitadas en el año	180 (20% más que en 2019)
Preguntas atendidas en reunión preparación campaña de Navidad	200
Estudios psicosociales y cuestionarios de compromiso realizados	132

ACCIONES

Algunos ejemplos de acciones nacidas en 2020, a partir de sugerencias aportadas por los/as profesionales, a través de diferentes vías, han sido:

Concurso de dibujo para hijos/as de profesionales, "Héroes de Súper"

Los/as niños/as participaban con dibujos de los "héroes de los supermercados".

Servicio asistencia sanitaria y emocional

Apoyo telefónico para la gestión emocional durante la crisis de la COVID-19.

Acción destinada al colectivo sordomudo

Ayuda a este colectivo que se ha visto muy perjudicado por el uso de mascarillas, durante la pandemia.

Videos en #HEROESDESUPER

Donde los/as profesionales participaban con videos de apoyo con bailes, etc. durante el confinamiento.

Licencia para acompañamiento de hijos/as con discapacidad psíquica (educación especial)

Recogido en pactos de empresa, firmados en 2020.

Copa Uvesco

Juego para poner a prueba los conocimientos adquiridos a través de las píldoras formativas.

Posponer vacaciones

Posibilidad de posponer vacaciones, durante el estado de alarma.

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora la facilidad a la hora de hacer consultas o sugerencias (SIU, CLUVESCO, consultas telefónicas)	7,5	7,0	+0,5
Valora el grado en que tu responsable directo/a escucha tus necesidades e intenta solucionar tus problemas	7,6	6,9	+0,7
Valora la atención prestada y la toma en consideración por parte de la empresa hacia las sugerencias realizadas	7,1	6,3	+0,8

COMUNICACIÓN HACIÉNDONOS PARTÍCIPES DE LA VISIÓN COMPARTIDA

¿Qué pretendemos?

Hacer de la comunicación un medio cercano a través del que compartir y consolidar una visión conjunta de todos/as los/as profesionales de Grupo Uvesco, transmitiendo:

La aspiración como grupo.

Los resultados (situación del grupo).

El rumbo (objetivos y dirección del grupo).

Reconocer la labor que desarrolla.

Resolver dudas y poner el foco en aspectos de interés colectivo.

La comunicación ha sido en el año 2020 -un año condicionado por la pandemia-, la herramienta fundamental para la cohesión grupal y para la actualización de todos los profesionales. Para llegar a ellos se han utilizado todos los canales formales e informales en torno a la referida idea de actualizarles, y de que en todo momento estuvieran al corriente de las medidas implantadas.

Además de las comunicaciones habituales, a partir del mes de marzo se emitieron diferentes comunicaciones específicas firmadas por el Director General sobre la situación e incidencia de la pandemia, medidas a adoptar, aclaración de dudas, definición de prioridades, etc.



ACCIONES

Nueva herramienta de comunicación Uvesconnect

Los trabajadores cuentan con una herramienta específica *online* "Uvesconnect" -actualizada en 2020- mucho más intuitiva, accesible y atractiva que la anterior versión. Además de disponer de un área de escucha, también sirve para la comunicación, ya que a través de la misma pueden acceder a toda la información de la empresa -como noticias, información corporativa, píldoras formativas, club del empleado (CLUVESCO) y a las distintas ventajas que tienen como trabajadores/as del grupo-.

Desde esta plataforma tienen acceso a diferente tipo de información:

Beneficios y mejoras sociales: 10% de descuento en todas las compras de los establecimientos del grupo, servicios varios de salud y descuentos en servicios variados.

Acceso a regalos por la acumulación de puntos, que se consiguen tras la compra en los supermercados.

Noticias de empresa, breves vídeos formativos y otros artículos de interés para su día a día en sus puestos de trabajo.

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora la accesibilidad de la información (puedo acceder fácilmente a la información que ofrece la empresa)	7,3	6,6	+0,7
Valora el interés de la web de empleados/as	7,6	7,0	+0,6
Valora el interés de la información de UVESCO-INFO	7,7	7,1	+0,6
Valora la efectividad de la reunión sobre el Cuadro de Mando (resultados de la tienda) por parte del/de la encargado/a	7,2	7,2	0

UVESCONNECT

¡Prepara tus maletas, nos mudamos!

Es una nueva herramienta online que surge con el objetivo de unificar el acceso a las distintas aplicaciones, herramientas e información del Grupo Uvesco. A través del apartado "MI ÁREA" tienes acceso a:

- NOTICIAS DEL GRUPO
- ÁREA PERSONAL: Buzón de sugerencias, datos personales, tarjetas y Captio.
- Cluvesco: CLUVESCO
- PÍLDORA FORMATIVA
- Últimos tuits publicados en las cuentas de Twitter del grupo.
- No es lo mismo, Invicta, Uvescoinfo...
- TIENDA ONLINE, SOCIOS: bmsupermercados.es superamara.com
- Uvesco, BM Supermercados y SUPER AMARA

Uvesconnect

Accede a través del siguiente enlace (indicando tu USUARIO y CONTRASEÑA de Cluvesco):

connect.uvesco.com/es

Uvesconnect, nueva herramienta de comunicación para trabajadores/as

VENDER SEGURO/A SALUD, BIENESTAR Y SEGURIDAD DE LOS/AS TRABAJADORES/AS

¿Qué pretendemos?

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

Sin duda, en 2020, el valor de la salud se ha consolidado como primordial debido a la crisis de la COVID-19 en la sociedad que nos rodea, sin embargo, el compromiso del grupo con este eje fundamental le ha permitido abordar todas las acciones necesarias y requeridas por la situación de emergencia con rapidez y eficiencia. Además, bajo

el paraguas del programa "Elige Cuidarte", se han planteado diferentes actuaciones dirigidas al bienestar y salud de los trabajadores.

La seguridad y salud de los/as trabajadores/as, una de las principales preocupaciones de Uvesco



ACCIONES

Comité de Seguimiento: protegiendo a las personas durante la crisis de la COVID-19

Indudablemente, en 2020, la salud y el bienestar de los trabajadores ha sido la principal preocupación que ha estado presente en toda la actividad, impulsado por la crisis de COVID-19. Por ello, el grupo ha realizado un gran esfuerzo para preservar la seguridad en todos los establecimientos y para la protección de sus trabajadores.

Desde los primeros momentos de la pandemia, se formó un Comité de Seguimiento de la COVID-19 desde el mes de marzo que ha sido el encargado de dirigir y seguir de cerca las incidencias, medidas y acciones en las que el foco ha sido preservar la seguridad de las personas. Entre otras medidas, el comité se ha encargado de gestionar y poner a disposición de trabajadores y clientes los elementos de seguridad (guantes, mascarillas, pantallas faciales, geles y termómetros), el control de aforos, las colocación de las pantallas de metacrilato, la comunicación en tienda, los cambios de horarios, colocación de dispensadores de gel y papel, creación de manuales de seguridad digitales y en los centros de trabajo, puesta en marcha de las formaciones *online*.

También se adquirieron mascarillas corporativas reutilizables (higiénicas) para empleados, producidas en un centro especial de empleo, con lo que se ha contribuido al empleo de personas discapacitadas del entorno.

Programa "Elige Cuidarte"

Servicio de apoyo emocional para trabajadores/as
Dentro del programa "Elige Cuidarte", se puso en marcha un servicio telefónico de apoyo emocional y de asesoramiento sanitario para trabajadores/as con el objetivo de solventar dudas, que ha sido utilizado por 248 personas. Al mismo tiempo, se crearon vídeos de apoyo emocional para ayudar a las personas a gestionar las situaciones complejas vividas como consecuencia de la COVID-19: "Cómo afrontar el estrés durante el confinamiento"; "Gestión de emociones" o "Mente sana", disponibles para todos los trabajadores en la intranet del grupo.

Otras acciones del programa "Elige Cuidarte", para la salud y bienestar, han sido:

1. Salud general

- **Tarjeta de servicios médicos con descuentos para todas las personas y sus familiares directos** en un total de 11 especialidades médicas.
- **Servicio PSA con analítica para hombres mayores de 45 años.** 166 hombres se han realizado esta analítica para detectar indicadores de cáncer de próstata.
- **Servicio de ginecología.** 1.387 mujeres han tenido la opción de acceder a este servicio.
- **Vacunación gratuita para gripe estacional.** 557 personas se han apuntado este año para optar de manera voluntaria a este servicio.

2. Hábitos saludables

- **Realización de campañas de temática diversa** como realización de ejercicio físico o alimentación saludable; este año, con un total de 27 comunicados realizados.

- **Charlas para fomentar los hábitos saludables en algunas provincias.** Durante este año, se han realizado 2 sesiones.

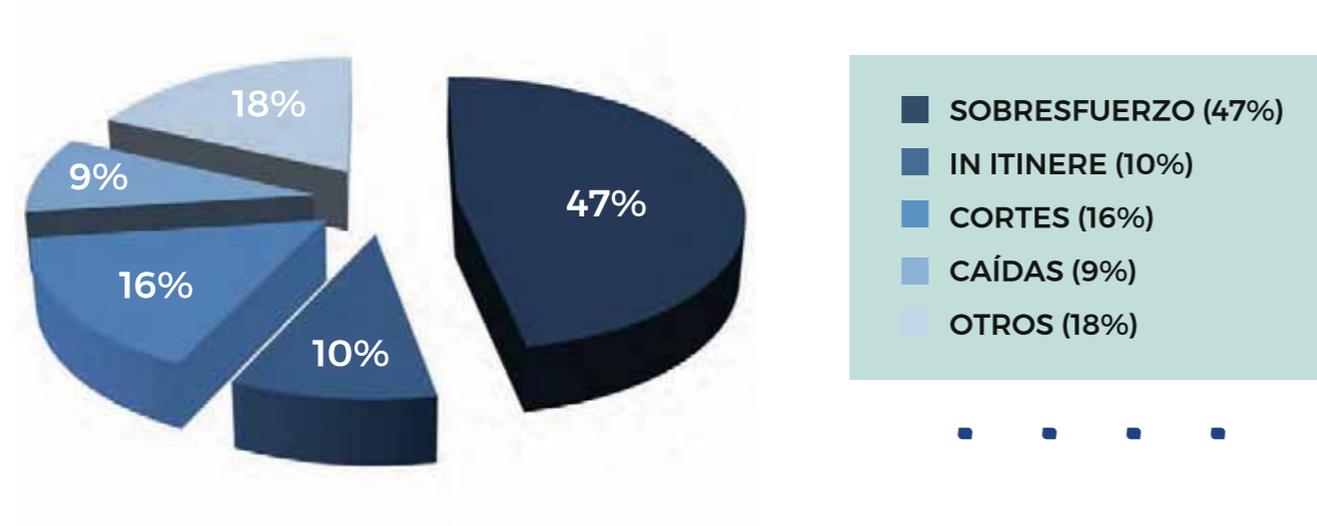
3. Bienestar físico

- **Masaje preventivo:** disponemos de acuerdos de colaboración con 59 profesionales especializados, en todas las zonas del grupo.
- **Escuela de espalda:** con jornadas gratuitas para las personas de todo el grupo.
- **App supervida:** con apartado específico personalizado con estiramientos, tras estudio biomecánico, según los puestos de trabajo de supermercados. Además, de manera integral, tiene como objetivo fomentar hábitos saludables, con apartados sobre nutrición, ejercicio físico, cuidado emocional y apartado de consultas a sanitarios. 75 personas cuentan ya con el acceso a esta plataforma saludable (solo en algunas provincias).

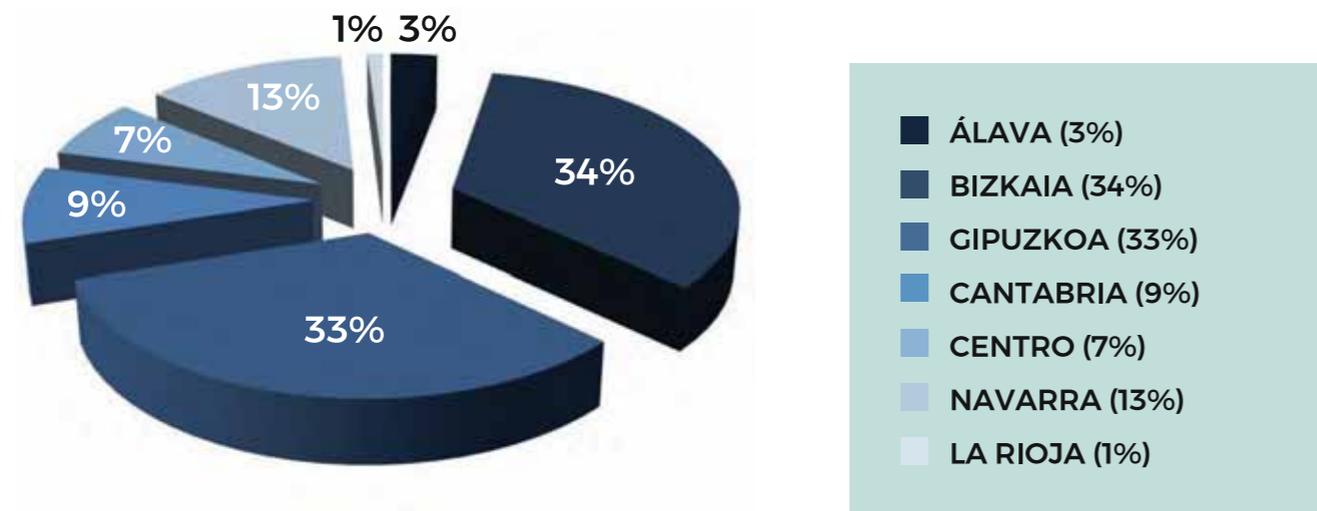
Elige
Cuidarte



Tasa de accidentes laborales con baja, por tipo de accidente



Tasa de accidentes laborales con baja, por provincia



Otras acciones del eje de Salud y Bienestar en 2020

Auditorías e identificación de riesgos	258 estudios de los Servicios de Prevención 2 auditorías legales reglamentarias
Emergencias y simulacros	299 simulacros en los centros de trabajo 19 planes de autoprotección 134 centros de trabajo disponen de desfibriladores
Vigilancia de la salud y personal sensible	2.391 reconocimientos médicos realizados 48 prestaciones por embarazos de riesgo

MEDICIÓN DEL IMPACTO

OBJETIVO: SUPERAR MEDICIÓN ANTERIOR O PUNTUACIÓN SUPERIOR A 8

	2020	MEDICIÓN ANTERIOR	DIFERENCIA 2020 VS. ANTERIOR
Valora los medios que dispones (uniforme, EPIS)	8,3	8,0	+0,3



Uvesco local y saludable

6



COMPROMISO CON EL PRODUCTO LOCAL Y DE TEMPORADA

MÁS SOSTENIBLES POR SER KM 0

Uno de los valores de Grupo Uvesco es su compromiso con la alimentación sostenible y de calidad; en este ámbito, el producto local juega un papel fundamental. El impacto de este compromiso, en el entorno más próximo, es directo, ya que el grupo tiene acuerdos con proveedores/as del sector agroalimentario, que le llevan a cumplir **tres objetivos sostenibles**:



1 Por un lado, el impulso de la economía local, apostando por los productos autóctonos y de la tierra -un patrimonio que quiere proteger- y por unas relaciones con los/as proveedores/as duraderas y equitativas.



2 Por otra parte, la mejora de la sostenibilidad -al reducir los efectos negativos derivados del transporte, favorecer modelos de producción más respetuosos con el medio ambiente y apostar por los productos de temporada-



3 Y en tercer lugar, garantizar alimentos de calidad y fomentar hábitos saludables entre la ciudadanía, con la seguridad de ofrecer productos de primera categoría.

Se trata de tres objetivos, que se encuentran en el origen del modelo Uvesco y que se han mantenido inalterables, a pesar de las circunstancias del año 2020. Y que se recogen, asimismo, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y en la Estrategia “De la Granja a la Mesa” de la Comisión Europea, incluida en el “Pacto Verde”.

Además, la tipología de supermercados -ubicados en zonas de fácil acceso y de cercanía- es, en sí misma, un formato de distribución sostenible, ya que favorece la presencia de producción local y acceso a productos muy específicos de cada zona y que, en muchos casos, desarrolla un servicio directo y diario a los puntos de venta (reduciendo al máximo los desplazamientos).



Grupo Uvesco, consciente de su capacidad de contribuir al impulso y desarrollo de todos estos valores, apoya a sus proveedores y participa activamente en proyectos de innovación e integración socio-laboral (como la Fundación Itsasur de Bizkaia), liderados por agentes del sector agroalimentario, que se desarrollan en las zonas de actuación. Esto le convierte en un referente dinamizador, colaborador y facilitador del sector y de proyectos sostenibles.

Aunque el compromiso con el producto local y de calidad afecta, principalmente, al producto fresco -visible a través del peso fundamental de secciones

atendidas por profesionales especializados, en todas sus tiendas-, también se extiende a otras áreas de la alimentación, en las que se desarrollan alianzas con proveedores locales de otros productos como: miel, sidra, quesos, yogures, embutidos, txakoli, cervezas y zumos... Los lácteos y los quesos locales tienen una presencia importante, contando con quesos de pastor en el País Vasco y Navarra, en campaña y en servicio directo, permitiendo ofrecer quesos de gran calidad y de multitud de puntos de origen, cercanos a cada tienda.



**Supermercados
con presencia de
producción local
y productos
de la zona**

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

La responsabilidad de Grupo Uvesco por apoyar al sector primario y, por lo tanto, fomentar los valores de alimentación sana entre la sociedad, le ha llevado, a lo largo de los años, a desarrollar alianzas y acuerdos con productores de su entorno, que impactan directamente en el desarrollo económico de este sector. Por una parte, con el sector agrario y ganadero, para la compraventa de productos próximos al ámbito de sus tiendas; y por otra, con cofradías de pesca del Cantábrico, para la comercialización del pescado de sus lonjas.

Así, cuenta con acuerdos directos, con más de cuatrocientos 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.

Por otra parte, 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.



**Apoyando a
jóvenes
emprendedores/as
del sector agrario
y ganadero**

ACUERDOS

1/ **Cofradía de Pescadores de Ondarroa**
Para la comercialización de la merluza de anzuelo.

2/ **Asociación de Ganaderos Larsabi**
Para comercializar cordero de oveja latxa.

3/ **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.

4/ **Cofradía de Mareantes de San Pedro, de Hondarribia**
Para la comercialización, en exclusiva, de merluza de anzuelo y pescadilla.

5/ **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.

6/ **Cofradía de Pescadores de Santoña y de Laredo**
Para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.

7/ **Agricultores de Villa del Prado (Huerta de Madrid)**
Para el servicio directo de producto local y de temporada.



Acuerdos con más de 400 pequeños/as agricultores/as y ganaderos/as

Introducir en el lineal productos con Denominación de Origen -en consonancia con el modelo Uvesco- 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.

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

Por último, 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.

Introducimos en nuestros lineales productos con Denominación de Origen, que guardan las mejores condiciones de consumo



MEDIDAS EXTRAORDINARIAS DE APOYO AL/A LA PROVEEDOR/A LOCAL

La crisis de la COVID-19 ha tenido un impacto en el sector primario, cuya producción se ha visto perjudicada, con motivo de la paralización de la economía. Grupo Uvesco, en el marco de su responsabilidad y apoyo al sector, ha tomado medidas extraordinarias, que han tenido como objetivo apoyar el mantenimiento del sector y mitigar las consecuencias negativas, generadas por la pandemia.

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

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

Colaborar con el Gobierno Vasco, las tres Diputaciones Forales vascas y Hazi, para dar salida a los excedentes de productores/as vascos, a través de sus puntos de venta.

Contacto con nuevos/as proveedores/as o elaboradores/as locales.

Participar en las campañas de promoción desarrolladas por las autoridades: “Comemos en casa, comemos de casa”, en Navarra, “Llevamos Cantabria a tu mesa”, en Cantabria y “Basque Wine”, en Euskadi.

Habilitar redes de compraventa directa, para dar salida a los excedentes, agilizando los procesos administrativos y logísticos.





**Compras a
proveedores/as
locales**



**COMPRAS A
PROVEEDORES/AS
LOCALES 2020
236.687.637€**

COMPRAS 2019
192.725.085€

COMPRAS 2018
188.613.154€

COMPRAS 2017
179.836.650€

COMPRAS 2016
172.087.732€

**Apoyando a
los/as
proveedores/as
locales, frente a la
pandemia**

SELLOS PROPIOS DE PRODUCTO FRESCO

BERTAKO/DEAQUÍ

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

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

CASERÍO Y TEMPORADA

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





ALIMENTACIÓN SANA Y DE CALIDAD

Las tendencias de consumo de los últimos años, con una ciudadanía cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar, están corroborando el modelo Uvesco, enfocado en productos de calidad y donde el producto fresco tiene un peso importante. Se trata de un concepto, que se encuentra en el origen de su formación y que se ha mantenido fiel, a pesar de los cambios a lo largo de los años y aún en momentos de crisis -como el vivido en 2020-. Este modelo le ha permitido ganarse la confianza de los consumidores y, además, marcar una identidad propia y diferenciada de otras fórmulas comerciales.

Por lo tanto, su objetivo último de contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas, lo cumple a través de su apuesta por la alimentación sana y por su compromiso en ofrecer un surtido *premium*, con ofertas y productos que satisfagan, plenamente, las necesidades de alimentación con total garantía. Su responsabilidad con la alimentación se materializa, por lo tanto, a través de las siguientes actuaciones:

Responsabilidad con la alimentación sana

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



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



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



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



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



“ELIGE CUIDARTE”

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

saludable, así como una cultura de salud y bienestar en la sociedad-.

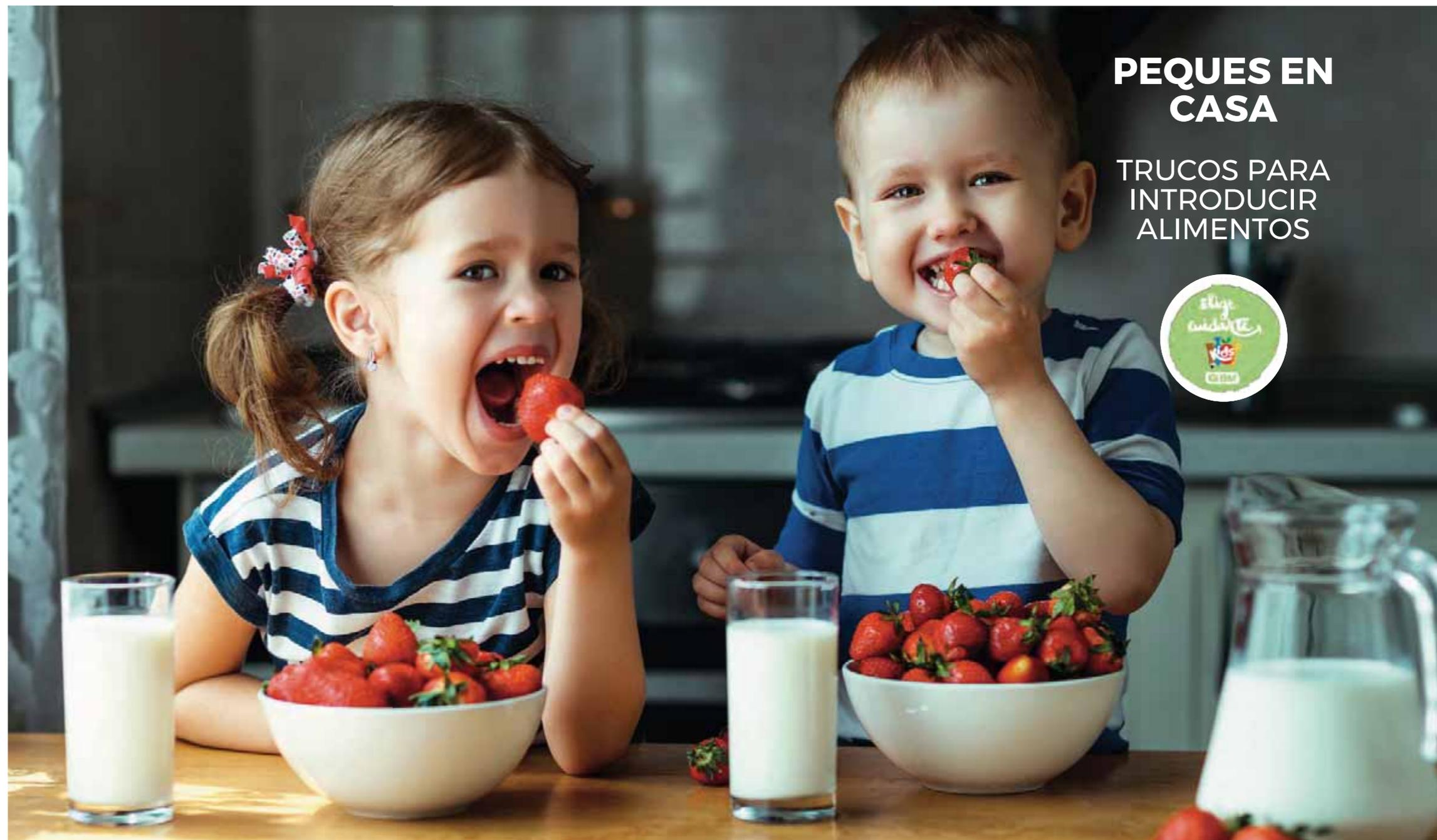
A través de la enseña SUPER AMARA, los clientes tienen a su disposición un servicio de consultoría en alimentación y salud. En él, también con el apoyo de una Doctora en Nutrición, se ofrece información nutricional, sobre alergias e intolerancias alimentarias y sobre preferencias de consumo.

Elige
cuidarte



“ELIGE CUIDARTE KIDS”

En este marco, también se desarrolla un programa específico, para el fomento de hábitos de consumo saludable, **dirigido a escolares de Educación Primaria**. En el curso 2019/20, este programa ha sufrido modificaciones y restricciones, motivadas por la crisis, que han llevado a participar a 24 colegios y a realizar el reparto de 4.452 bocatas saludables y 16 charlas de alimentación saludable para padres, de la mano de un nutricionista. La actividad de visitas a establecimientos, para conocer la cadena de producción de los alimentos, no ha podido llevarse a cabo.



PEQUES EN CASA

TRUCOS PARA INTRODUCIR ALIMENTOS



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.



“COCINA SELECTA”

Un paso más allá en la alimentación de calidad ha sido la introducción, en algunos supermercados, de nuevas secciones con platos preparados calientes (listos para consumir), horno para asados al momento y cocina al vapor, en los mostradores

de carnicería y pescadería. Con ello, se potencian los valores de consumo sano, priorizando el consumo de frescos, saludables y “fáciles”, frente a otro tipo de cocinas rápidas, que contienen alimentos procesados.

“RECETAS QUE SON UN TESORO”

Por otra parte, con el fin de divulgar y, de este modo, proteger la supervivencia de platos típicos de nuestra gastronomía, se puso en marcha el concurso “Recetas que son un tesoro”, en colaboración con Grupo Vocento. En este concurso, se seleccionaron tres recetas ganadoras por su valor artesanal, elaboración casera y tradicional, con el fin de difundir la riqueza culinaria que ha ido de generación en generación, dando un valor al legado gastronómico de nuestro entorno.

Divulgando y protegiendo la supervivencia de nuestros platos típicos



RECETAS QUE SON UN TESORO

EL DIARIO VASCO

BM

Uvesco sostenible y eficiente



UVESCO SOSTENIBLE Y RESPETUOSO CON EL MEDIOAMBIENTE PARA LOGRAR UN MEJOR BIENESTAR SOCIAL

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

Se trata de uno de los objetivos más ambiciosos del sector y que afecta a todos los ámbitos de la cadena de distribución. Por ello, implica una gestión transversal que afecte a todos los agentes y, sobre todo, una toma de consciencia de todas las personas, que forman parte de la actividad.

Una vez realizada esta toma de consciencia, resulta fundamental realizar un análisis previo de las diferentes áreas a mejorar. Una vez detectadas dichas mejoras, se debe establecer las estrategias de compromiso a implementar, para mantener la actividad más sostenible, respetuosa con el medioambiente y que permita una convivencia, en armonía con los diferentes agentes del entorno.

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

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



El año 2020 ha sido especialmente significativo para Grupo Uvesco, en materia de sostenibilidad, porque, a pesar de las dificultades marcadas por la crisis, **se han dado pasos, que han desembocado en tres hitos fundamentales:**

- 1 La supresión del plástico, en el embolsado de tienda
- 2 El paso del *ticket* de papel al *ticket* digital
- 3 Convertirse en la primera empresa española de distribución, en consumir 100% energía eléctrica renovable

Paralelamente, y unido a los planes de expansión del grupo, se ha seguido avanzando en la implantación de medidas de eficiencia eléctrica, en el conjunto de los supermercados, en la introducción de vehículos eléctricos e híbridos y puntos de recarga.



ELIMINACIÓN DEL PLÁSTICO, EN EL EMBOLSADO

2020: uso exclusivo de bolsas de plástico reciclado en todas las tiendas

En 2020, la estrategia de Grupo Uvesco ha dado un giro de ciento ochenta grados, para desechar, de forma definitiva, el uso del plástico -uno de los objetivos más ambiciosos, en materia de sostenibilidad, suponiendo un hito en la historia del grupo y la reducción importante, en el impacto de la huella medioambiental-. Este gran paso ha ido de la mano del Plan de Responsabilidad Social de Grupo Uvesco, en el que las líneas principales continúan siendo los principios “Reducir”, “Reutilizar” y “Reciclar”, con el fin de seguir avanzando en los objetivos marcados por la ONU, que se aplican a toda la gestión de residuos que lleva a cabo la empresa.

Este cambio de estrategia se ha realizado sin modificar el servicio excelente del modelo de supermercados Uvesco, donde la capacidad de elección del cliente es fundamental. Por ello, Grupo Uvesco ha mantenido tres formatos de bolsas reutilizables: **bolsa de varios usos -en dos tamaños-** y bolsa de rafia.

Las nuevas bolsas de varios usos, introducidas en 2020 en todos los establecimientos del grupo, están producidas con un 70% de plástico reciclado -lo que permite adecuarse al Real Decreto 293/2018 del 1 de enero de 2021 y responde a un objetivo sostenible, que el grupo viene persiguiendo en los últimos años-. Esta última medida se suma a la estrategia, para optimizar el uso de bolsas, con las que Grupo Uvesco ha reducido, hasta un 80%, el consumo de bolsas de un solo uso, en los últimos años.

Asimismo, en paralelo con la estrategia de reducción y reciclaje, se ofrece a los clientes el cambio gratuito de las bolsas de plástico (de varios usos) rotas, tantas veces como el cliente necesite. Estas bolsas se recuperan en tienda y se llevan a la planta central, para su posterior reciclaje.



MÁS SOSTENIBLES CON MATERIALES

Otro de los grandes retos, que se ha alcanzado en 2020, ha sido eliminar el plástico y poliestireno de las secciones atendidas y de libre servicio. Por un lado, se han implantado bolsas biodegradables y compostables, en secciones y libre servicio, en adecuación a la ley. Por otro lado, se han eliminado las bandejas de poliestireno, para ser sustituidas, en panadería y frutería, por bandejas de cartón (más

sostenibles); y en pescadería, charcutería y carnicería, por envases y bolsas de plástico 95% reciclado. Asimismo, en frutería, se apuesta por la reutilización, a través de las mallas de fruta y verdura. Por último, tanto en el servicio de entrega a domicilio, como en el servicio online, se está sustituyendo el plástico, por cajas de cartón y bolsas de papel.



NUEVO TICKET DIGITAL

Grupo Uvesco ha dado, también, un salto importante, en el ámbito de la reducción de papel -que ya inició, gracias al desarrollo de la plataforma digital en 2017, con la puesta en marcha de la aplicación móvil de la Tarjeta BM de cliente, que supuso la eliminación de los descuentos del cliente en papel, por descuentos en la aplicación-.

En 2020, se ha transformado completamente la plataforma. Se ha conseguido contar con una aplicación completamente nueva, que permite, entre otras muchas ventajas, no solo la eliminación de la emisión de bonos, sino también de los tickets de compra. De esta forma, los clientes que dispongan de la aplicación pueden recibir sus bonos (que tienen una emisión periódica) y los tickets de compra -reduciéndose, notablemente, el consumo del papel-.

El impacto en sostenibilidad es especialmente notable, en 2020, a causa del contexto generado en torno a la COVID-19 y al incremento de demanda. Por ello, el número de clientes que se han descargado la aplicación ha crecido de forma relevante, siendo un medio cada vez más utilizado y que, con las mejoras, se va a ver más incrementado.



Puesta en marcha de la aplicación móvil de la Tarjeta BM

TOTAL CLIENTES APP 2019
67.798

TOTAL CLIENTES APP 2020
103.225

GESTIÓN DE RESIDUOS

REVISIÓN DE CADUCIDADES, CLAVE PARA REDUCIR EL DESPERDICIO

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

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

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

Retirada de productos con fecha de caducidad entre 5-15 días



La eficiencia en la gestión de surtido consigue reducir, significativamente, el residuo y se ha convertido en un factor clave para aumentar la tasa de reciclaje

Con ello, se consiguen tres objetivos fundamentales:

- 1 Implicar a los supermercados, en la correcta gestión de las caducidades, y recuperar un volumen importante de alimentos -que, de otra forma, se convertirían en residuo y en pérdida económica-
- 2 Reforzar los valores de servicio de calidad excelente y la generación de confianza con el/la cliente/a -ya que el calendario de caducidades, en tienda, está continuamente actualizado y al día-
- 3 Los productos recuperados tienen un impacto, en la mejora de vida de las familias en riesgo de exclusión social, a través de los Bancos de Alimentos

En los últimos años, desde la responsabilidad en la gestión de residuos, Grupo Uvesco realizó un análisis pormenorizado de los tipos de residuos, generados por la propia actividad comercial. A partir de ahí,

se plantearon las pautas y fórmulas, que permiten realizar esta gestión de forma sostenible, con el fin de maximizar su valoración y, principalmente, reducir al mínimo su depósito en el vertedero.

TRATAMIENTO DIFERENCIADO Y RECICLAJE DE RESIDUOS

La primera actuación en gestión de residuos consiste en la reducción del desperdicio, a través de la gestión de caducidad y la donación de productos. De esta forma, se disminuye, considerablemente, el volumen de productos desechados.

La segunda medida supone la correcta separación de cada tipo de material no recuperable, para maximizar los beneficios del reciclado, a través del retorno de los residuos. Grupo Uvesco desarrolla una labor de compromiso con la separación selectiva, que se aplica a los residuos diferentes de

forma individual, con un contenedor diferenciado y específico para cada residuo.

En las plantas, los restos de pescado, carne, frutas y hortalizas tienen un tratamiento específico y separado para cada uno de ellos. Por otro lado, se realiza el separado y la retirada de plástico, cartón, poliespán y 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 del sistema de gestión de residuos de Grupo Uvesco, en 2020, se han generado **7.881 toneladas de residuos, que han tenido un retorno y un reaprovechamiento en la producción de otros materiales, impactando positivamente en la economía circular y en la generación de actividad, en otros sectores económicos del entorno.**

Al mismo tiempo -y de manera muy necesaria-, el grupo implementa acciones de sensibilización hacia sus trabajadores, a través de formación y soportes de comunicación internos, para implicarles en la estrategia de compromiso sostenible, mantener la cadena de valores en todo el proceso de la gestión comercial y que estos, a su vez, lo puedan trasladar a los clientes.

7.881 toneladas de residuos generadas y reaprovechadas

Separación de residuos

- Cartón: 4.460 toneladas
- Orgánico: 883 toneladas
- Sandach (carne y pescado): 1.812 toneladas
- Madera: 62 toneladas
- Plástico: 664 toneladas

Tasa de reciclaje de residuos

- **2018:** 79%
- **2019:** 85%
- **2020:** 85%



RETORNO DE RESIDUOS PERECEDEROS

Restos de 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 y Riograsa (La Rioja) -para fabricar jabones y pieles sintéticas-.



Frutas y hortalizas

Las frutas y hortalizas no aptas para el consumo humano se separan y se envían a una planta de cogeneración en Mendigorria (Navarra), donde se produce compost.



Material restante

El material que no se puede separar para el reciclaje se envía a la planta de Mendigorria (Navarra), para generar metano y turba (abono).

EFICIENCIA ENERGÉTICA

100% DE ENERGÍA ELÉCTRICA RENOVABLE

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

Este PPA (Power Purchase Agreement) consiste en un acuerdo de compraventa de energía a largo plazo, para el suministro de electricidad, en base a activos renovables. **Con este compromiso, el grupo ha evitado más de 29.400 toneladas de emisiones de CO₂ al año**, contribuyendo así a la estrategia de descarbonización de la economía, ya que el cien por cien del suministro de energía es renovable, procedente de la planta solar Núñez de Balboa, que Iberdrola está construyendo en Usagre (Badajoz, Extremadura). Con una capacidad de 391 MW, es el mayor proyecto fotovoltaico de Europa.

**Emisión de
29.400 T
menos de CO₂
al año**



SUPERMERCADOS 100% EFICIENTES Y SOSTENIBLES



Otra de las estrategias que desarrolla Grupo Uvesco, en materia de sostenibilidad, supone la renovación y mantenimiento de sus puntos de venta, con el objetivo de que sean supermercados cien por cien eficientes en el consumo de energía y la introducción de tecnologías, que optimicen los recursos.

Estas inversiones afectan al plan de reformas y mantenimiento de tiendas y tienen impacto en dos ámbitos. Por un lado, la introducción de puertas en los murales de producto frío y armarios de congelado, para mantener la temperatura idónea de los productos, evitar el escape de energía y mejorar la climatización en tienda. Por otra parte, el cambio de

luminarias, con la colocación de bombillas y fluorescentes LED de bajo consumo.

El objetivo final consiste en incorporar medidas ecoeficientes, reducir el consumo energético global y, por tanto, minimizar el impacto medioambiental, reduciendo la emisión de CO₂, que genera la gestión comercial de la empresa.

En 2020, estas inversiones han supuesto un ahorro energético de 813.272 kWh, que permite una reducción de emisión de 209 T de CO₂.

Cambio luminarias: 309.687€

Mobiliario de frío: 896.194€

Ahorro energético 2020: 813.272 kWh

**Inversión
2020**

DIGITALIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, CLAVE PARA SER MÁS EFICIENTES

El desarrollo de la digitalización y nuevas tecnologías, en otros ámbitos de gestión, es otro de los compromisos que contribuyen a la eficiencia en el trabajo y al desarrollo de tiendas eficientes. Estas

medidas, además, contribuyen a la mejora de la experiencia de compra, a la calidad en el empleo y a la reducción de impactos en el medioambiente.



Digitalización y nuevas tecnologías, para ser más eficientes

- **Tabletas y dispositivos digitales**, que permiten agilidad en el trabajo, son más dinámicos y reducen el uso del papel, para las labores administrativas.
- **Wifi abierto**, en todos los puntos de venta.
- **Turnomatic digitales**, en las secciones de frescos.
- **Pantallas digitales**, en los puntos de venta.
- **Sistema de pago Contactless**, que mejora la experiencia de compra.
- **Servicio Shop and Go**, con el fin de ofrecer facilidades en la compra.
- **Renovación de equipos informáticos**, para facilitar las medidas de conciliación en oficinas.
- **Click and Collect**: modalidad de recogida de la compra *online* en el punto de venta, con el que se posibilita un servicio al cliente más cómodo y agiliza los desplazamientos por compra para el cliente, incidiendo en la sostenibilidad y en crear espacios y supermercados eficientes.

LOGÍSTICA EFICIENTE FURGONETAS ELÉCTRICAS

La gran ventaja y elemento diferenciador del modelo de Uvesco es su cercanía y proximidad hacia el cliente, lo que le permite desarrollar fórmulas de movilidad sostenibles con el entorno. Esto se ha visto más acentuado en la crisis de la COVID-19, donde el consumidor ha optado por supermercados de proximidad, porque son aquellos que permiten el acceso a sus necesidades básicas, sin desplazamientos ni traslados.

Además de este impacto en la reducción de desplazamientos en vehículos, derivado de su modelo

de cercanía, el modelo de tienda también permite reducir desplazamientos, gracias al servicio de entrega a domicilio -optimizando los recorridos de aquellos pedidos realizados en tienda y reduciendo el impacto del vehículo en aquellos pedidos que se realizan *online*-.

Este tipo de servicio también impacta sobre el transporte sostenible, ya que, actualmente, un **30% de la flota de furgonetas y bicicletas de última milla son vehículos eléctricos**.

30%
flota eléctrica
de furgonetas y
bicicletas de
última milla



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

Todas ellas, medidas que le permiten a Grupo Uvesco seguir avanzando en la búsqueda de alternativas al transporte convencional.



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

uvesco.com