

# 2025

## EINF UVESCO

INFORME DE ESTADO DE  
INFORMACIÓN NO FINANCIERA



## **ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD**

### **GRUPO UVESCO**

### **EJERCICIO 2025**

1.	Introducción	
2.	El Grupo UVESCO	5
3.	Gestión del riesgo	9
4.	La Estrategia de sostenibilidad de Uvesco	12
5.	Gestión medioambiental	20
6.	Empleo y sociedad	32
7.	Nuestro papel en la sociedad	71

## 1. Introducción

El presente Estado de Información no Financiera y Diversidad (EINF) recoge los asuntos de naturaleza social, ambiental y de gobierno que son materiales para el Grupo y el desempeño en esas materias a lo largo del año fiscal 2025 (del 01/01/2025 al 31/12/2025). Se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, del 28 de diciembre de 2018, de Información no Financiera, aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedad de Capital, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera (procedente del Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre).

La información relativa a los aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza (referidos comúnmente como ASG)<sup>1</sup> se presenta a una serie de estándares e indicadores considerando los requerimientos de información de la Ley 11/2018 y el marco de referencia para elaboración de memorias de sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI), en su versión GRI Standards, siguiendo además los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, resolución de 25 de septiembre “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”. Como Anexo I se incluye el contenido del EINF requerido por la mencionada normativa, así como el marco de referencia utilizado, el Global Reporting Initiative (GRI).

---

<sup>1</sup> ASG: A lo largo de este documento, conforme a su definición, los términos ASG y sostenibilidad empresarial se usan indistintamente, como sinónimos.

## 2. El Grupo UVESCO

El Grupo Uvesco, cuya cabecera es Uvesco Food Retail, S.L, está compuesto por el conjunto de sociedades indicadas a continuación, cuya información se presenta, sin exclusión alguna, a nivel integrado en este informe:

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

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

Este informe cubre el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

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

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

Su plan de expansión está basado en la inversión en aperturas de supermercados y en la adquisición de otras cadenas, que persigue afianzar su modelo en sus zonas de origen, así como su expansión en la zona centro de la península donde sigue un planteamiento de “mancha de aceite”, que prima un crecimiento basado en la calidad y la sostenibilidad frente a un desarrollo meramente cuantitativo.

Al cierre del ejercicio, el Grupo contaba con un total de 308 supermercados bajo las enseñas “BM Supermercados” y “super amara” y un establecimiento en formato Cash & Carry. Esta cifra incorpora la apertura en este ejercicio de nuevos supermercados.

Con todo ello, la superficie comercial explotada es de 246.198 m<sup>2</sup>, cuyo detalle por provincia es el siguiente:

Provincia	Establecimientos	Superficie m <sup>2</sup>
Álava	10	9.587
Ávila	2	1.374
Bizkaia	100	68.520
Cantabria	26	18.097
Gipuzkoa	57	41.855
La Rioja	6	6.210
Madrid	79	74.657
Navarra	25	24.423
<b>Total</b>	<b>305</b>	<b>244.722</b>

Además, Grupo Uvesco cuenta con cuatro plataformas logísticas propias; dos en Gipuzkoa (en Irún) y dos en Cantabria (en los Corrales de Buelna), que suman una superficie de más de 63.600 m<sup>2</sup>. Asimismo, se cuenta con una plataforma que opera con un operador logístico en Arroyomolinos, en Madrid, cuya puesta en marcha se llevó a cabo durante el año 2022.

Por último, el modelo de franquicia de BM Supermercados (“BM Shop”), que Grupo Uvesco puso en marcha en 2017, sigue ampliando su red de franquiciados, los cuales muestran una gran implicación con el grupo y un alto nivel de satisfacción en sus negocios. Mediante esta fórmula se ofrece la posibilidad de abrir un supermercado rentable y con opciones de futuro a emprendedores que quieren sumarse al modelo BM, con un desarrollo profesional en poblaciones pequeñas. A cierre de 2025 el grupo contaba con 39 establecimientos franquiciados.

## *2.2 Gestión de la calidad*

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

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

## *2.3 Valores*

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

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

y su entorno son las siguientes:

### *2.3.1 Alianzas con el Sector Primario*

El modelo de supermercado se enfoca a comercializar productos locales, lo cual implica la creación de alianzas con el sector primario, que posibilitan un desarrollo sostenible de la actividad comercial. Este enfoque además promueve un refuerzo de los productos de km 0, lo cual constituye un valor de sostenibilidad para las marcas del grupo.

### *2.3.2 Cercanía con Agentes Sociales*

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

### *2.3.3 Capacidad de Elección*

Se apuesta por la capacidad de elección del/la cliente, a través de un muy amplio surtido con más de 17.000 referencias, de primeras marcas y marca propia BM. A esto se le unen varias ofertas, descuentos y ventajas para reducir el gasto de la compra, y donde el consumidor es el protagonista.

### *2.3.4 Calidad del Empleo*

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

### *2.3.5 Bienestar y Salud de las Personas*

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

### *2.3.6 Innovación y Tecnología*

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

## *2.4 Objetivo fundamental: mejorar la calidad de vida*

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

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

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



Figura 1. Cadena de Valor y principios de actuación del Grupo Uvesco

### 2.5 Impacto económico e información fiscal

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

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

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

A continuación, se presenta el volumen de pagos satisfechos en concepto de impuestos y aportaciones a las diferentes administraciones en 2025:

Pagos de Impuestos por Administraciones (Millones €)						
Agencia Tributaria Estatal	Hacienda Foral de Gipuzkoa	Hacienda Foral de Bizkaia	Hacienda Foral de Navarra	Hacienda Foral de Araba	Tesorería Seg. Social	
20,2	26,4	12,5	2,3	0,7	60,1	<b>123,1</b>

### **3. Gestión del riesgo**

Grupo Uvesco realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos y se ha marcado como objetivo estratégico desarrollar un Modelo de Gestión de Riesgos que permita su identificación, evaluación, priorización, gestión y supervisión continua tanto al Consejo de Administración y sus Comisiones Delegadas como al equipo directivo. Esta iniciativa será clave no solo para la gestión sino también para aumentar la transparencia e información que se suministra tanto a grupos de interés internos como externos, y formará parte, entre otros, del Estado de Información No Financiera.

A la fecha de emisión de este informe la empresa se encuentra en proceso de implantación de un Sistema de Gestión de Riesgos, alineado con la metodología COSO IC y COSO ERM y que asume el enfoque de los principios de Risk Intelligent Enterprise, y al final del cual el Grupo contará con una Política de Gestión de Riesgos y un Modelo de Gobierno definidos.

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

#### *3.1 Riesgos Financieros*

##### *3.1.1 Riesgo de crédito*

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

##### *3.1.2 Riesgo de liquidez*

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

##### *3.1.3 Riesgo de mercado: tipos de interés*

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

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

### *3.1.4 Entorno de negocio*

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

### *3.1.5 Riesgos relacionados con el mercado/competencia*

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

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

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

### *3.1.6 Normativo y regulatorio*

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

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

## *3.2 Riesgos Operacionales*

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

### *3.2.1 Inadecuada adaptación del modelo económico y operativo*

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

### *3.2.2 Cadena de suministro*

Los principales riesgos a los que se enfrenta el Grupo derivan de la labor de agente

intermediario/distribuidor realizado para conseguir atender las necesidades de consumo, aprovisionar y poner a la venta los productos que sintonicen con las expectativas y tendencias de los consumidores/clientes.

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

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

### *3.2.3 Cumplimiento de los estándares de seguridad*

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

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

Los principales mecanismos de gestión y de control se basan en la formación y supervisión constante de la correcta aplicación de las políticas y procedimientos, desarrollo de análisis, sistema de escucha al consumidor, así como al franquiciado, y la definición de acción en base a los resultados. Por ejemplo, el consumidor puede dirigirse a Uvesco tanto por teléfono como por WhatsApp, así como por un portal de “contacto” habilitado en la web para dicho fin.

### *3.2.4 Sistemas de la información*

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

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

### *3.2.5 Cuestiones laborales y de recursos humanos*

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

laboral, lo que en definitiva dificulta o imposibilita una correcta consecución de los objetivos empresariales.

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

#### 4. La Estrategia de sostenibilidad de Uvesco

La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de Uvesco. En ese contexto, en 2023 Uvesco desarrolló su estrategia de sostenibilidad, en la que se establecieron las metas que la organización quiere alcanzar durante los próximos años, definiendo los horizontes 2025 y 2030. Esta estrategia establece objetivos de todos los ámbitos de la sostenibilidad, cubriendo los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

##### 4.1 Análisis de materialidad

La estrategia se basa en un análisis de materialidad, que permitió conocer cuáles son los temas más relevantes para Uvesco. Se examinó cómo Uvesco afecta en el entorno, así como cuál es el efecto que el entorno tiene en la empresa.

El primer paso fue hacer una consulta a los diferentes grupos de interés, que en el caso de Uvesco se definieron en clientes, plantilla, proveedores y equipo directivo. La siguiente tabla resume en número de encuestas que se hizo a cada grupo:

Grupo de interés	Clientes	Plantilla	Proveedores	Dirección
Nº encuestas	236	336	9	10

Los resultados obtenidos de estos cuestionarios se complementaron con informes externos sobre las diferentes áreas que afectan a la actividad de Uvesco. En ese sentido, la significatividad financiera se analizó a través del estándar SASB, reconocido a nivel internacional por servir ampliamente como análisis de riesgo ESG para inversores.

Por otro lado, el análisis incluyó las posibles afecciones legislativas y normativas en la organización. A fecha del análisis, éstas fueron las normativas estatales y locales que se consideraron<sup>2</sup>:

- Ley 7/2021, sobre Cambio Climático y Transición Energética
- Ley 7/2022, de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular
- Real Decreto 1055/2022, de Envases y Residuos de Envases
- Ley de Cambio Climático de Euskadi
- Anteproyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario
- Anteproyecto de Ley de Movilidad Sostenible
- Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas (CSRD), con su correspondiente trasposición española (a cierre de este

<sup>2</sup> A fecha 31/12/2025 algunas de esas normas ya están aprobadas, sin embargo, se relata el estado en el que estaban cuando se elaboró el análisis de materialidad.

informe, en fase de anteproyecto de ley).

Por otro lado, debido a la alta sensibilidad de Uvesco a las variaciones en las tendencias de los consumidores, se consideró el estudio “La alimentación sostenible”, publicada por el Basque Food Cluster, el análisis de Marcas con Valores “La era de las consecuencias” y el informe “The path forward for grocery sustainability” de McKinsey.

El siguiente gráfico sintetiza los diferentes aspectos tenidos en cuenta. El eje X es la importancia para la estrategia de Uvesco y el eje Y es la importancia para los grupos de interés. Se concluye que los ámbitos prioritarios para la organización son las buenas condiciones laborales, el producto local, la producción sostenible, la generación y gestión de residuos y el uso de materiales:



A fecha de cierre de este informe Uvesco se encuentra en proceso de elaboración del siguiente análisis de doble materialidad, ajustado a los requisitos establecidos por la normativa europea de reporte CSRD. Para ello, se han identificado los Impactos, Riesgos y Oportunidades (IROs), para definir de allí cuáles son los temas materiales para Uvesco bajo ese enfoque.

No obstante, la publicación del paquete Omnibus, con su estrategia “Stop the clock” y la simplificación de los requisitos ha paralizado este proceso, debido a la incertidumbre que se ha generado. Está previsto que la publicación definitiva de las nuevas NEIS (Normas Europeas sobre Información de Sostenibilidad) se publiquen en junio de 2026, con lo que se espera poder reactivar el proyecto a partir de esa fecha.

#### 4.2 Estrategia y Plan de Acción de Sostenibilidad

Una vez elaborado el análisis de materialidad, y viendo cuáles eran los asuntos materiales de Uvesco, se elaboró una Estrategia de Sostenibilidad y un Plan de Acción para el período 2024-2030, con objetivos concretos a alcanzar con un horizonte temporal. Esta estrategia se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales posteriormente se establecieron acciones y objetivos concretos a través del Plan de Acción:



- **Economía circular:** Dentro de este eje se han definido cuatro líneas principales de trabajo: reciclaje, envasado, agua y desperdicio alimentario. Las metas que se han establecido dentro de estas líneas tienen el objetivo de que el impacto ambiental de la organización sea el menor posible, tanto a través de la prevención del consumo (tanto en agua como en envasado, en reutilización en la línea del reciclaje), como en dar una segunda vida a todos los excedentes que se puedan generar.
- **Hacia la neutralidad climática:** Dentro de la neutralidad climática, las líneas están enfocadas en calcular, reducir y compensar la huella de carbono. Se plantean objetivos de reducción de emisiones, a base de usar refrigerantes menos contaminantes, optimizar la logística y apostar por las energías renovables. Por último, tal y como ya se hace en Uvesco, se establece el compromiso de compensar parcialmente aquellas emisiones de difícil minimización a través de proyectos locales de manera anual. Del mismo modo, se establece el hito de calcular las emisiones de alcance 3, uno de los retos más complejos a abordar por la organización en términos de métricas ambientales, hito que Uvesco ha alcanzado en 2025.
- **Productos sostenibles:** En este eje, el principal objetivo fue establecer una política ESG de proveedores. De este modo, se busca potenciar el efecto tractor que puede tener Uvesco para que su cadena de valor sea más sostenible, y que la sostenibilidad en la empresa no se quede en sus propios procesos, si no se extiende más allá. En este sentido, se ha definido una política de compra sostenible, que se quiere dar a firmar a los proveedores. Del mismo modo, se han puesto objetivos sobre bienestar animal y producción sostenible en carne y pescado.
- **Bienestar, igualdad y diversidad:** Éste es el bloque más social, dedicado al bienestar de los empleados. Dentro de él, se detallan medidas de formación, igualdad, diversidad y bienestar.
- **Implicación con el entorno:** Dentro de este último bloque se especifican aquellas medidas que promueven que Uvesco sea un agente en los diferentes territorios en los que se ubica. De esta manera, hay líneas de trabajo relativas al apoyo al entorno (a través de donaciones, patrocinios, descuentos a colectivos específicos, etc.), se establece un plan de voluntariado y se define la línea de campañas solidarias que se quiere seguir en los próximos años.

Las acciones concretas para la consecución de todos estos bloques se recogen en un Plan de Acción, en el que se establecen también los responsables y los plazos. Este plan de acción se revisa de manera bimestral en el comité de Responsabilidad Social Corporativa, para comprobar que efectivamente se está trabajando en cada uno de los objetivos y que hay avances.

Finalmente, la Estrategia se transpone en un Plan de Formación (la involucración y sensibilización de todos los/las profesionales de Uvesco es necesaria para la consecución de los objetivos.) y el mecanismo de Revisión por la Dirección, para asegurar es validada desde el mayor nivel jerárquico en la organización.

### *4.3 Políticas*

En paralelo a la elaboración de la estrategia, Uvesco ha ido trabajando en la definición de políticas que marquen las líneas que la organización quiere seguir en el desempeño de su actividad.

Uvesco cuenta actualmente con políticas de [sostenibilidad](#), [compras sostenibles](#) y de [seguridad de la información](#). Todas ellas se encuentran disponibles en la web corporativa, accesibles a todas las personas y grupos de interés que deseen consultarlas.

El próximo paso que se prevé en este aspecto es la recopilación del código de compra sostenible firmado por los diferentes proveedores, que muestre el compromiso de Uvesco con la sostenibilidad de su cadena de valor.

### *4.4 La colaboración: clave en la estrategia de Uvesco*

La consecución de los objetivos que se ha marcado Uvesco sólo se conseguirán a través de la involucración de todas las personas que forman el Grupo, pero también a través de la colaboración con otros agentes, ya que el camino hacia la sostenibilidad es una acción conjunta, como bien indica el ODS 17.

En 2022 Uvesco dio un gran paso en su relación con los demás agentes del entorno gracias a su adhesión a dos grandes alianzas: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, con el cual se ha renovado el compromiso durante el 2025, y la adhesión al Basque Ecodesign Center.

El Basque Ecodesign Center es una alianza público-privada impulsada por el Gobierno Vasco, con el fin de avanzar en la economía circular en el tejido empresarial vasco, y que cuenta actualmente con las 19 mayores empresas de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Adicionalmente, Uvesco participa activamente en varios foros relacionados con la sostenibilidad. Entre otros, es miembro del comité de sostenibilidad de AECOC, del Grupo de Trabajo de sostenibilidad de ASEDAS, participa en varios proyectos del Basque Food Cluster y es miembro del Cluster de Reciclaje de Gipuzkoa (GK Recycling).

### *4.5 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas*

Toda esta estrategia de sostenibilidad tiene su reflejo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS), definidos por las Naciones Unidas en su Agenda 2030. Este marco se compone de diecisiete objetivos que persiguen erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Cada objetivo tiene metas específicas, que deben alcanzarse para 2030. Por este motivo la estrategia de Uvesco ha sido formulada con este mismo límite temporal, para avanzar acorde con la Agenda 2030.



El análisis de materialidad mencionado previamente, donde se identifican las áreas más relevantes para el Grupo, tiene su traslación a los ODS, de manera que se puede identificar qué objetivos son los más relevantes para Uvesco. En el siguiente gráfico se puede ver la traslación del análisis de materialidad a los ODS:



Los ODS más relevantes y prioritarios para Uvesco son el 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico), el 5 (Igualdad de Género), el 12 (Producción y Consumo Responsable), y como adjuntos a este último, el 14 (Vida Submarina) y el 15 (Ecosistemas Terrestres).

A continuación, se enumeran acciones que Uvesco realiza y que tienen impacto en más objetivos:



#### ODS 1: FIN DE LA POBREZA

- Donación a bancos de alimentos
- Proyectos de donación directamente desde supermercado con Oreka y Phenix en BM, y a través del programa Último Minuto en Super Amara
- Donativos a ONGs

- Colaboración con campañas de sensibilización de ONGs: Cáritas, Dana...
- Ahorro para familias numerosas



*ODS 3: SALUD Y BIENESTAR*

- Ahorro para personas celiacas
- Servicio de atención telefónico para personas mayores
- Beneficios sociales a empleado/as
- Campaña sensibilización para la lucha contra el cáncer a través de AECC



*ODS 5: IGUALDAD DE GÉNERO*

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



*ODS 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE*

- 100% del consumo eléctrico procedente de energías renovables
- Inversión anual en medidas de eficiencia energética en supermercados y oficinas
- Instalación de paneles fotovoltaicos en 4 tiendas



*ODS 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO*

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



### *ODS 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES*

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



### *DS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES*

O

- Definición de la estrategia y la política de sostenibilidad del Grupo
- Iniciativa transversal para detectar y prevenir el desperdicio alimentario
- Aplicación del programa Too Good To Go en todos los supermercados BM del Grupo
- Uso de envases, bolsas y botellas de plástico reciclado
- Certificación Welfair/Bienestar Animal
- Opción de ticket digital, con el objetivo de reducir papel
- Definición de la política de sostenibilidad y de la política de compra responsable



### *ODS 13: ACCIÓN POR EL CLIMA*

- Reducción de la huella de carbono en un 49% en el periodo 2018-2025
- 26,5% de reparto a domicilio realizado de manera sostenible (a pie o vehículo eléctrico)
- Compensación parcial de la huella de carbono con el Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa
- Optimización de rutas logísticas y conducción eficiente
- Consecución del triple sello “Calculo, Reduzco, Compenso” del MITECO



### *DS 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS*

O

- Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Participación en proyectos colaborativos con diferentes clústeres y administraciones
- Colaboración con Kafea/Ekogras y Circularcaps para implantar puntos de reciclaje de cápsulas de café en tienda

- Participación en diferentes clústeres y foros colaborativos: AECOC, Basque Ecodesign Center, Cluster de Reciclaje de Gipuzkoa, ASEDAS, Basque Food Cluster, Cluster de Logística, etc.

La consecución de estos objetivos es responsabilidad transversal de todo el Grupo, pero cobra especial relevancia en el comité de Responsabilidad Social Corporativa. En este comité están representados los diferentes departamentos de Uvesco, y se debaten los diferentes temas relacionados con la RSC dentro del Grupo, al mismo tiempo que se coordinan las diferentes acciones que conllevan la implicación de varios departamentos y se hace seguimiento de las líneas abiertas. Este comité se reúne de manera bimestral y está presidido por la directora financiera (CFO) de Uvesco.

#### *4.6 Certificados y reconocimientos*

Como consecuencia de la formulación de esta estrategia, Grupo Uvesco fue la primera empresa de distribución en España en obtener el certificado Estrategia 100% Circular de AENOR, a finales del año 2023.

El proceso de elaboración y seguimiento de la estrategia son auditados anualmente, de manera que se revisa que los objetivos planteados y los indicadores para su monitorización son coherentes, además de medir el nivel de avance global. De ese modo, un tercero independiente confirma que Uvesco avanza por el camino correcto y cumpliendo sus metas ambientales y sociales. En 2025, Uvesco renovó por tercer año este certificado, mostrando el compromiso de la organización con la sostenibilidad.



*Ilustración 1: sello Estrategia 100% Circular de AENOR*

Este compromiso se ha visto además reconocido con diferentes galardones. En 2024, Uvesco recibió el premio ADEGI a la empresa de desarrollo sostenible, entregado por la Asociación de Empresas de Gipuzkoa. Por su parte, en 2025 el Grupo recibió el premio Euskadi Agenda 2030, en el nivel “Aurreratua” (avanzado). Uvesco fue una de las 10 primeras empresas en conseguir este nivel avanzado, en estos premios entregados por el Gobierno Vasco.

## 5 Gestión medioambiental

Uno de los grandes retos actuales del gran consumo consiste en reducir al máximo el impacto que su actividad genera en el entorno, desarrollando una gestión comercial que sea sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

En el anterior apartado, a través del análisis de materialidad, se ha visto qué temas son los más relevantes para la organización, en los que se incluían varios asuntos ambientales. Sin embargo, en esta sección se hace un análisis de los impactos ambientales más minucioso, proporcionando diferentes métricas ambientales y detallando el trabajo que se hace para minimizarlos. Asimismo, se indican los objetivos que la empresa se ha propuesto alcanzar en los diferentes aspectos ambientales.

### 5.1 Identificación de impactos

Para poder reducir el impacto que la actividad de Uvesco genera en el entorno, es imprescindible primero identificar qué impactos tiene la distribución en el medio ambiente, para poder así priorizar y minimizar estas repercusiones. Los principales impactos que se han detectado son:

- **Emisiones al aire:** La contaminación al aire es el mayor impacto ambiental de Uvesco, tanto por el uso de refrigerantes como por la distribución de mercancías. Los esfuerzos en este ámbito están centrados en usar refrigerantes con menor PCA y optimizar el transporte.
- **Consumo de energía:** Uvesco, debido a sus múltiples puntos de venta, consume una gran cantidad de energía, tanto en centrales como en los supermercados. Además de implantar medidas de eficiencia energética, el 100% del consumo de energía eléctrica procede de fuentes renovables.
- **Generación de residuos:** Tanto en centrales como en supermercados se generan residuos, que se gestionan bajo el principio de prevención y reciclaje.
- **Uso del suelo:** En menor medida también se impacta sobre el suelo. Dado que la totalidad de los supermercados de Uvesco están sobre suelo urbano este impacto es poco significativo.

Grupo Uvesco se encuentra en proceso de expansión, pero no se espera que de dicho crecimiento puedan derivar nuevos tipos de impacto. Es más, dado que los impactos están identificados y se trabaja en ellos, lo previsible es que la ratio de impacto por unidad producida vaya reduciéndose en el futuro.

Además de los impactos que desde Uvesco se pueden causar en el entorno, es igualmente importante detectar y trabajar en los impactos que los cambios en el medio ambiente pueden tener sobre la propia actividad, ya que pueden llegar a ser muy significativos, en especial los relacionados con el cambio climático. Existen dos tipos de impacto:

- Impactos directos:** son aquellos que el cambio climático puede tener directamente sobre supermercados o centrales. Por ejemplo, una mayor inundabilidad, mayor riesgo de incendios, sequías que provoquen cortes de agua que afecten al funcionamiento del centro, etc.
- Impactos indirectos:** hacen referencia a los impactos sufridos por los proveedores de Uvesco, que influyen en los productos que Uvesco comercializa. Por ejemplo, variaciones climáticas que puedan generar malas o tardías cosechas afectarán a los

proveedores del Grupo y, en consecuencia, a las ventas.

En línea con lo establecido en la ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética, Uvesco tiene planeado abordar un análisis de los riesgos asociados al cambio climático más profundo y que pueda examinar tanto los riesgos físicos como los de transición.

Durante 2024 y 2025 no se ha recibido ninguna multa ni sanción significativa por cuestiones relacionadas con el medio ambiente.

## 5.2 Desempeño Ambiental: Contaminación y uso de los recursos

### 5.2.1 Consumo y eficiencia energética

En 2025 se ha mantenido que el 100% de la energía eléctrica que consume Uvesco sea de origen renovable. Esto se debe a un acuerdo de PPA (Power Purchase Agreement) firmado en 2018, que fue pionero en España, el base al cual la totalidad de la energía consumida por el grupo es de origen renovable, procedente de la planta solar Nuñez de Balboa, en Usagre (Badajoz, Extremadura). Uvesco fue la primera empresa de distribución en adoptar este compromiso en España, en virtud de lo cual se ha evitado la emisión de más de 33.371 toneladas de CO<sub>2</sub> durante el 2025<sup>3</sup>, avanzando de esta manera en el compromiso de descarbonización de la economía.

La siguiente tabla resumen el consumo energético de Uvesco durante los últimos años:

Concepto	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Energía eléctrica consumida	105,061 GWh	117,569 GWh	121,349 GWh
Emisiones evitadas CO <sub>2</sub>	28.366 toneladas CO <sub>2</sub>	28.334 toneladas CO <sub>2</sub>	33.371 toneladas CO <sub>2</sub>

Por otro lado, el consumo de gas se resume en la siguiente tabla. Uvesco cuenta con un consumo de gas reducido, ya que sólo se hace uso de este combustible en dos plataformas logísticas, siendo el resto del consumo energético completamente eléctrico:

	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Consumo gas (m <sup>3</sup> )	64.999	69.462	74.835

Otra de las estrategias que implementa Grupo Uvesco en materia de sostenibilidad se apoya en la renovación y mantenimiento de sus puntos de venta. Se implantan tecnologías que optimizan los recursos, con el objetivo de que los supermercados sean eficientes en el consumo de energía. Estas inversiones afectan al plan de reformas y mantenimiento de supermercados.

En los últimos ejercicios estas actuaciones han estado centradas en los equipos de frío y en la iluminación. La acción principal en cuanto a mobiliario de frío es la introducción de puertas en frigoríficos y congeladores para evitar el escape de energía y mejorar la climatización en supermercado. En cuanto a las luminarias, las intervenciones consisten en introducir bombillas y fluorescentes LED de bajo consumo. Las inversiones en este apartado disminuyen

<sup>3</sup> Este dato se ha obtenido del consumo energético total Uvesco multiplicado por el factor de emisión de la distribuidora sin GPO para 2024, ya que a fecha de cierre del informe los datos de 2025 del MITECO todavía no están disponibles. De igual manera, todos los factores de emisión que se usan en todo el documento son los de 2024.

gradualmente puesto que prácticamente todos los supermercados del Grupo cuentan con iluminación LED.

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

Inversión en eficiencia	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Iluminación	8.482,53 €	8.548,46 €	4.526,46 €
Mobiliario de frío	132.478,55 €	148.362,17 €	55.705,52 €
<b>TOTAL</b>	<b>140.961,08 €</b>	<b>156.910,63 €</b>	<b>60.231,98 €</b>
Ahorro energético Kwh/año	101.799,6 kwh	115.588,41 kwh	42.906,22 kwh
Ahorro energético tn CO <sub>2</sub> /año	27,48 tn CO <sub>2</sub>	27,86 tn CO <sub>2</sub>	11,80 tn CO <sub>2</sub>

### 5.2.2 Consumo de agua

Uvesco, por su actividad comercial, no requiere un consumo intensivo de agua. Sin embargo, dada la importancia de este recurso natural, se realizan esfuerzos para conocer y optimizar el consumo del agua.

Respecto al origen, el Grupo se abastece al 100% de las redes de agua municipales. De igual manera, la gestión de las aguas residuales se realiza a través de las redes de saneamiento municipales de las diferentes zonas en las que se opera.

Calcular el consumo de agua a nivel de grupo ha supuesto tradicionalmente un reto para Uvesco, ya que, si bien ninguno de los centros son consumidores intensivos de agua, la multitud de establecimientos hace que la recopilación de datos sea complicada.

Por eso mismo, durante el 2024 se desarrolló una línea de trabajo junto con el Basque Ecodesign Center, cuyo objetivo fue conocer con el mayor grado de exactitud posible el consumo de agua. Para ello, se dividieron los supermercados en diferentes tipologías y se tomó un muestreo desde el cual extrapolar el consumo total.

La evolución del consumo de agua de Uvesco se resume en la siguiente tabla:

	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Consumo de agua (m <sup>3</sup> )	230.390,95 m <sup>3</sup>	209.020 m <sup>3</sup>	229.091 m <sup>3</sup>

Se ve que en el último año ha habido un aumento del consumo de agua, aunque se considera que está dentro de los parámetros normales dentro del crecimiento del grupo. Del mismo modo, hay que tener en cuenta que debido a que los datos se obtienen de muestreos, las cifras pueden variar de un año a otro.

Para conocer en mayor profundidad el consumo y poder establecer mayores ahorros, desde Uvesco se ha planteado en varias ocasiones implementar un sistema de monitorización del consumo a través de

telemedida. De este modo, no sólo se podría conocer el consumo en mayor detalle, sino que también se podrían detectar y corregir las posibles desviaciones con más rapidez. Sin embargo, se ha visto que la tecnología en este ámbito no es madura, por lo que no es una opción ahora mismo. No obstante, no se descarta implementarla en el medio plazo.

### 5.2.3 Emisiones Atmosféricas y otros tipos de contaminación

El Grupo Uvesco no dispone de instalaciones de combustión ni en las plataformas logísticas ni en los supermercados, por lo que no hay emisiones de fuentes fijas de gases NO<sub>x</sub> y SO<sub>x</sub>, por lo tanto, no hay mediciones al respecto. Respecto a las sustancias SAO, todas las nuevas aperturas de supermercados cuentan con sistemas frigoríficos que funcionan con CO<sub>2</sub> inocuo al ozono. En supermercados de apertura menos reciente sí que existen gases refrigerantes fluorados, para los cuales que se realizan dos revisiones de fugas al año, una revisión más de la anual exigida por la normativa.

Respecto a la contaminación lumínica, no se considera que Uvesco tenga impactos significativos en este aspecto, dado que todos sus centros se encuentran en entornos urbanos. Además, el Real Decreto 14/2022 redujo de manera considerable la iluminación nocturna y por lo tanto la posible contaminación generada por ésta, por lo que no se toman acciones concretas en este ámbito más allá del cumplimiento legal.

Respecto a la contaminación por ruido, la única actividad susceptible de provocar este tipo de polución es la descarga nocturna de camiones en los supermercados, para lo cual hay un protocolo de descarga nocturna. Entre otras, en este documento se recogen acciones tales como el uso de transpaletas silenciosas o eliminar el pitido de marcha atrás en los camiones. No se considera que ninguna otra actividad de Uvesco pueda generar molestias por ruidos, por lo que no se toman más acciones.

### 5.2.4 Transporte sostenible

El transporte supone uno de los mayores impactos que la organización tiene en el entorno, ya que al tratarse de una empresa de distribución, el transporte supone una parte muy importante de la actividad.

El transporte en Uvesco se puede dividir en tres bloques diferenciados: proveedor-central, central-supermercado y supermercado-cliente. En el primero de estos Uvesco no tiene poder de actuación, ya que son los propios proveedores quienes se encargan de hacer las entregas en las diferentes plataformas logísticas del grupo.

Respecto al transporte central-supermercado, éste supone el eje principal del departamento de logística de Uvesco. En él, las actuaciones para reducir el impacto están dirigidas a la optimización de las rutas, el aumento de la tasa de llenado de los camiones y la renovación de la flota. Del mismo modo, periódicamente se realizan pruebas con camiones híbridos y eléctricos para ver si estos son técnico-económicamente viables. Como resultado de estas pruebas se ha incorporado un camión híbrido a la flota, que hace una de las rutas que parte desde la plataforma central de Irún. El consumo de combustible realizado por la flota se resume en la siguiente tabla:

Central	Consumo (litros) 2023	Consumo (litros) 2024	Consumo (litros) 2025
Unialco	537.645,97	606.050,85	621.625,56
VES	1.027.744,68	1.035.278,98	1.036.119,41
Capilar Madrid	225.004,17	324.697,09	366.793,57

Arrastres Madrid	43.095,32	21.497,35	12.214,01
<b>TOTAL</b>	<b>1.833.490,14</b>	<b>1.987.518,27</b>	<b>2.036.752,55</b>

El último bloque del transporte corresponde al relativo a los supermercados-domicilios de los/las clientes. En este aspecto, Uvesco cuenta con una ventaja derivada de su modelo, basado en los supermercados de cercanía. Esta proximidad con el/la cliente hace que el transporte a domicilio (tanto de la compra online como de las compras presenciales con petición a servicio a domicilio) se pueda optimizar, ya que permite realizar varias entregas en una ruta de unos pocos kilómetros, incluso que varias entregas se puedan hacer a pie. De hecho, el reparto medio a domicilio es de 2,46 km desde el supermercado a la casa del/la cliente.

No obstante, la cada vez mayor expansión en la zona de Madrid hace que estas distancias cada vez sean más grandes, y por lo tanto, que el porcentaje de entregas que se pueden hacer a pie sean menores y que las rutas de reparto sean más largas.

Dentro del transporte sostenible, además de aquel que se hace a pie, se incluye el que se hace en furgonetas eléctricas. Este tipo de reparto está limitado debido a la falta de cargadores en muchos puntos y al elevado precio de los vehículos eléctricos, no obstante, en 2025 se ha conseguido mejorar estos datos en comparación con los de 2024.

Del mismo modo, en 2024 se dio un paso importante para mejorar la sostenibilidad del transporte a domicilio, a través de la medición de la huella de carbono de estas rutas. Todos los datos se resumen en la siguiente tabla:

	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Porcentaje transporte sostenible	27,8 %	19,6 %	26,5%
Huella de carbono (tn eq. CO <sub>2</sub> )	-	286,424	219,500

### 5.2.5 Huella de carbono

Gracias a las medidas tomadas en eficiencia energética y en la optimización del transporte, la huella de carbono se ha reducido un 49,43% desde el 2018, el primer año de medición.

La huella de carbono se calcula siguiendo la metodología establecida por la certificación Lean&Green, de AECOC. Para el Alcance 1, se tienen en cuenta la totalidad del transporte de las plataformas logísticas a los supermercados y el consumo de gas, y en el Alcance 2, el consumo de energía eléctrica. Debido a que el 100% de la energía eléctrica que se consume en Uvesco es de origen renovable, las emisiones del Alcance 2 son nulas, por lo que la totalidad de la huella declarada corresponde al Alcance 1.

El desglose de los parámetros tenidos en cuenta en la huella de carbono se resume en la siguiente tabla:

Alcance	Parámetro	2023	2024	2025
<b>Alcance 1</b>	Transporte	4.658.011 kg CO <sub>2</sub>	5.064.653 kg CO <sub>2</sub>	5.200.722 kg CO <sub>2</sub>
	Consumo de gas	137.934 kg CO <sub>2</sub>	216.646 kg CO <sub>2</sub>	221.597,20 kg CO <sub>2</sub>
<b>Alcance 2</b>	Consumo eléctrico	0 kg CO <sub>2</sub>	0 kg CO <sub>2</sub>	0 kg CO <sub>2</sub>
<b>Total (kg eq. CO<sub>2</sub>)</b>		<b>4.795.945 kg CO<sub>2</sub></b>	<b>5.281.299 kg CO<sub>2</sub></b>	<b>5.422.319 kg CO<sub>2</sub></b>

Por otro lado, la evolución de la huella de carbono respecto a años anteriores se resume en la siguiente tabla:

	2023	2024	2025
Kg. CO <sub>2</sub> total	4.778.335 kg CO <sub>2</sub>	5.281.299 kg CO <sub>2</sub>	5.421.981 kg CO <sub>2</sub>
Palés	1.019.724	1.045.392	1.150.471
<b>Kg. CO<sub>2</sub>/Palé</b>	<b>4,68</b>	<b>5,05</b>	<b>4,71</b>

En 2024 el indicador subió, principalmente debido a la adquisición de Supermercados Superhiber, cuyo aprovisionamiento conllevó que el número de palés movidos por camión fuera menos eficiente. Sin embargo, los datos confirman que fue un bache puntual y que en 2025 se ha vuelto a un transporte eficiente.

Por otro lado, en 2024 Uvesco marcó un nuevo hito respecto a su huella de carbono, calculando por primera vez las emisiones de Alcance 3. Este cálculo le ha permitido a la organización entender mejor su impacto, ya que tiene en cuenta no sólo el de sus actividades propias, si no el de toda la cadena de valor. Las categorías medidas en el Alcance 3, con el impacto de cada una, se resumen en la siguiente tabla:

Categoría medida	Descripción	Resultado de la medición en ton CO <sub>2</sub> eq	% del Alcance 3
<b>Categoría 1</b>	Bienes & servicios adquiridos	757.040,10	89,94%
<b>Categoría 3</b>	Actividades relacionadas con el consumo de combustibles y energía	9.485,99	1,13%
<b>Categoría 4</b>	Transporte y distribución aguas arriba	67.678,50	8,04%
<b>Categoría 5</b>	Residuos generados en operaciones	761,19	0,09%

<b>Categoría 6</b>	Viajes de negocio	466,34	0,06%
<b>Categoría 7</b>	Desplazamiento de personas trabajadoras	5.916,26	0,70%
<b>Categoría 8</b>	Activos alquilados aguas arriba	0,00	0,00%
<b>Categoría 9</b>	Transporte y distribución aguas abajo	328,97	0,04%
<b>TOTAL</b>		<b>841.677,34</b>	

Estos datos se corresponden a 2024, ya que a fecha de cierre del presente informe Uvesco todavía no tiene calculadas las emisiones asociadas al alcance 3 de 2025.

En la Estrategia de Sostenibilidad Uvesco fijó sus objetivos de descarbonización, poniendo de manifiesto su ambición de ser una organización climáticamente neutra para 2050. Se establecieron asimismo objetivos intermedios para 2025 y 2030. Como Uvesco ya ha reducido un 50% sus emisiones respecto al año base, se confirma que avanza adecuadamente en la consecución de sus objetivos.

	2025	2030	2050
Alcance 1+2 (año base 2018)	-50 %	-60 %	-100 %
Alcance 3	Cálculo	-10 %	

Por otro lado, en 2022 Uvesco marcó un hito importante en su compromiso con la descarbonización, ya que por primera vez compensó parcialmente sus emisiones, acción que se ha mantenido durante los siguientes años. Esta compensación se realiza a través del Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, promovido por Naturklima (Fundación de Cambio Climático de Gipuzkoa). La compensación conlleva como valor añadido el que las acciones de absorción de carbono se llevan a cabo en Gipuzkoa, por lo que la reparación se hace en el mismo lugar donde se genera el impacto. De hecho, las actuaciones del 2025 incluyen la plantación de árboles en Orio, la creación de un refugio climático en Tolosa y una restauración ambiental en Soraluze. Este hecho se alinea de manera directa con la filosofía de Uvesco de involucrarse en la comunidad local, tanto a nivel social como ambiental. En 2025 Uvesco ha superado las 571 toneladas compensadas.

Gracias a todos esos esfuerzos, Uvesco obtuvo en 2024 el triple sello “Calculo, Reduzco, Compenso” otorgado por el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico:



En 2025 Uvesco volvió a inscribir su huella en el registro del ministerio, renovando de este modo su compromiso con la transparencia de los datos.

### 5.3 Economía circular y Gestión de residuos

La economía circular, en la que los recursos se mantienen en la economía el mayor tiempo posible, es imprescindible para poder avanzar en la sostenibilidad de las organizaciones. Si bien apartados anteriores como la reducción de las emisiones y el consumo de agua y energía son también una parte fundamental en la economía circular, dentro de Uvesco la gestión de residuos es un tema especialmente relevante, por el alto volumen que se genera.

El primer paso en la gestión de residuos ha de ser la prevención. Por eso mismo, dentro de su logística Uvesco lleva años trabajando con cajas reutilizables en su logística y funciona mediante un *pool* de palés para la reutilización de los mismos.

#### 5.3.1 Desperdicio alimentario

Como empresa de distribución alimentaria, el desperdicio alimentario es un tema particularmente relevante para Uvesco. Por eso mismo, durante 2024 se llevó a cabo un proyecto para identificar y prevenir el desperdicio en todas las fases de la cadena donde se produce.

Se tomaron medidas como la optimización de surtido en los supermercados (quitar aquellas referencias que por su baja demanda tenían una alta tasa de caducidad) o racionalizar los stocks tanto en supermercado como en almacén. Asimismo, se realizaron acciones en supermercado para reducir la cantidad de productos frescos expuestos y evitar su consiguiente deterioro.

La acción más significativa en 2024 fue la puesta en marcha de los pedidos a través de inteligencia artificial. Este software optimiza los pedidos que se realizan tanto en los almacenes como en los supermercados, favoreciendo que la cantidad que se compre se ajuste al máximo a lo que se va a vender. En consecuencia, se generan muchos menos residuos en estas dos fases de la cadena gracias a la optimización de los pedidos.

Este proyecto, que comenzó su andadura en 2024 con unos supermercados piloto, se ha ido expandiendo en 2025 a todos los centros del grupo y a la práctica totalidad de referencias comercializadas-

En cualquier caso, es inevitable la generación de cierta cantidad de excedentes alimentarios. Por eso mismo, se llevan a cabo diferentes medidas para que estos alimentos se puedan aprovechar. De este modo, todos los excedentes generados en los almacenes, más algunos de los producidos en supermercados, son donados al Banco de Alimentos. La evolución de las donaciones se resume en la siguiente tabla:

	2023	2024	2025
Toneladas donadas a Banco de Alimentos	627	423	397

Durante los últimos años las cantidades donadas al Banco de Alimentos han ido descendiendo debido a las diferentes medidas de optimización que se han llevado a cabo tanto en supermercados como en centrales. Además, se han puesto en marcha acciones de donación en supermercado que han absorbido parte de estos productos, que se detallan más adelante.

Entre las acciones que se llevan en supermercado para reducir el desperdicio alimentario, la más destacada es el mark-down, la venta con descuento de productos cercanos a su fecha de caducidad. Así, se pueden encontrar productos cuyo descuento varía entre el 20% y el 40% para fomentar su venta antes de que caduquen.

Por otro lado, sigue vigente el sistema de packs Too Good To Go, que permite a los/las clientes adquirir a precio reducido alimentos próximos a caducar. Actualmente, este sistema se utiliza para aquellos productos a los que no se ha podido dar salida a través del mark-down. En total, en 2025 se han vendido **104.991 paquetes** de Too Good To Go.

Finalmente, para aquellos productos que tienen una fecha de caducidad inminente o por cualquier otro motivo no son aptos para venta, pero si para el consumo, se ha puesto en marcha un sistema de donaciones desde supermercado.

De este modo, a través de la asociación Oreka en Bizkaia y de Phenix en Madrid, todos los productos aprovechables se llevan en el mismo día a asociaciones benéficas. Actualmente hay más de 180 supermercados involucrados en este proyecto, que tiene la ventaja de que amplía el rango de productos susceptibles de donación y al mismo tiempo expande el número de asociaciones a las que se entregan los alimentos, contribuyendo al mismo tiempo tanto al medio ambiente como a la sociedad. La evolución de las donaciones desde tienda se resume a continuación:

	2024	2025
Donaciones desde tienda (tn)	300,60	589,15

En paralelo existe la acción denominada Último Minuto, la cual lleva años implantada en Super Amara y que ha permitido donar **52.853 kg** en 2025 al Banco de Alimentos de Gipuzkoa directamente desde los supermercados.

Las toneladas de alimentos que han conseguido reaprovecharse para el consumo humano tienen asimismo su reflejo en la reducción de la huella de carbono. Las emisiones evitadas sumando la cantidad donada tanto a banco de alimentos como la entregada directamente desde supermercados sería la siguiente:

Kg reaprovechados	Emisiones evitadas <sup>4</sup>
1.039.05 kg	216.198 tn CO <sub>2</sub>

<sup>4</sup> Se identifica el factor de emisión de la gestión de residuos alimentarios según DEFRA. La tasa es 208,082 kg CO<sub>2</sub>e/kg de residuo alimentario evitado

### 5.3.2 Tratamiento diferenciado y reciclaje de residuos

A pesar de las diferentes medidas tomadas para evitar la generación de residuos, es inevitable generar cierta cantidad. La política en Uvesco es la máxima separación para reciclar la mayor cantidad posible de fracciones, evitando así al mínimo el depósito en vertedero. Para ello, el primer paso es identificar todos los procesos productores de residuos y todos los tipos de residuos que en ellos se generan, para poder buscar la gestión adecuada para cada uno de ellos. La gestión de las diferentes fracciones se resume a continuación:

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

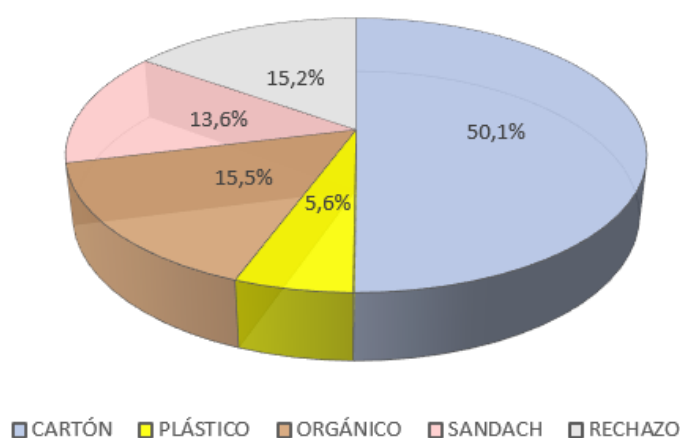
En relación con la tasa de reciclaje, en 2023 se llevó a cabo un proyecto de la mano del Basque Ecodesign Center para el cálculo de la tasa de gestión circular de Uvesco, que derivó en una herramienta de medición. Gracias a ella, se ha podido conocer en más detalle este indicador, cuyo cálculo resulta bastante complicado debido a los múltiples puntos de generación y a que las mancomunidades no proporcionan los datos de las recogidas.

Los datos de la generación por fracción se resumen en la siguiente tabla:

Fracción	Generación total por flujos	
	2024 (kg)	2025 (kg)
Cartón	6.677.981,60	6.715.744,44

Plástico	1.559.492,40	743.772,08
Orgánico	2.026.837,15	2.070.130,83
SANDACH	2.043.871,91	1.823.928,70
Rechazo	973.225,77	2.041.004,25
Residuos peligrosos	1.899,5	5.436
<b>TOTAL</b>	<b>13.283.308,33</b>	<b>13.400.016,3</b>

**GENERACIÓN TOTAL ANUAL POR FLUJOS**



Por otro lado, la evolución de esta métrica se puede ver en la siguiente tabla:

	2023	2024	2025
Tasa de reciclaje	80,9%	74,2 %	78,5%

El porcentaje de reciclado de los residuos bajó notablemente en 2024, debido principalmente a la eliminación de las devoluciones a central. Esto desplazó la generación de residuos de las centrales a las tiendas, donde la gestión es más complicada, ya que hay una dependencia mucho mayor de las normativas municipales. No obstante, se han tomado medidas para mejorar la gestión de residuos en los puntos de venta, lo que ha hecho que la tasa de reciclaje mejore durante el último año.

### 5.3.3 Puntos de reciclaje en supermercados

Además de gestionar sus residuos de la mejor manera posible, Uvesco ha dado un paso más allá, facilitando a sus clientes la separación de manera adecuada. De este modo, se cuenta con puntos de reciclaje de pilas en todos los supermercados del grupo, y aquellas tiendas de mayor tamaño cuentan también con puntos de recogida de luminarias, en los cuales se han recogido casi 750 kg durante 2025.

Asimismo, durante los últimos años Uvesco ha ido implementando progresivamente puntos de reciclaje para cápsulas de café en las tiendas. En la actualidad más de 60 supermercados de Gipuzkoa y Madrid cuentan con estos puntos, en los que se han recogido 10.353 kg de cápsulas

durante el 2025.

Por otro lado, Uvesco ha participado en un proyecto pionero de reciclaje en 2025, ya que formó parte del piloto del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) en su tienda de Sangüesa. Dentro de este sistema se cobró a los clientes un depósito de 0,10 € por las latas y botellas de bebida, que se les retornaba posteriormente cuando devolvían esos envases para ser reciclados. Este piloto tuvo una duración de 3 meses, en el verano de 2025, en el cual se recogieron y reciclaron más de 165.300 envases. El proyecto ha supuesto un gran aprendizaje para cuando este sistema sea obligatorio en el corto plazo.

#### 5.4 Envases sostenibles

Uvesco lleva años trabajando en mejorar la sostenibilidad de sus envases. De este modo, se han llevado acciones tales como eliminar los colores oscuros de los envases (menos reciclables), cambiar las bandejas de frutería y panadería de plástico a cartón o sustituir el Porex (difícil de reciclar) por rPET.

En los últimos tiempos el principal objetivo ha sido incorporar el máximo material reciclado en los envases. De esta manera, todas las bandejas de pescadería y carnicería están compuestas por PET reciclado hasta el 95% y las botellas están hechas de material reciclado al 100%. Además, en cumplimiento con la ley, todas las bolsas camiseta que se entregan en caja son recicladas mínimo en un 70%. De este modo, Uvesco ha alcanzado la cifra de **1.773.513,642 kg** de plástico reciclado puestos en el mercado.

La evolución del porcentaje de material reciclado, incluyendo tanto plástico como cartón, se puede ver en la siguiente tabla:

	2023	2024	2025
% material reciclado	50,12%	48,26%	50,27%

En otro orden de cosas, Grupo Uvesco no se hace uso directo de materias primas, puesto que su actividad es la distribución y no de producción.

#### 5.5 Protección de la biodiversidad

Tanto por la actividad comercial como por sus ubicaciones, no se considera que el impacto en la biodiversidad sea relevante para Uvesco. Todos los supermercados del Grupo están localizados en entornos urbanos, no encontrándose ningún centro en áreas protegidas. Por lo tanto, no procede tomar medidas específicas para minimizar este tipo de impacto.

No obstante, la póliza de Responsabilidad Civil contempla una cobertura de contaminación accidental y repentina por la introducción o dispersión de materias o sustancias en la tierra, agua o aire que produzcan un deterioro que resulte peligroso o dañino en la calidad de dichos medios.

## 6. Empleo y sociedad

El propósito de Grupo Uvesco es “**nutrir el bienestar de nuestro entorno**” y el objetivo en relación con el equipo Uvesco es contar con profesionales cohesionados y motivados. Para ello, fomentamos el reconocimiento, la colaboración y el bienestar. En este sentido, llevamos a cabo esfuerzos sistemáticos para incrementar los niveles de bienestar de la plantilla en todas sus dimensiones: física, mental, relacional y la económica.

Cohesión implica integración, por ello, en Grupo Uvesco trabajamos para lograr entornos inclusivos que permitan que todas las personas, participen de manera equitativa. En esta organización las personas son contratadas por sus aptitudes, habilidades, experiencia y capacidad, no estando permitida la discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

El área de personas está basada en un sistema compuesto por diferentes palancas relacionadas con dos ejes principales:

- **Mejores profesionales** (reconocimiento): Aspiramos a ser percibidos tanto por los/as clientes, por nosotros/as mismos/as y por la sociedad en general como los profesionales que, por atención, conocimiento del producto y capacitación técnica ofrecen el mejor servicio.
- **Visión compartida** (marco colaborativo): Los/as 7.432 profesionales que formamos el Grupo lo hacemos con un propósito, una misión, y unos objetivos compartidos.

Sistema para personas de Grupo Uvesco



Ilustración 2: sistema de personas Grupo Uvesco

A continuación, se muestran los principales indicadores de las políticas sociales

desarrolladas por el Grupo:

Etiquetas de fila	2024	2025
<b>Plantilla</b>		
Plantilla total	7.142	7.432
% Mujeres – Hombres	67% - 33%	67% - 33%
Antigüedad media	11 años	11 años
Nuevas contrataciones	1.755	2.256
Personas con discapacidad	74	77
% Mujeres en puestos de responsabilidad tienda	70%	70%
<b>Desarrollo</b>		
Inversión en formación	5.645.492 €	6.797.959€
Inversión media en formación	865 €	965 €
Horas formación totales	258.320	284.111
Horas formación por persona	40	40
<b>PRL</b>		
Auditorías legales realizadas	3	2
Nº de centros de trabajo con desfibriladores	141	143
Nº de estudios de los Servicios de Prevención	280	292
Planes de autoprotección	12	13
Prestaciones por embarazos de riesgo	49	54
Reconocimientos médicos	3.043	3.079
Simulacros en los centros de trabajo	310	311

## 6.1 Empleo

El Grupo cuenta con una plantilla de 7.432 personas a cierre de ejercicio 2025. Todas ellas están ubicadas en distintas provincias españolas, concretamente en Madrid, Ávila, Guadalajara, Navarra, La Rioja, Cantabria, Bizkaia, Araba y Gipuzkoa.

En el Grupo Uvesco las personas son contratadas por sus aptitudes, habilidades, experiencia y capacidad. No está permitida la discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

Estamos comprometidos con ofrecer un empleo de calidad, a través de diferentes políticas que promueven la estabilidad, reconocen el talento, mejoran las relaciones laborales y buscan desarrollar entornos de bienestar para la plantilla.

Apostamos por contratos estables y unas condiciones laborales por encima de la media del sector en todas las zonas en las que estamos presentes, así como de fomentar medidas de conciliación. Todo ello nos ayuda a atraer talento y a cuidar a los/as profesionales que formamos el Grupo en la actualidad.

A continuación, se muestra la distribución de la plantilla por género y categoría profesional a cierre de ejercicio 2025:

	2024		Total 2024	2025		Total 2025
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
Directivos/as	7	5	12	7	5	12
Gerentes y responsables de área	33	17	50	30	17	47
Mandos intermedios y personal técnico	151	46	197	149	52	201
Personal administrativo	53	123	176	48	118	166
Encargados/as de tienda	155	189	344	144	214	358
Auxiliares de encargado/a de tienda	114	438	552	119	462	581
Operarios de tienda	1.417	3.942	5.359	1.492	4.086	5.578
Operarios de almacén	438	14	452	469	20	489
<b>Total general</b>	<b>2.368</b>	<b>4.774</b>	<b>7.142</b>	<b>2.458</b>	<b>4.974</b>	<b>7.432</b>

Nota: no se incluye la categoría de consejeros/as.

Del cuadro anterior, se desprende que el 67% de la plantilla total son mujeres, por lo que somos una empresa mayoritariamente femenina.

Uno de los retos del Grupo es seguir potenciando la presencia de la mujer en puestos de responsabilidad. A cierre del ejercicio 2025, el 70% de los puestos con responsabilidad (directivos/as, gerentes y responsables de área, encargados/as de tienda y auxiliares de encargado/a de tienda) estaban ocupados por mujeres. Si analizamos los puestos de responsabilidad de los supermercados, las mujeres ocupan el 72% de los puestos.

### 6.1.1 Número de empleados a cierre del ejercicio, por sexo, edad y categoría profesional

	2024		Total 2024	2025		Total 2025
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
<b>Directivos/as</b>	7	5	12	7	5	12
Entre 30 y 39 años	1		1	1		1
Entre 40 y 49 años		2	2		2	2
Entre 50 y 59 años	5	2	7	4	2	6
Más de 60 años	1	1	2	2	1	3
<b>Gerentes y responsables de área</b>	33	17	50	30	17	47
Entre 30 y 39 años	1		1	1		1
Entre 40 y 49 años	10	10	20	8	9	17
Entre 50 y 59 años	18	6	24	17	7	24
Más de 60 años	4	1	5	4	1	5
<b>Mandos intermedios y personal técnico</b>	151	46	197	149	52	201
< 30 años	2	2	4	6	4	10
Entre 30 y 39 años	35	16	51	30	15	45
Entre 40 y 49 años	35	13	48	39	12	51
Entre 50 y 59 años	64	13	77	59	18	77
Más de 60 años	15	2	17	15	3	18
<b>Personal administrativo</b>	53	123	176	48	118	166
< 30 años	16	20	36	11	24	35
Entre 30 y 39 años	8	34	42	11	29	40
Entre 40 y 49 años	11	38	49	8	36	44
Entre 50 y 59 años	13	29	42	12	26	38
Más de 60 años	5	2	7	6	3	9
<b>Encargados/as de tienda</b>	155	189	344	144	214	358
< 30 años	2	1	3		2	2
Entre 30 y 39 años	17	26	43	17	31	48
Entre 40 y 49 años	37	82	119	34	80	114
Entre 50 y 59 años	79	71	150	76	89	165
Más de 60 años	20	9	29	17	12	29
<b>Auxiliares de encargado/a de tienda</b>	114	438	552	119	462	581
< 30 años	8	26	34	13	30	43
Entre 30 y 39 años	31	85	116	34	99	133
Entre 40 y 49 años	30	167	197	27	161	188
Entre 50 y 59 años	36	143	179	38	155	193
Más de 60 años	9	17	26	7	17	24
<b>Operarios de tienda</b>	1.417	3.942	5.359	1.492	4.086	5.578
< 30 años	262	378	640	307	484	791
Entre 30 y 39 años	288	619	907	323	607	930
Entre 40 y 49 años	319	1.337	1.656	302	1.252	1.554
Entre 50 y 59 años	389	1.348	1.737	388	1.436	1.824
Más de 60 años	159	260	419	172	307	479
<b>Operarios de almacén</b>	438	14	452	469	20	489
< 30 años	81	1	82	95	4	99
Entre 30 y 39 años	126	2	128	125	3	128
Entre 40 y 49 años	134	7	141	134	8	142
Entre 50 y 59 años	79	4	83	96	5	101
Más de 60 años	18		18	19		19
<b>Total general</b>	<b>2.368</b>	<b>4.774</b>	<b>7.142</b>	<b>2.458</b>	<b>4.974</b>	<b>7.432</b>

Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as

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

	2024						Total 2024	2025						Total 2025
	Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Temp. T. Completo	Temporal T. Parcial	Fijo discont.	Jubil. parcial		Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Temp. T. Completo	Temporal T. Parcial	Fijo discont.	Jubil. parcial	
< 30 años	355	183	194	66	1		799	385	230	253	108	4		980
Hombre	192	66	95	18			371	181	93	118	37	3		432
Mujer	163	117	99	48	1		428	204	137	135	71	1		548
Entre 30 y 39 años	990	95	159	42	3		1.289	997	71	199	56	3		1.326
Hombre	426	14	53	11	3		507	439	13	78	9	3		542
Mujer	564	81	106	31			782	558	58	121	47			784
Entre 40 y 49 años	1.817	221	149	42	3		2.232	1.724	178	166	41	3		2.112
Hombre	524	11	30	8	3		576	491	16	37	6	2		552
Mujer	1.293	210	119	34			1.656	1.233	162	129	35	1		1.560
Entre 50 y 59 años	1.945	214	117	23			2.299	2.029	199	174	24	2		2.428
Hombre	649	9	22	3			683	643	9	33	3	2		690
Mujer	1.296	205	95	20			1.616	1.386	190	141	21			1.738
Más de 60 años	378	54	11	1		79	523	429	54	20			83	586
Hombre	182	4	7			38	231	199	3	6			34	242
Mujer	196	50	4	1		41	292	230	51	14			49	344
<b>Total general</b>	<b>5.485</b>	<b>767</b>	<b>630</b>	<b>174</b>	<b>7</b>	<b>79</b>	<b>7.142</b>	<b>5.564</b>	<b>732</b>	<b>812</b>	<b>229</b>	<b>12</b>	<b>83</b>	<b>7.432</b>

Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as.

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

	2024						Total 2024	2025						Total 2025
	Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Temp.T. Completo	Temp. T. Parcial	Fijo discont.	Jubil. parcial		Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Temp.T. Completo	Temp. T. Parcial	Fijo discont.	Jubil. parcial	
Directivos/as	12						12	12						12
Gerentes y responsables de área	49					1	50	47						47
Mandos intermedios y personal técnico	196					1	197	194		5	1		1	201
Personal administrativo	158	2	13	1		2	176	149	1	10	3		3	166
Encargados/as de tienda	340					4	344	356					2	358
Auxiliares de encargado/a de tienda	534	3	10	1		4	552	555	5	20			1	581
Operarios de tienda	3.857	756	528	158		60	5.359	3.905	719	666	219		69	5.578
Operarios de almacén	339	6	79	14	7	7	452	346	7	111	6	12	7	489
<b>Total general</b>	<b>5.485</b>	<b>767</b>	<b>630</b>	<b>174</b>	<b>7</b>	<b>79</b>	<b>7.142</b>	<b>5.564</b>	<b>732</b>	<b>812</b>	<b>229</b>	<b>12</b>	<b>83</b>	<b>7.432</b>

Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as.

6.1.4 Promedio de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por sexo y edad

	2024						Total 2024	2025						Total 2025
	Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Jubil. parcial	Fijo discont.	Temp. T. Completo	Temp. T. Parcial		Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Jubil. parcial	Fijo discont.	Temp. T. Completo	Temp. T. Parcial	
< 30 años	295,23	71,96		12,80	214,67	63,24	657,90	349,00	93,21		13,67	259,08	78,69	793,64
Hombre	161,01	23,44		4,57	89,76	18,55	297,32	178,19	35,78		6,36	119,01	24,71	364,05
Mujer	134,22	48,51		8,23	124,91	44,69	360,57	170,81	57,43		7,31	140,07	53,97	429,59
Entre 30 y 39 años	922,57	60,70		4,70	185,02	33,83	1.206,82	954,32	53,93		5,08	220,42	42,90	1.276,66
Hombre	409,95	10,94		2,06	62,46	6,85	492,25	428,92	6,25		2,22	84,04	5,40	526,82
Mujer	512,62	49,76		2,64	122,56	26,98	714,56	525,40	47,68		2,86	136,39	37,51	749,84
Entre 40 y 49 años	1.662,43	139,60		4,54	184,86	33,07	2.024,50	1.649,19	134,99		4,61	188,90	36,26	2.013,95
Hombre	499,43	7,13		0,86	35,00	2,89	545,31	495,77	9,76		2,43	41,93	5,04	554,92
Mujer	1.163,00	132,46		3,68	149,86	30,19	1.479,18	1.153,43	125,23		2,18	146,98	31,22	1.459,03
Entre 50 y 59 años	1.853,79	160,73		4,13	120,34	20,17	2.159,15	2.021,08	157,62		6,19	168,06	25,95	2.378,90
Hombre	601,13	7,74		0,25	19,23	1,04	629,39	650,15	6,55		0,98	30,52	2,43	690,63
Mujer	1.252,66	152,99		3,89	101,11	19,12	1.529,77	1.370,93	151,07		5,21	137,54	23,51	1.688,26
Más de 60 años	406,64	40,70	19,10	1,01	11,34	1,47	480,26	492,41	44,18	19,64	1,76	18,07	0,94	577,00
Hombre	193,78	2,58	8,79		4,96	0,02	210,13	227,00	2,48	8,97	0,67	7,14	0,09	246,35
Mujer	212,86	38,12	10,31	1,01	6,38	1,45	270,12	265,41	41,70	10,67	1,09	10,93	0,85	330,65
<b>Total general</b>	<b>5.140,66</b>	<b>473,67</b>	<b>19,10</b>	<b>27,17</b>	<b>716,23</b>	<b>151,78</b>	<b>6.528,62</b>	<b>5.466,00</b>	<b>483,92</b>	<b>19,64</b>	<b>31,31</b>	<b>854,54</b>	<b>184,74</b>	<b>7.040,14</b>

Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as.

### 6.1.5 Promedio de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por categoría profesional

	2024						Total 2024	2025						Total 2025
	Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Jubil. parcial	Fijo discont.	Temp. T. Completo	Temp. T. Parcial		Indef. T. completo	Indef. T. Parcial	Jubil. parcial	Fijo discont.	Temp. T. Completo	Temp. T. Parcial	
Auxiliares de encargado/a de tienda	412,76	2,78	0,96	1,42	19,30	0,94	438,17	503,86	1,78	0,53	1,05	24,30	0,53	532,05
Directivos/as	12,00						12,00	12,00						12,00
Encargados/as de tienda	329,52	0,11	0,56		0,75	0,02	330,95	363,46		0,65		1,35	0,10	365,56
Gerentes y responsables de área	48,77		0,25				49,02	47,69		0,14				47,82
Mandos intermedios y personal técnico	186,75		0,55		0,07		187,37	198,42		0,29		2,99	0,33	202,02
Operarios de almacén	339,11	6,64	1,16	1,84	78,22	6,82	433,79	339,86	6,43	1,76	6,67	100,56	8,24	463,52
Operarios de tienda	3.268,10	393,40	14,18	23,52	592,91	141,76	4.433,88	3.853,33	474,25	15,86	23,59	714,45	174,23	5.255,73
Personal administrativo	140,23	1,86	0,63		12,86	1,26	156,83	147,37	1,46	0,41		10,89	1,30	161,44
<b>Total general</b>	<b>4.737,24</b>	<b>404,79</b>	<b>18,29</b>	<b>26,78</b>	<b>704,10</b>	<b>150,81</b>	<b>6.042,01</b>	<b>5.466,00</b>	<b>483,92</b>	<b>19,64</b>	<b>31,31</b>	<b>854,54</b>	<b>184,74</b>	<b>7.040,14</b>

Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as.

### 6.1.6 Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

	2024		Total 2024	2025		Total 2025
	Hombre	Mujer		Hombre	Mujer	
<b>Gerentes y responsables de área</b>	5		5			
Entre 50 y 59 años	2		2			
Más de 60 años	3		3			
<b>Mandos intermedios y personal técnico</b>	3		3	5	1	6
Entre 40 y 49 años				1		1
Entre 50 y 59 años	1		1	3	1	4
Más de 60 años	2		2	1		1
<b>Personal administrativo</b>	9	14	23	2	6	8
< 30 años	2		2			
Entre 30 y 39 años	4	2	6	1	2	3
Entre 40 y 49 años	2	7	9		3	3
Entre 50 y 59 años		4	4		1	1
Más de 60 años	1	1	2	1		1
<b>Encargados/as de tienda</b>	3	5	8	8	5	13
< 30 años				1		1
Entre 30 y 39 años	2	1	3	2	1	3
Entre 40 y 49 años		2	2		1	1
Entre 50 y 59 años		1	1	2	2	4
Más de 60 años	1	1	2	3	1	4
<b>Auxiliares de encargado/a de tienda</b>	2	6	8	7	10	17
< 30 años				1		1
Entre 30 y 39 años	2		2	2	3	5
Entre 40 y 49 años		2	2	1	4	5
Entre 50 y 59 años		4	4	2	1	3
Más de 60 años				1	2	3
<b>Operarios de tienda</b>	32	59	91	59	93	152
< 30 años	10	16	26	18	10	28
Entre 30 y 39 años	12	16	28	10	16	26
Entre 40 y 49 años	5	17	22	14	34	48
Entre 50 y 59 años	3	8	11	15	19	34
Más de 60 años	2	2	4	2	14	16
<b>Operarios de almacén</b>	74	6	80	4		4
< 30 años	2		2	2		2
Entre 30 y 39 años	15	1	16			
Entre 40 y 49 años	20	2	22	1		1
Entre 50 y 59 años	31		31	1		1
Más de 60 años	6	3	9			
<b>Total general</b>	<b>128</b>	<b>90</b>	<b>218</b>	<b>85</b>	<b>115</b>	<b>200</b>

### 6. 2 Remuneración y Brecha Salarial

Los aspectos financieros son elementos esenciales para garantizar el bienestar de los/as profesionales. Entendemos que el bienestar económico influye en los niveles de bienestar mental y el compromiso de las personas con la organización. Por ello, todos/as nuestros/as profesionales tienen a su disposición herramientas que contribuyen a mejorar su situación financiera.

Las principales medidas para el fomento del bienestar económico de nuestros/as profesionales son las siguientes:

- **Condiciones económicas:** En Grupo Uvesco es una prioridad garantizar unas condiciones económicas competitivas. En todas las provincias con acuerdo de empresa vigente (pacto o convenio), se garantiza, a un/a profesional de sala y sección, un salario mínimo superior a 1.750 € (media mensual en un año).
- **Compensación de horas extraordinarias:** Como norma general y cumpliendo nuestro compromiso en materia de conciliación, no se realizan horas extraordinarias, aunque existen compensaciones especiales para el trabajo en situaciones para las que el convenio establece una jornada reducida de mañana, como puede ser el caso de las tardes de la semana de fiestas en Navarra o Álava. En estos casos, la compensación adicional a la hora, por hora de descanso, será de hasta el 150% del salario o el equivalente en tiempo libre.
- **Procedimiento de adelanto salarial:** Existe la posibilidad de solicitar un anticipo de nómina sobre lo ya devengado. Una vez aprobada la solicitud se acuerda individualmente cómo realizar la devolución que, normalmente, se realiza sobre las pagas extraordinarias.
- **Sistema de compensación variable:** Los/as responsables de secciones de frescos: carnicería/charcutería, pescadería y frutería tienen un sistema de remuneración vinculado a los resultados de la sección. Mensualmente pueden llegar a cobrar un incentivo variable de hasta el 1,25% de las ventas netas de su sección. Este sistema de compensación busca compartir el resultado de las secciones con los/as responsables. Asimismo, los/as mandos de supermercado tienen una remuneración variable vinculada a los resultados de su centro.
- **Formación en bienestar financiero:** Los/as profesionales tienen a su disposición en la plataforma de formación online interna la formación “finanzas personales”. Esta formación ofrece herramientas para mejorar la gestión financiera personal. Además, todos/as los/as mandos que participan en la formación de Liderazgo “Liderando para el Bienestar”, reciben contenidos sobre finanzas y economía doméstica.

#### 6.2.1 Tabla de remuneraciones medias y brecha salarial por categorías

A continuación, se aporta información relativa a las remuneraciones medias desagregados por sexo, edad y clasificación profesional, junto con el cálculo de la brecha salarial. Esta información contempla los salarios anuales percibidos por el personal, incluyendo conceptos fijos y variables, por categoría y sexo del ejercicio 2025.

Etiquetas de fila	2024	2025	2024	2025
Directivos/as	209.778	169.738	-18,36%	-20,92%
Gerentes y responsables de área	71.124	75.452	-1,52%	3,47%
Mandos intermedios y personal técnico	50.992	50.738	1,20%	5,09%
Personal administrativo	32.241	34.481	4,02%	6,75%
Encargados/as de tienda	38.089	38.741	5,01%	5,43%
Auxiliares de encargado/a de tienda	26.627	26.546	2,02%	3,97%
Operarios de tienda	23.792	24.408	-0,47%	-0,96%
Operarios de almacén	28.346	29.355	11,13%	9,11%
<b>Total general</b>	<b>26.194</b>	<b>26.718</b>	<b>12,97%</b>	<b>11,37%</b>

En el ejercicio 2025, la brecha salarial total ponderada se sitúa en un 11,37%, lo que supone una reducción de 1,60 puntos porcentuales respecto al ejercicio anterior. Al excluir el efecto de la antigüedad superior a 20 años, la brecha, a nivel general, se sitúa en un 9,90%, lo que confirma que una parte significativa de las diferencias observadas responde al impacto de complementos asociados a la antigüedad consolidada.

Quitando este efecto, todas las categorías arrojan un dato inferior al 5% a excepción de la categoría de operarios de almacén, con un 7,95%.

Por una parte, es importante señalar que las condiciones salariales vienen determinadas por el pacto territorial aplicable, existiendo en la categoría de operarios de almacén diferencias significativas entre los centros de Gipuzkoa y Cantabria, siendo en términos generales más favorables las condiciones retributivas en Gipuzkoa. Por otra parte, en esta categoría las mujeres únicamente representan el 3,7% del colectivo y en su mayoría prestan sus servicios en Cantabria.

Al excluir del análisis tanto el rango de antigüedad superior a 20 años como el inferior a 5 años, la brecha salarial en esta categoría se reduce al 3,41%, lo que evidencia que el diferencial observado responde principalmente a la distinta composición territorial y de antigüedad del colectivo.

En consecuencia, no se observan diferencias salariales entre personas que desempeñan funciones equivalentes de puesto, territorio y antigüedad.

#### 6.2.2 Remuneración de consejeros

La Sociedad cuenta con 9 consejeros de los cuales 8 son hombres y 1 es mujer. La remuneración anual de este colectivo se sitúa en 803 miles de euros (884 miles de euros en 2024).

#### 6.2.3 Remuneración media de directivos

Etiquetas de fila	2024	2025
Hombre	194.873	156.132
Mujer	230.645	188.788
<b>Total general</b>	<b>209.778</b>	<b>169.738</b>

#### 6.2.4 Remuneración media por edad:

Etiquetas de fila	2024	2025
< 30 años	21.952	21.725
Entre 30 y 39 años	23.619	23.774
Entre 40 y 50 años	26.290	26.911
Entre 50 y 60 años	29.078	29.838
Más de 60 años	31.536	32.445
<b>Total general</b>	<b>26.194</b>	<b>26.718</b>

### 6.2.5 Remuneración media total

Etiquetas de fila	2024	2025
Hombre	28.208	28.568
Mujer	25.123	25.750
<b>Total general</b>	<b>26.194</b>	<b>26.718</b>

### 6.3 Organización del Trabajo

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

- **Supermercados:** La organización está centrada en las necesidades comerciales de los centros. La mayoría abren al público en jornada continua de lunes a sábado con 12 horas de apertura en la franja de las 9:00 horas y las 22:00 horas. También hay centros, aunque en menor medida, con horario partido. Los domingos y festivos, como norma general, no se abre salvo en la Comunidad de Madrid, las tiendas de conveniencia de Gipuzkoa y en otras zonas como Cantabria en los meses de verano o en los domingos de apertura autorizada (en el caso de Navarra y La Rioja). Este horario de atención al cliente marca los horarios de los/as profesionales, que recogen mayoritariamente semanas alternas en jornadas continuas de mañana y tarde (salvo los supermercados de horario partido).

También existe un colectivo de tiempos parciales, debido principalmente a que la carga de trabajo no es lineal a lo largo de la semana, acumulando más venta los fines de semana. La necesidad de garantizar el servicio ante diferentes incidencias explica la necesidad de disponer de cierta flexibilidad en los equipos de supermercados.

Las vacaciones se disfrutan en dos turnos, en base al sistema de vacaciones establecido, que incluye unos porcentajes de coincidencia por sección, supermercado y agrupación. Este sistema permite, además de adaptar las curvas vacacionales, que todos/as los/as profesionales puedan disfrutar de un turno de vacaciones en los meses de verano.

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

La mayoría de los contratos son a tiempo completo, si bien hay tiempos parciales para compensar la distribución irregular de las cargas de trabajo diarias. El tipo de producto que se trabaja en cada almacén es el que condiciona los horarios de los/as profesionales:

- En el caso del seco y del refrigerado se trabaja contra stock y las jornadas son estables siendo mayoritariamente tiempos completos en turnos de mañana y tarde.
- En el producto fresco, por las propias condiciones del producto y la política de calidad de la empresa, se trabaja con flujo tenso lo que puede generar la necesidad de flexibilizar las jornadas.

En ambos casos las vacaciones se organizan en turnos prefijados con sistemas de solicitud por lista que rotan anualmente. Este sistema toma en consideración criterios que limitan la coincidencia por tareas y plataformas.

- **Oficinas:** Como normal general, la jornada es de lunes a viernes. Existe flexibilidad en la entrada y la salida (entrada entre las 8:00 y las 9:45) con una parada mínima de 30 minutos. Los viernes y durante los meses de julio y agosto, la jornada es continua de 8:00 a 15:00 horas.

La mayoría de los contratos son a tiempo completo y las vacaciones se organizan por cada departamento de forma autónoma atendiendo a la realidad y carga laboral anual de los mismos.

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

Empresa	Días semana	Nº días semana	Horas Anuales	Vacaciones (laborables L-S)
Unialco Gipuzkoa Almacén	Lunes a viernes	5	1718	27
Unialco Bizkaia Cash	Lunes a viernes	5	1725	28
Unialco Cantabria	Lunes a viernes	5	1756	28
Unialco Madrid	Lunes a viernes	5	1727	26
Unialco Gipuzkoa Oficinas	Lunes a viernes	5	1727	27
Disu Álava	Lunes a sábado	6	1754	28
Disu Álava (BM Amurrio y BM Llodio)	Lunes a sábado	6	1754	27
Disu Gipuzkoa	Lunes a sábado	6	1719	28
Disu Bizkaia	Lunes a sábado	6	1725	28
Disu Navarra	Lunes a sábado	6	1734	28
Disu Rioja	Lunes a sábado	6	1775	27
Disu Cantabria	Lunes a sábado	6	1768	28
Disu Ávila	Lunes a sábado	6	1800	26
Disu Madrid	Lunes a sábado	6	1765	26
Behobia	Lunes a sábado	6	1719	28
Hiper Cantabria	Lunes a sábado	6	1770	27
Alpa Cantabria	Lunes a viernes	5	1756	28
Alpa Cantabria	Domingo a jueves	5	1756	28
Alpa Gipuzkoa	Domingo a jueves	5	1718	27
Alpa Gipuzkoa oficinas	Lunes a viernes	5	1718	27
Ercoreca Bizkaia	Lunes a sábado	6	1721	28
Ercoreca Madrid	Lunes a domingo	6	1765	26
Ercoreca Guadalajara	Lunes a domingo	6	1765	26
Barbed	Lunes a viernes	5	1725	24
Supermercados Superhiber	Lunes a domingo	7	1765	26

### 6.3.1 Implantación de políticas de conciliación y desconexión laboral

Desde Grupo Uvesco apostamos por la conciliación como punto clave del bienestar social de nuestros equipos. Tener una vida plena, tanto personal como profesional, contribuye a mejorar la satisfacción con la organización y a incrementar los niveles de bienestar.

Uvesco lleva años trabajando para mejorar las condiciones laborales relacionadas con la conciliación. Las medidas se adaptan a las diferentes realidades de la compañía:

**Medidas para el personal de central:**

- Horario flexible de entrada y salida.
- Jornada continua los viernes de todo el año y en los meses de verano (julio y agosto).
- No limitación en la fijación de los periodos de vacaciones.
- En función del puesto, posibilidad de teletrabajo.

**Medidas para el personal de los supermercados:**

- Modelos de reducciones de jornada concentrando las horas en días, semanas o meses.
- Excedencias de Semana Santa, verano y periodos de adaptación escolar.
- Días de descanso adicionales a las vacaciones.
- Licencias para atender a hijos/as hospitalizados.
- Prioridad de ubicación en tienda por cercanía al domicilio.

**Medidas para todo el personal:**

- Formación en gestión del tiempo.
- Homologación de licencias para convivientes.
- Licencia para acompañar a hijos o hijas con discapacidad, dependencia o diversidad funcional a temas médicos o educativos.
- Ampliación de las horas de acompañamiento médico para hijos/as y mayores dependientes.

Además, disponemos de un protocolo de desconexión digital, que recoge además del derecho a la desconexión digital, un listado detallado de buenas prácticas y recomendaciones. Con ello se garantiza el derecho al descanso a todos/as los/as profesionales y se reconoce su derecho a la desconexión digital una vez finalizada la jornada laboral. Las pautas y recomendaciones para la desconexión digital se alinean con otras políticas del Grupo, todas ellas bajo el propósito de mejorar la salud, bienestar y desarrollo profesional de los equipos.

## 6.4 Diversidad e Igualdad

### 6.4.1 Inclusión y equidad

En Grupo Uvesco nos esforzamos por crear entornos verdaderamente inclusivos que garanticen la participación equitativa de todos/as los/as profesionales. Nuestra prioridad es eliminar barreras y adaptar espacios, sistemas y actitudes para fomentar un ambiente laboral accesible y respetuoso.

Uno de nuestros principios básicos es ofrecer igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y en el desarrollo profesional. Las contrataciones se basan exclusivamente en las aptitudes, habilidades, experiencia y capacidades de las personas, sin tolerancia alguna a la discriminación por razón de nacimiento, género, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición personal o social.

Además, contamos con nuestro Plan de Carrera. Este programa no solo fomenta el desarrollo personal y profesional de nuestros/as profesionales, sino que también refuerza nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades y la construcción de un entorno laboral inclusivo y dinámico.

#### 6.4.1.1 Igualdad de género

En Grupo Uvesco defendemos la igualdad de oportunidades y valoramos el talento independientemente del género. Gracias a nuestros programas de promoción interna, hemos impulsado un cambio positivo en la representación femenina. En los últimos 10 años, la cantidad

de mujeres en puestos de responsabilidad ha aumentado en un 20%.

Los resultados avalan nuestro compromiso:

- 67% de mujeres en la plantilla.
- 70% de los cargos de responsabilidad ocupados por mujeres (directivos, gerentes, responsable de área, encargados de tienda y auxiliares de encargado), alcanzando un 72% en roles de tienda (encargadas y segundas encargadas).

Además, a finales de 2025, el 79% de las auxiliares de encargado/a son mujeres, lo que refuerza nuestra perspectiva de futuro para incrementar aún más su presencia en roles de liderazgo.

Respecto a los planes de igualdad, el 88% del personal de nuestras tiendas está incluido en los mismos. Durante el 2025 se ha negociado el Plan de Igualdad de la empresa Hiber, empresa incorporada al grupo en 2024. Una vez registrado el plan, el porcentaje de personas incluidas en planes de igualdad se elevará al 99%.

Los planes de igualdad cumplen con la normativa vigente y han sido negociados con las RLPT de cada empresa. Los principales ejes de los planes de igualdad son:

- Sensibilización del 100% de la plantilla en igualdad de género y prevención del acoso sexual o por razón de sexo.
- Implementación de protocolos para prevenir y abordar el acoso sexual. contamos con un protocolo de acoso sexual, que tiene como objetivo prevenir que se produzca el acoso en el entorno laboral y, en su caso, asegurar que se disponen de los procedimientos adecuados para la gestión y resolución de estas situaciones. Con estas medidas pretendemos garantizar entornos laborales libres de acoso, en los que todos los/as profesionales respeten la integridad y dignidad de las personas con las que interactúan en el ámbito profesional y personal.
- Implementación de Protocolo de Actuación frente a la Violencia de Género, con medidas informativas, laborales, económicas y formativas para proteger y asistir a las mujeres víctimas.

Desde 2025 todos/as los/as profesionales de Uvesco pueden consultar los planes de igualdad y los protocolos de actuación de Acoso sexual y Violencia de género en su área personal de Uvesconnect.

#### 6.4.1.2 Diversidad e inclusión de personas con discapacidad

En Grupo Uvesco fomentamos la inclusión de personas con discapacidad, promoviendo entornos de empatía, comprensión y apoyo. Nuestro objetivo es eliminar barreras y garantizar la igualdad de oportunidades.

A 2025, en Grupo Uvesco trabajan 77 empleados/as con discapacidad.

Durante 2025 hemos trabajado de la mano de diferentes entidades como Gureak en Gipuzkoa, Fundación Síndrome de Down en Bizkaia, y Prodis en Madrid, en la formación e incorporación de personas usuarias de las mismas. Además, hemos realizado acciones de sensibilización a nuestros profesionales a través de formaciones, charlas, y noticias.

Finalmente, este año se ha habilitado un buzón específico para la recepción de candidaturas de este colectivo, con el objetivo de poder ofrecer una atención específica.

## 6. 5 Seguridad, salud y bienestar

### 6.5.1 Sistema de gestión de la prevención y plan general de prevención

La seguridad y salud de la plantilla es una prioridad para el Grupo. Disponemos de un sistema de gestión de la prevención basado en la aplicación de la política, objetivos y metas en materia preventiva que abarca a toda la organización. Consiste en una declaración de principios y compromisos adquiridos, en primera instancia por la dirección de la empresa, que promueven la mejora continua de las condiciones de seguridad y salud.

En este sistema se indican las directrices y objetivos generales de la prevención para conseguir su integración en todos los departamentos, el cumplimiento de la normativa vigente y la promoción de la salud.

Los requisitos, recursos e instrumentos esenciales están definidos en un plan general de gestión de la prevención de riesgos laborales (PRL). Este documento forma parte de la normativa interna y engloba el resto de los procedimientos internos en materia de PRL.

Se dispone de planes generales de prevención para el 100% de las empresas adecuándose a las nuevas normativas vigentes. El 100% de la plantilla está cubierta en materia de prevención de riesgos.

En los supermercados disponemos de un servicio de prevención mancomunado (SPM) que da servicio en los ámbitos de seguridad, higiene, ergonomía y psicología. Además, en los supermercados y centrales seguimos contando con servicios de prevención ajenos (SPA) para el ámbito de la vigilancia de la salud, seguridad e higiene, estudios técnicos, promoción de la ergonomía, desarrollo de nuevos procesos, planes de autoprotección, estudios psicosociales, formación, etc... para así minimizar los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales. Por otra parte, contamos con mutuas para la asistencia al personal que haya sufrido un accidente de trabajo con y sin baja, así como para las enfermedades profesionales.

Como complemento al modelo de organización de la prevención y con el fin de favorecer la integración de la actividad preventiva en el seno de la empresa y en los diferentes procesos productivos, hay definido un coordinador/a de seguridad y salud laboral.

### 6.5.2 Evaluaciones de riesgos para la seguridad y la salud

Disponemos de evaluaciones de riesgos para la salud y la seguridad de la plantilla en el 100% de los emplazamientos del Grupo, que incluye la definición y seguimiento de las acciones preventivas. Todas estas acciones son fundamentales para la gestión de la prevención y son revisadas y actualizadas periódicamente.

### 6.5.3 Auditorías y Certificaciones en materia preventiva

La actividad del servicio de prevención mancomunado se somete periódicamente a las auditorías reglamentarias correspondientes. Durante los últimos 4 años se han realizado auditorías para el 100% de las empresas a las que presta servicio y los resultados obtenidos han sido favorables. Durante este año 2025 se ha llevado a cabo la auditoría de las empresas Distribución de Supermercados y Super Behobia.

#### 6.5.4. Política Preventiva

La Política Preventiva del Grupo, es recogida formalmente en cada uno de los Planes de Prevención de las empresas de Grupo Uvesco, recogiendo todos ellos la siguiente declaración de principios:

- La prevención de riesgos está integrada en el conjunto de políticas internas, de tal forma que todo el personal asume las responsabilidades que tenga en la materia.
- Todas las actividades se realizan en un marco de pleno respeto al entorno social, intentando alcanzar los niveles más altos de seguridad, así como preservar la salud de la plantilla promoviendo acciones que puedan contribuir a la mejora de su bienestar físico y emocional.
- La empresa asume el modelo de prevención participativo, basado en el derecho de los/as trabajadores/as a participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su salud en el trabajo, para tomar las acciones necesarias para su protección. Para ello, se disponen de los cauces representativos establecidos legalmente en el capítulo V de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y de todos aquellos que permitan y faciliten su contribución activa en la detección de riesgos y establecimiento de sugerencias para mejorar la salud laboral. Las personas constituyen el valor más importante de la organización y garantizan su futuro. Por ello, la formación continua en PRL al personal es fundamental para que estén debidamente capacitados e identificadas con el propósito y los objetivos del Grupo.

#### 6.5.5. Comités de seguridad

En Grupo Uvesco contamos con comités de seguridad y salud, órganos paritarios y de participación destinados a la consulta regular y periódica de las actuaciones del Grupo en materia de salud y prevención de riesgos. Su funcionamiento, composición y competencias, así como la forma en que se han de llevar a cabo sus reuniones están regulados por la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y por un procedimiento interno.

La mayoría de las empresas del Grupo disponen de representación de los/las trabajadores/as a través de uno/a o varios/as delegados/as de prevención o por comités de seguridad. En la actualidad, el 98% de los/as profesionales del Grupo Uvesco están representados por RLPT.

#### 6.5.6. Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales

A continuación, se muestran los datos relativos a accidentes de trabajo (AT) y enfermedades profesionales (EP) del año 2025 desagregados por sexo, indicando el número de días de absentismo laboral:

	Accidentes de trabajo				Enfermedad Profesional			
	Leve				Periodo			
	2024		2025		2024		2025	
	Nº	Días	Nº	Días	Nº	Días	Nº	Días
Con Baja	500	14.123	474	15.905	25	2.182	24	1.058
Hombres	205	5.157	179	6.108	5	360	2	135
Mujeres	295	8.966	295	9.797	20	1.822	22	923
Sin baja	303		302		18	0	13	0
Hombres	102		97		2	0	1	0
Mujeres	201		205		16	0	12	0
<b>Total</b>	<b>803</b>	<b>14.123</b>	<b>776</b>	<b>15.905</b>	<b>43</b>	<b>2.182</b>	<b>37</b>	<b>1.058</b>

Tanto en el número de accidentes de trabajo como en el número de enfermedades profesionales, este año ha habido un descenso con respecto al ejercicio anterior.

La principal dolencia asociada a enfermedades profesionales sigue siendo los trastornos musculoesqueléticos. Para la obtención de los datos, en todos los casos se han incluido los accidentes in itinere.

#### 6.5.7. Tasa de frecuencia, tasa de gravedad y horas de absentismo por enfermedad común y accidentes

	Tasa de frecuencia		Tasa de gravedad	
	2024	2025	2024	2025
Hombre	49,05	40,04	1,60	1,28
Mujer	37,05	35,25	1,18	1,20
<b>Total</b>	<b>41,18</b>	<b>36,92</b>	<b>1,32</b>	<b>1,23</b>

Tal y como muestran los datos de la tabla en el 2025 se han reducido la tasa de frecuencia y la tasa de gravedad con respecto al ejercicio anterior.

Horas de absentismo	
2024	2025
<b>1.417.213</b>	<b>1.658.581</b>

Al igual que el año anterior, el aumento de las horas de absentismo se concentra en los procesos de larga duración, es decir, aquellos que superan los seis meses.

#### 6.5.8. Equipos de protección individual (EPIs)

Todo el personal recibe el material necesario para garantizar su seguridad y salud en el trabajo. Durante el año 2025 se han invertido 570.757 € en la compra de EPIs y material de PRL.

#### 6.5.9. Coordinación de prevención de riesgos laborales empresas subcontratadas

En Grupo Uvesco extendemos el cuidado de las personas a todas las empresas subcontratadas. Para ello, exigimos a cualquier profesional que acuda a trabajar a nuestras instalaciones esté debidamente capacitado/a para garantizar la ejecución segura del trabajo.

Además, con el objetivo de mejorar la prevención de riesgos con las empresas subcontratadas disponemos de una herramienta para la coordinación de las actividades empresariales (CAE) en lo referente a aspectos documentales. Con ella garantizamos que estas empresas cumplen sus obligaciones legales para acceder a los centros de trabajo del Grupo.

En 2025 se dieron de alta 38 nuevas empresas en el programa E-coordina, siendo 561 empresas activas al final del año 2025.

#### 6.5.10. Vigilancia y cuidado de la salud

Todas las actuaciones relacionadas con vigilancia de la salud tienen como objetivo final hacer que Grupo Uvesco siga siendo una organización saludable para incrementar los niveles de bienestar de la plantilla.

Con los Servicios de Prevención Ajenos (en adelante SPA) garantizamos a la plantilla una vigilancia inicial de su salud, una periódica, por cambios en el estado de la salud, por cambio de puesto, para trabajadoras embarazadas o personas que se incorporan tras una baja de larga duración, según los riesgos inherentes al puesto de trabajo.

El Servicio de Prevención Mancomunado (en adelante SPM) junto con el SPA de vigilancia de la salud inician las campañas anuales de reconocimientos médicos enviando boletines y correos a los/as encargados de tienda y responsables de equipos. Estos tienen la responsabilidad de trasladar a sus equipos el procedimiento y de la coordinación para que se haga de forma eficaz. Posteriormente, al finalizar el año, los SPA remiten la memoria anual y el informe epidemiológico a partir de los reconocimientos médicos realizados en el año. Durante el año 2025, se destacan las siguientes actuaciones y servicios puestos a disposición relacionados con la vigilancia, cuidado de la salud y el bienestar de los/as profesionales, gestionadas por el equipo de prevención de riesgos laborales de Grupo Uvesco:

- Realización de 3079 exámenes de salud específicos anuales.
- Campaña de vacunación gratuita contra la gripe ofertada a todo el personal.
- Campañas de salud y divulgación para la promoción de hábitos saludables.
- Análisis de las evaluaciones de riesgo y protocolos médicos a aplicar en vigilancia de la salud.
- Recepción y estudio de prestaciones por riesgo durante el embarazo o lactancia.
- Desarrollo e implantación de una nueva herramienta para la solicitud de reconocimientos médicos online.
- Evaluación, valoración y adecuación de puestos del personal especialmente sensible con adaptaciones de los puestos de trabajo cuando sea necesario.
- Servicio PSA con analítica para hombres mayores de 45 años.
- Servicio de ginecología y urología.
- Plataforma Uvesco ON BIENESTAR, con disponibilidad de médicos de medicina

general y especialistas online 24 las horas del día.

- Iniciativas del Grupo relacionadas con la salud y el bienestar.
- Tarjeta de servicios médicos con descuentos para todas las personas y sus familiares directos en un total de 11 especialidades médicas.
- Promoción de la práctica deportiva de nuestros/as profesionales fomentando su participación en diferentes eventos deportivos como, por ejemplo, carreras de empresas.
- Realización de evaluaciones psicosociales.
- Medidas para mejora de la conciliación familiar.
- Formación Máster “Liderando para el bienestar” para personal con equipos a su cargo.
- Procedimiento de resolución de conflictos interpersonales.
- Procedimiento para prevención de drogodependencias.
- Los/as trabajadores/as que desempeñan sus tareas en horario nocturno en solitario se les hace entrega de un dispositivo SOS y formación e información de los riesgos inherentes a las tareas de dicho trabajo.
- Programas específicos de acompañamiento médico y formativo a personas con problemas de salud (Contigo Mejor)
- Servicio de masaje preventivo en todas las provincias, con descuentos para nuestros/as trabajadores/as.

Desde el SPA de vigilancia de la salud se han definido los protocolos de salud y seguridad para el 100% de la plantilla en los distintos puestos de trabajo, según los riesgos contemplados en las distintas evaluaciones de riesgos.

#### 6.5.11. Plan de prevención de exposición a contaminantes ambientales

En Grupo Uvesco contamos con un plan de prevención de exposición a contaminantes ambientales. Distinguimos entre contaminantes físicos y contaminantes químicos. En 2025 hemos llevado a cabo las siguientes acciones que pretenden disminuir la exposición de nuestros profesionales a los mismos:

- **Contaminantes químicos:** Evaluación de riesgos cualitativa de los productos químicos utilizados para limpieza y posterior actualización y entrega de las fichas de seguridad. En el 2024 se hizo la sustitución de productos de limpieza por otros que no requieren trasvase ni dilución o que entrañan menos riesgo durante la manipulación por parte de los/as profesionales de supermercado.
- **Contaminantes físicos:** Periódicamente se realizan mediciones termo-higrométricas, mediciones de calidad de aire, evaluaciones y controles de exposición al ruido y mediciones de iluminación.

#### 6.5.12. Plan de mejora de la detección y seguimiento de factores psicosociales

Con el objetivo de mejorar la detección de factores psicosociales, contamos con evaluaciones que nos permiten conocer la percepción de la plantilla sobre la organización en general y más específicamente sobre su centro de trabajo, puesto y relaciones interpersonales. Son factores que afectan en su salud y en el desarrollo de sus tareas. Estas mediciones nos permiten definir medidas concretas para los diferentes colectivos.

En 2025 se han realizado 79 estudios de factores psicosociales, todos ellos realizados por el servicio de prevención ajeno. En los últimos 4 años se ha realizado esta medición en todos los centros de trabajo del Grupo, excepto en los supermercados de reciente apertura y nuevas adquisiciones, que está planificado realizarlas en el año 2026.

#### 6.5.13. Plan de Fomento de la Ergonomía en el Grupo

En Grupo Uvesco, desarrollamos actividades encaminadas a la mejora de la Ergonomía. En 2025 se han llevado a cabo las siguientes:

- Informar y formar sobre los riesgos y medidas ergonómicas para concienciar sobre la importancia de aplicar adecuadamente las pautas de manipulación manual de cargas. Se han realizado formaciones presenciales en ergonomía, así como formaciones online para prevención de trastornos musculoesqueléticos.
- Fortalecer la actividad preventiva ergonómica: Durante este año 2025 hemos seguido trabajando en la mejora ergonómica y actualizando evaluaciones ergonómicas para todos los puestos.
- Prevención de trastornos musculoesqueléticos: Seguimos trabajando las rutinas de ejercicios de calentamiento y estiramiento para colectivos específicos al inicio de la jornada.
- Formación de escuela de espalda y brazo: Ofrecemos este servicio gratuito con el objetivo de evitar sobrecargas musculares y prevenir posibles lesiones de cuello, espalda y brazo.
- Campañas de comunicación: Por ejemplo, de la importancia de la realización de rutinas de ejercicios de calentamiento y estiramiento al inicio de la jornada, realizar la manipulación de cargas de forma correcta, etc. Dichas campañas se colocan en el tablón de información para que lo pueda ver todo el personal.
- Masajes preventivos: Los/as trabajadores/as del Grupo disponemos centros de masajes preventivos en todas las provincias para prevención de trastornos musculoesqueléticos con precios especiales.
- Adaptación del puesto de trabajo al personal que lo necesite: Adaptando el puesto, alternancia de posturas, organización del trabajo u otras medidas que disminuyen el riesgo ergonómico y mejoren el confort al manipular cargas.
- Mantenimiento de cuchillos: Se ha continuado con la contratación de un servicio de mantenimiento de cuchillos que asegura el correcto afilado del 100% de los útiles de corte de las secciones de charcutería - carnicería y pescadería.

#### 6.5.14. Plan de acción para reducir accidentes in itinere o en misión

Se continua con las campañas informativas periódicas para reducir los accidentes in itinere. Entre las acciones realizadas en este año 2025 destacamos, por una parte, las medidas para recopilar comentarios externos sobre el estilo de conducción incorrecto de los/as conductores/as. No hemos recibido quejas al respecto.

Adicionalmente, disponemos de procedimiento de conducción segura y hábitos para evitar accidentes en desplazamientos.

#### 6.5.15. Fomento de la seguridad en el Grupo

El objetivo general es el de la mejora del nivel de seguridad de las condiciones de trabajo. Por ello, realizamos visitas de seguridad e inspecciones planificadas en las diferentes actividades del Grupo. Se priorizan las de mayor riesgo para detectar situaciones potencialmente dañinas y promover la implantación de medidas preventivas, antes de que se produzcan los accidentes.

En 2025 se ha continuado con diversas actividades para lograr los objetivos definidos:

- Campañas de concienciación: Como medida preventiva para reducir el número de accidentes por cortes, caídas, golpes, etc. Estas campañas inciden en la importancia de la aplicación de conductas seguras y saludables en el puesto de trabajo y fomento de la responsabilidad individual.
- Publicación de la píldora formativa Seguridad Laboral ante todo.
- Panel “Tu puerta a la salud Uvesco”: Espacio compartido que contiene la documentación preventiva, así como los manuales de seguridad y salud, planes de emergencias, etc.
- Creación de nuevos procedimientos, fichas de seguridad y revisión y actualización de los procedimientos ya implantados, en función de las tareas realizadas.
- Los/as trabajadores/as que desempeñan sus tareas en horario nocturno en solitario se les hace entrega de un dispositivo SOS y formación e información de los riesgos inherentes a las tareas de dicho trabajo.

#### 6.5.16. Plan de formación impartida en prevención de riesgos laborales (PRL)

Entendemos la formación como una herramienta básica para la consecución de la cultura preventiva. Es requisito indispensable antes de comenzar a ejercer cualquier puesto en la empresa, realizar la formación en PRL asociada al puesto en horas de trabajo y a través de formación facilitada por la empresa. Además, el Grupo se compromete a que todos/as sus profesionales renueven esta formación al menos, cada 4 años.

Formación de PRL asociado al puesto en nuevos ingresos (Todos los planes de acogida incluyen la formación PRL asociada al puesto):

Curso formativo	Nº personas
Plan acogida almacén: fresco - carne araso	13
Plan acogida almacén: fresco - carne samano	5
Plan acogida almacén: fresco - fruta	22
Plan acogida almacén: fresco - pescado	8
Plan acogida almacén: fresco - refrigerado y congelado	58
Plan acogida almacén: seco, refrigerado y congelado	58
Plan acogida almacén: seco, refrigerado y congelado (prácticas)	1
Plan acogida bm - sala - reposición nocturna v2	18
Plan acogida bm - sala + caja	1160
Plan acogida bm - sala sin caja	104
Plan acogida bm carnicería	220
Plan acogida bm pescadería	145
Plan de acogida bm frutería	75
Plan acogida oficinas	45
Plan acogida oficinas en practicas	22
Plan acogida super amara - carnicería	8
Plan acogida super amara - sala	28
<b>TOTAL</b>	<b>1.990</b>

Personas que han cursado la renovación de la formación de PRL asociada al puesto:

Curso formativo	Nº personas
Riesgos específicos y generales, Manipulación de cargas y Emergencias en Oficina	19
Riesgos específicos y generales, Manipulación de cargas y Emergencias en Supermercados Uvesco	1.952
<b>TOTAL</b>	<b>1.971</b>

Además, con el objetivo de identificar y mitigar los posibles riesgos derivados de la actividad de la organización, durante 2025 se han impartido diversas formaciones, tanto online como presenciales, en materia de prevención y bienestar. Estas acciones formativas han puesto especial énfasis en la ergonomía y en la seguridad en el manejo de transpaletas y apiladores en los supermercados.

Curso formativo	Número de personas
Detox digital (online)	10
Dormir bien (online)	6
Excelente: Alimentación saludable (online)	15
Mindfulness (online)	6
MINDFULNESS: Bienestar laboral (online)	5
Primeros auxilios e incendios (online)	3
Reposición nocturna riesgos (online)	17
Respira hondo: cómo lidiar con las emociones (online)	6
Sentirse bien (online)	103
1º Auxilios y desfibriladores	20
CAP	5
Curso basico prl 50h. online.	5

Curso teórico práctico de técnico especialista en plataforma elevadora	4
Ergonomía activa	939
Formación trabajos en altura.	4
Fuego real	5
Jornada de absentismo	19
Liderando para el bienestar (dimension entorno) modulo 11: liderazgo preventivo	69
Máster en dirección estratégica en bienestar organizacional	1
Nueva cultura concienciación_capacitación	64
Nutrición y alimentación saludable	8
Operador de carretilla elevadora personal almacen c1	23
Operador de carretilla elevadora personal almacen c2	29
Protecciones en instalaciones fotovoltaicas.	2
Seguridad en el manejo de transpaletas y apiladores	497
Protocolo de liderazgo de ausencias laborales	212
Yoga	23
TOTAL	2.100

Complementando estas formaciones, y con el objetivo de que todos nuestros/as responsables sean capaces de propiciar entornos laborales sanos para el desarrollo de nuestros/as profesionales, impartimos el programa Liderando para el Bienestar, un programa formativo presencial de 180 horas que trabaja cinco dimensiones clave:

- **Dimensión Mental:** Gestión emocional, manejo del estrés y fomento de la resiliencia.
- **Dimensión Física:** Conexión entre salud física y mental, abarcando nutrición, sueño, ejercicio; Dimensión Propósito: Definición y alineación con el propósito organizacional.
- **Dimensión Relacional:** Desarrollo de habilidades de comunicación y gestión de conflictos;
- **Dimensión Entorno:** Enfoque en sostenibilidad, cultura preventiva.

Actualmente, más de 15 grupos están participando en esta formación, con aproximadamente 300 líderes en proceso de formación dentro del programa.

#### 6.5.17. Plan de comunicación del servicio de prevención

Durante el año 2025 seguimos mejorando los canales de comunicación para consolidar la cultura preventiva y promover hábitos saludables en la organización. Destacamos las diversas campañas, noticias y píldoras informativas publicadas en diferentes medios, físicos y digitales como, por ejemplo, en Uvesconnect, portal interno accesible a todo el personal. En este portal hay también un buzón de sugerencias a través del cual cualquier empleado/o puede enviar consultas y sugerencias.

Con el fin de seguir impulsando la cultura preventiva como un eje fundamental de nuestra actividad y de la cultura corporativa, este año se ha puesto en marcha una iniciativa con motivo del Día de la Prevención de Riesgos Laborales. La acción ha consistido en un concurso dirigido a los hijos/as y al entorno cercano de los/as profesionales de Uvesco, quienes han participado mediante el envío de vídeos en los que se ponía en valor una medida de seguridad y la importancia de su cumplimiento.

Asimismo, se han difundido diversas píldoras formativas vinculadas a la promoción de la salud individual, y se ha desarrollado una campaña de comunicación con motivo del Día de la Salud, en el mes de abril.

Con el fin de la bidireccionalidad de la comunicación, los/as encargados/as de tienda disponen de un sistema de comunicación interno (SIU) para notificar cualquier incidencia, problema, propuesta de solución, accidente, desperfectos, deterioro de instalaciones, preocupaciones sobre seguridad laboral, incumplimientos en materia preventiva etc. Estas sugerencias se envían al departamento correspondiente y se atienden y resuelven en todos los casos.

Además, los encargados/as de tienda tienen un sistema de comunicación interno (Boletín digital), con el que reciben, entre otras cosas, distinta información relacionada con la prevención de forma ordenada. Por ejemplo, procedimientos de trabajo, campañas de la gripe, campañas de reconocimientos médicos anuales, puesta en marcha de servicios, etc.

#### 6.5.18. Plan de mejora continua en emergencias

Durante el 2025 se han realizado distintas acciones de mejora continua en emergencias:

- Actualización continua de los planes de autoprotección de supermercados y planes de autoprotección para las nuevas aperturas.
- Instalación de desfibriladores en tienda: Todos los centros de trabajo, tanto supermercados como centrales, donde por normativa es obligatorio, disponen de desfibrilador, así como en otros centros pese a no tener esta obligación legal.
- Disposición de dispositivos hombre caído en centrales y tiendas para personal que trabaja en solitario, para poder actuar más rápidamente en caso de emergencia.
- El 100% de supermercados y centrales han realizado al menos un simulacro.

#### 6.5.19. Resumen de acciones realizadas:

A continuación, se muestran los principales indicadores relativos a la prevención de riesgos laborales desarrolladas por el Grupo:

	2024	2025
Auditorías legales realizadas	3	2
Nº de centros de trabajo con desfibriladores	141	143
Nº de estudios de los Servicios de Prevención	280	292
Planes de autoprotección	12	13
Prestaciones por embarazos de riesgo	49	54
Reconocimientos médicos	3.043	3.079
Simulacros en los centros de trabajo	310	311

## 6.6 Relaciones sociales

### 6.6.1 Comunicación interna

En Uvesco, consideramos la comunicación interna como un pilar esencial para alinear y cohesionar a todos/as nuestros/as profesionales en torno a un objetivo común. A través de una comunicación clara y efectiva, buscamos fomentar el orgullo de pertenencia, informando sobre

las iniciativas llevadas a cabo y destacando la importancia de la contribución individual de cada miembro del equipo, el compañerismo, el cuidado, y la solidaridad.

Por esta razón, la visión compartida se consolida como uno de los fundamentos clave de nuestro sistema de gestión de personas. Además, el crecimiento continuo de la organización nos impulsa a explorar nuevas estrategias de comunicación interna que permitan preservar y fortalecer la filosofía y los valores de Uvesco, evitando la fragmentación y asegurando una cultura corporativa cohesionada.

En Uvesco, reconocemos a las personas, y en especial a los/as líderes, como el principal canal de comunicación dentro de la organización. Cada líder de equipo tiene la responsabilidad de garantizar que la información llegue de manera efectiva a sus colaboradores/as, siendo esta una tarea inherente a su rol. Para cumplir con este compromiso, proporcionamos a los/as mismos/as los soportes adecuados para facilitar la transmisión de información, además de ofrecerles formación específica que les permite planificar, estructurar y comunicar eficazmente los mensajes a sus equipos. Otros canales de comunicación:

- **Uvesconnect:** Portal corporativo de acceso a noticias del Grupo, a las formaciones disponibles, documentación del/la empleado/a (nóminas, certificados etc.), club del/la empleado/a (Cluvesco, Uvesco Club de Benefits...) y otras ventajas sociales.
- **Noticias de Grupo:** De forma semanal, con una media de tres artículos publicados y un 17 % de tasa de visualización, se difunden en la plataforma Uvesconnect noticias relacionadas con nuestros objetivos, estrategia, cultura corporativa, acciones de sensibilización, iniciativas solidarias y eventos, entre otros contenidos de interés.
- **Uvesco Noticias:** Se trata de un informativo cuatrimestral en formato video, que, al estilo de un "telediario", presenta las principales novedades y noticias relevantes para la organización. Esta herramienta busca mejorar la conexión con nuestra plantilla, asegurando que todos los integrantes estén informados de manera clara y accesible sobre los avances y logros de Uvesco.
- **Reunión cuadro de mando:** Reuniones mensuales de los/as encargados/as de tienda con los equipos de su supermercado para poner en común los resultados.
- **Envío periódico de material informativo** a los supermercados para potenciar determinadas informaciones (posters).
- **Buzón de sugerencias:** Canal de comunicación interno para realizar consultas y sugerencias.
- **Reuniones informativas voluntarias** en formato videoconferencia: En aquellos proyectos con un elevado impacto en los/as profesionales o de especial relevancia para la organización, se llevan a cabo reuniones informativas breves en las fases de inicio, seguimiento y cierre. Estas sesiones están abiertas a todas las personas con responsabilidades en la compañía que deseen asistir.
- **Cuestionarios de compromiso:** Además de las encuestas de riesgos psicosociales, se realizan estas encuestas relacionadas, entre otras cosas, con la satisfacción de la plantilla con la organización. Esta medición permite al área de recursos humanos medir y monitorizar el impacto que tienen las distintas acciones desarrolladas relacionadas con, por ejemplo, la promoción interna, igualdad de oportunidades, orgullo de pertenencia, bienestar etc.

### 6.6.1 Negociación colectiva y reuniones ordinarias y convenios:

La negociación colectiva es una acción muy importante dentro de las políticas de recursos humanos ya que permite construir junto a la RLPT las condiciones de la plantilla a través de la negociación de los convenios sectoriales, y de los acuerdos internos o pactos de empresa (estos acuerdos permiten conocer con más detalle los intereses económicos y sociales de los/as profesionales del Grupo).

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 64 del ET y sin perjuicio de otras formas de participación, los/las trabajadores/as tienen derecho a participar en la empresa a través de los órganos de representación, en el caso de Uvesco, a través de comités de empresa.

En Grupo Uvesco el diálogo con los representantes de los/as trabajadores/as se estructura de la siguiente manera:

- **Reuniones ordinarias:** Trimestralmente el/la responsable de recursos humanos de cada empresa y provincia realiza reuniones con las RLPT correspondientes, se realizan las actas, se firman y se archivan en un servidor común del departamento.
- **Reuniones extraordinarias:** Anualmente se realiza una reunión entre la dirección general y la RLPT para comentar el balance y cuenta de resultados de la empresa. Adicionalmente, se celebran las reuniones extraordinarias que se estiman necesarias por las dos partes para cuestiones que puedan surgir fuera del ámbito ordinario.
- **Gestiones diarias con la RLPT:** El/la responsable de recursos humanos de cada empresa y/o provincia tiene que garantizar la comunicación de aquellas cuestiones establecidas en el artículo 64 que puedan ocurrir en el día a día de manera más desestructurada como, por ejemplo, despidos, dudas de nómina, interpretación sobre permisos u otros derechos de las personas trabajadoras etc.
- **Negociaciones de convenios colectivos, acuerdos o pactos extraestatutarios y planes de igualdad:** Estas cuestiones se negocian, normalmente en periodos de 4 años y es el/la responsable de RRHH el/la que lidera la negociación, bajo lo establecido por la dirección de RRHH del Grupo.

En la actualidad, el 98% de los/as profesionales de Grupo Uvesco están representados por RLPT. Estos/as representantes son elegidos libre y formalmente por los propios profesionales según lo dispuesto en el Real Decreto 1844/1994, de 9 de septiembre, por el que se aprueba el reglamento de elecciones a órganos de representación de los/as trabajadores en la empresa.

El siguiente cuadro muestra el número de personas con y sin RLPT en el Grupo:

	Comité de empresa	Delegado por centro	Sin RLPT	Total general
<b>Unialco</b>				
Bizkaia			4	4
Cantabria	196			196
Gipuzkoa	348			348
Madrid			52	52
<b>Distribución Supermercados</b>				
Avila			33	33
Cantabria	335			335
Cuenca	35			35
Gipuzkoa	1.289			1.289
La Rioja	104			104
Madrid	971			971
Navarra	473			473
Araba		218		218
<b>Super Behobia, S.L.</b>				
Gipuzkoa		22		22
<b>Alpa Alimentos Frescos</b>				
Cantabria	141			141
Gipuzkoa	133			133
<b>Supermercados Ercoreca</b>				
Bizkaia	1.869			1.869
Guadalajara		14		14
Madrid	198			198
<b>Coloniales Barbed</b>				
Bizkaia			27	27
<b>Hiper Costa Esmeralda</b>				
Cantabria	81			81
<b>Supermercados Superhiber</b>				
Madrid	877			877
<b>Food Retail Solutions</b>				
Gipuzkoa			12	12
<b>Total general</b>	<b>7.050</b>	<b>254</b>	<b>128</b>	<b>7.432</b>

*Nota: No se incluye la categoría de consejeros/as.*

## Convenios Colectivos

Actualmente el 100% de la plantilla de supermercados está cubierta por convenios sectoriales activos.

En todas las plataformas de ALPA y la de Unialco Gipuzkoa hay convenio de Empresa. La central de Madrid de Unialco se ha adherido al Convenio de Empresa de Unialco Gipuzkoa. Unialco Cantabria está amparada por un convenio sectorial. En el caso de La Rioja tenemos un convenio de empresa que regula las condiciones de los equipos de la zona.

Adicionalmente, todas las empresas de Grupo Uvesco, excepto Disu Cantabria, tienen un acuerdo o pacto extraestatutario que mejora las condiciones establecidas en el convenio sectorial de aplicación, en materias como la jornada, el incremento salarial, las vacaciones o los beneficios sociales (permisos, licencias, excedencias...). Concretamente, en el año 2025, se ha firmado con la RLPT de la sociedad Hiber el primer pacto de empresa.

Los avances a nivel de medidas de seguridad y salud se trabajan en las reuniones con la RLPT y a través de los pactos de empresa. Los reconocimientos de ginecología y urología son dos ejemplos de medidas incorporadas en los acuerdos internos.

## 6.7 Desarrollo, formación y promoción interna

El eje de la formación, el desarrollo y la promoción interna constituye una de las principales palancas para alcanzar la misión de la organización: “Garantizar que Grupo Uvesco cuente con los/as mejores profesionales, quienes, a través de su desempeño, impulsan la competitividad de la compañía, fomentan la eficiencia y la mejora continua, y generan la mejor experiencia de compra, construyendo una visión compartida alineada con el propósito de la empresa”.

La formación y el desarrollo son esenciales para fomentar el bienestar de la plantilla, ya que proporcionan a los/as profesionales los recursos necesarios para desempeñar su labor de manera óptima, asegurando que las personas dispongan, desde el primer momento, de las competencias y conocimientos necesarios para realizar su trabajo de forma segura y adecuada.

Además, esta palanca permite a la organización prepararse para afrontar los retos del futuro mediante una adaptación constante, impulsando su capacidad para evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades del mercado.

Finalmente, nos permite ofrecer a los/as profesionales oportunidades de desarrollo profesional que refuercen su crecimiento y compromiso. Es por ello por lo que la formación está presente durante toda la vida de las personas en el Grupo.

El esfuerzo que realiza el Grupo para formar y desarrollar a las nuevas incorporaciones como a los equipos ya consolidados para perfeccionar y actualizar sus conocimientos, se refleja en la inversión que realizada año tras año. En el año 2025 ha sido un total de 6.797.960€ y el gasto medio por persona ha sido de 965€.

### 6.7.1 Tipos de formación

La formación en el Grupo se sustenta en cuatro pilares:

#### 6.7.1.1 Formación de ingreso

Por formación de ingreso nos referimos al conjunto de formaciones específicas para un puesto, desarrolladas en Grupo Uvesco, que permite a las nuevas incorporaciones adquirir los recursos necesarios para poder dar una respuesta eficaz y adecuada a las demandas de su nuevo puesto de trabajo. El 100% de las personas que comienzan su trabajo en nuestras en Grupo Uvesco realizan una formación presencial de ingreso para el desempeño de ese puesto. En consecuencia, contamos con planes de formación de ingreso diferenciados por puesto, con duraciones que pueden ser desde 4 días hasta 2 meses en función del nuevo rol a desempeñar.

Esta formación presencial es complementada por un itinerario de ingreso online, compuesto por un conjunto de cursos que cumplen la doble finalidad de informar y formar en aquellos aspectos

obligatorios y esenciales para el/la alumno/a en su primer día de trabajo.

En el año 2025 se han realizado 2.172 formaciones de ingreso (para posiciones de centrales, plataformas, y supermercados), suponiendo el tiempo dedicado a las mismas 132.482h.

Con el mismo objetivo de favorecer la integración, durante los seis meses posteriores a la incorporación, las personas empleadas cuentan con el acompañamiento de un bot que realiza el seguimiento de su proceso de integración, asimilación de conocimientos, seguridad y bienestar, verificando que los distintos hitos del proceso se completan correctamente.

#### 6.7.1.2 Formación para el cambio:

Una de nuestras características como supermercado de proximidad es la pequeña estructura de personas de nuestros centros. Esto nos permite ofrecer un servicio cercano y personalizado, facilitando una interacción directa con los/as clientes que nos ayuda a comprender mejor sus necesidades y preferencias. Sin embargo, estas pequeñas estructuras de personas exigen contar con un colectivo de profesionales polivalentes que puedan dar respuesta a las necesidades del centro en caso de que algún/a compañero/a falte. Igualmente, requiere de profesionales capacitados/as para desempeñar de forma provisional o permanente roles de mayor responsabilidad.

Para planificar estas formaciones, anualmente elaboramos un diagnóstico de necesidades en el que identificamos las necesidades formativas en la modalidad de cambio. Una vez identificadas las necesidades, proponemos a nuestros equipos la oportunidad de formarse en los nuevos puestos identificados, respetando siempre la voluntariedad de participar, y conforme al plan formativo diseñado para cada puesto (formador y centro escuela homologado).

En el año 2025 realizamos 817 formaciones denominadas “Formaciones para el cambio” que nos han permitido ganar en autonomía en los supermercados y agrupaciones. Además, dentro de estas formaciones se han realizado 8 para personas de tienda que pasan a puestos de supervisión en central.

Como consideración, en Grupo Uvesco apostamos por la profesionalización en una única sección (además de sala) permitiendo a nuestros/as profesionales alcanzar un alto nivel de competencia y excelencia en esa especialidad para la que se ha formado.

#### 6.7.1.3 Formación escuela

En su responsabilidad social de apoyar a colectivos vulnerables, Grupo Uvesco colabora con distintos gobiernos autonómicos formando a personas desempleadas en secciones de frescos. Además, adquirimos el compromiso de la contratación del 50% de los/as alumnos/as de cada grupo formativo. Habitualmente se suele incorporar al 80% del personal formado. En el año 2025 han participado 40 personas en 4 acciones formativas en la provincia de Bizkaia.

Estas formaciones se sustentan en 3 herramientas:

##### **1. Formadores y centros homologados:**

Las formaciones de Ingreso y cambio se implementan a través de personas formadoras y centros

formativos adecuados para que el aprendizaje se desarrolle con las máximas garantías de éxito.

Es por ello por lo que Grupo Uvesco identifica, prepara y certifica a los profesionales que van a ejercer como “Formadores Homologados Uvesco”. Igualmente, se seleccionan los centros de trabajo, que, por sus características, son los más adecuados para realizar las formaciones.

## **2. Periodo de prácticas**

La etapa de prácticas garantiza la consolidación de las habilidades y conocimientos adquiridos durante el proceso formativo. Para asegurar la efectividad de este periodo, encuestas automatizadas permiten monitorizar el progreso de manera continua y reaccionar con celeridad ante cualquier incidencia. En 2025, se registraron 502 encuestas respondidas a los dos meses y 471 a los cuatro meses.

Los resultados se envían a las personas responsables, que aseguran el cumplimiento del periodo mínimo de prácticas y ofrecen orientación personalizada. En 2025 se reforzó el seguimiento para garantizar la cumplimentación de las encuestas y se actualizaron los informes de participación, alcanzando una tasa de respuesta del 70%.

## **3. Informe de validación profesional**

Es el proceso por el cual el/la profesional una vez finalizado su periodo de prácticas la persona es certificado/a internamente para poder desempeñar el puesto para el que ha sido formado/a. Son los/as responsables directos evalúan a cada profesional sobre su idoneidad a la hora de desempeñar el puesto para el que ha sido formado/a.

Esta evaluación se realiza analizando competencias tanto genéricas como técnicas, identificando fortalezas y oportunidades de desarrollo en las que es necesario enfocar esfuerzos a corto y medio plazo. En junio de 2025 se incorporó una mejora al proceso, consistente en el seguimiento estructurado de las reuniones de feedback, que genera un reporte posterior a cada sesión y facilita el seguimiento y la trazabilidad por parte de los responsables de cada caso.

En 2025 se han cumplimentado 744 Informes de Validación, de los cuales el 96 % han sido favorables.

## **4. Feedback durante periodos formativos**

Adicionalmente, una vez realizado el Informe de Validación Profesional, las personas responsables directas mantienen reuniones individuales con cada colaborador o colaboradora, con el objetivo de compartir y analizar de manera conjunta las fortalezas y las áreas de mejora identificadas. A partir de este intercambio, se definen objetivos de desarrollo orientados a reforzar las áreas de mejora detectadas y a acompañar la evolución del profesional en su puesto.

A partir de junio de 2025, se ha incorporado una nueva herramienta de seguimiento de estas reuniones de feedback, denominada Reporte de Feedback, que permite sistematizar y dar trazabilidad al proceso. Desde su implantación, se han recopilado 175 reportes.

Con el fin de garantizar la calidad del feedback y un seguimiento adecuado, todas las personas

en el puesto de encargado/a o auxiliar de encargado/a de tienda han completado la formación online «Acompañamiento para el desarrollo de personas», que proporciona herramientas prácticas para ofrecer feedback de forma asertiva y pone en valor la importancia de acompañar al equipo.

### **Formación continua**

Promovemos la capacitación y el crecimiento profesional de nuestro equipo no solo para cubrir las demandas actuales, sino también para un futuro incierto. Como es natural, la formación continua está además estrechamente alineada con los objetivos estratégicos de nuestra organización, comenzando por nuestra visión de “ser el supermercado de referencia para quienes priorizan su bienestar y el de su entorno”. En el año 2025 se han dedicado más de 28.950 horas en formato presencial, impartiendo más de 96 formaciones presenciales distintas... A continuación, detallamos algunas prácticas que contribuyen en cumplir nuestro objetivo de crear una cultura de desarrollo continuo y adaptación al cambio para nuestros/as profesionales.

En 2025 las formaciones presenciales por número de alumnos y horas de formación realizadas han sido las siguientes:

<b>Curso formativo</b>	<b>Número de personas</b>	<b>Número de horas</b>
Liderando para el bienestar	270	6.352
Ergonomía activa	939	5.634
Seguridad en el manejo de transpaletas y apiladores	497	1.988
Excelente 1	676	1.690
Refuerzo asociado al c.p. gestion de pequeño comercio	25	66
Jac nueva apertura con excelente	184	1.176
Formación formadores/as profesionales sala	153	1.071
Nueva cultura concienciación_capacitación	64	1.024
Inglés	31	604
Protocolo de liderazgo de ausencias laborales	212	424
<b>Total</b>	<b>3.051</b>	<b>20.029</b>

Como se puede observar, el Bienestar y seguridad de nuestra plantilla, a través de formaciones como Liderando para el Bienestar, Ergonomía Activa, o Seguridad en el manejo de transpaletas cobra gran importancia dentro del esfuerzo formativo llevado a cabo por Grupo Uvesco, apareciendo como las formaciones a las que se han dedicado mayor número de horas en 2025.

Por otro lado, la formación en Atención al cliente y conductas irrenunciables, denominado Excelente I cobra gran importancia dentro de nuestra estrategia formativa, con el objetivo de alinear y homogeneizar la definición de "atención al cliente excelente". Esta formación se incluye además en formato online en todas las formaciones de acogida, que realizan los/as profesionales en su primer mes en el Grupo, para que cualquier persona que preste servicios en nuestros centros conozca los comportamientos que se esperan de su rol en

cuanto a atención al cliente se refiere.

### **Formación en liderazgo**

El liderazgo es una de las palancas clave en el “sistema para personas” de Grupo UVESCO. Con el objetivo de generar una cultura común de liderazgo en Grupo UVESCO en 2016 pusimos en marcha nuestra escuela de liderazgo, que contempla, en la actualidad, dos programas: Máster en Liderazgo Modelo Uvesco y el programa Liderando para el Bienestar.

- **Máster en Liderazgo Modelo Uvesco:** El objetivo de este programa era el de consolidar un modelo de Líder Uvesco y acreditar a todos los/as responsables de dirección de personas en el mismo, propiciando de esta manera el desarrollo profesional y personal de un colectivo de personas clave en la empresa. Los contenidos de este máster están basados en el Modelo de Liderazgo Situacional. Por esta formación han pasado todas los/as profesionales de Uvesco que tienen equipo a cargo, por el momento, más de 500, en más de 30 grupos diferentes impartidos en Madrid, Bilbao, y San Sebastián. En 2025 existen 4 grupos activos, y en 2025 se han abierto 2 nuevos en Madrid.
- **Liderando para el Bienestar:** Este programa tiene como objetivo que todos/as los/las responsables Uvesco sean líderes capaces de propiciar entornos laborales sanos para el desarrollo de nuestros/as profesionales. Para lograrlo, se promueve que comprendan las ventajas de fomentar el bienestar a nivel organizacional, empezando por ellos/as mismos/as. Además, se les proporcionamos los recursos necesarios para llevar a cabo esta misión. Este programa formativo presencial de 180 horas trabaja cinco dimensiones clave: Dimensión Mental, Dimensión Física, Dimensión Propósito, Dimensión Relacional y Dimensión Entorno. Actualmente, más de 15 grupos están participando en esta formación, con aproximadamente 300 líderes en proceso de formación dentro del programa. En 2025 han comenzado 2 de estos 15 grupos.

### **Formación departamental de actualización y mejora:**

Anualmente se recogen las necesidades de cada departamento. Estas necesidades recogen contenidos relativos a desarrollar competencias y habilidades, adquirir nuevos conocimientos o perfeccionar los existentes.

### **Formaciones Mejor hacer:**

Estas formaciones se pusieron en marcha en 2025 con el objetivo principal de acompañar a la empresa en su estrategia de transformación. La temática central de este primer año ha sido la búsqueda de nuevas formas de trabajo, más eficientes y adaptadas a los retos actuales.

Están dirigidas al 100 % del personal de oficina y se estructuran en tres itinerarios formativos online, complementados con un taller en videoconferencia. De este modo, cada persona puede elegir la opción que mejor se ajusta a sus necesidades y a su rol profesional.

Esta primera edición de 2025 ha sido todo un éxito con más de 300 personas formadas:

Curso formativo	Nº Personas	Nº horas
Power BI (Introducción)	128	576
La regla del 80/20 - Aprende a priorizar (obligatorio)	109	490,5
Descubre Office 365 (Obligatorio) - 2025	63	283,5
Total	300	1350

## Formación online

Dentro de nuestro compromiso con el desarrollo personal y profesional, con el objetivo de crear una cultura continua de aprendizaje, la dispersión geográfica de nuestros más de 300 centros de trabajo nos presenta una limitación significativa. Por esta razón, contamos con Alejandría, un espacio de formación virtual que (1) nos permite llegar a nuestros/as profesionales de manera inmediata (2) permite la trazabilidad de las formaciones (3) potencia el autodesarrollo. Esta herramienta nos permite generar espacios de aprendizaje y micro aprendizaje. En el año 2025, se han realizado más de 28.000h de formación online.

- **Formaciones Obligatorias:** Estas formaciones, como su nombre indica, deben realizarse obligatoriamente durante el tiempo de trabajo. Son todas aquellas obligatorias por ley, así como las que la organización define como indispensables. En 2025 se han dedicado 22.953 horas a estas formaciones. Las 3 formaciones obligatorias que han tenido más peso en 2025 han sido:

Curso formativo	Nº Personas	Número de horas
Planes de acogida	1.975	11.392
Riesgos específicos y generales, manipulación de cargas y emergencias en supermercados	1.952	3.904
Acompañamiento para el desarrollo de personas	327	654
TOTAL	4.254	15.950

- **Formaciones Sugeridas y Te puede interesar:** Actualmente, nuestros/as profesionales tienen acceso a más de 100 cursos disponibles en la plataforma de formación, divididos en categorías como liderazgo, gestión y trabajo en equipo, bienestar y seguridad, habilidades comerciales, habilidades personales y habilidades digitales. Las formaciones sugeridas son aquellas que, según el perfil profesional, la organización recomienda expresamente. Las formaciones Te Puede Interesar son aquellas a las que nuestros/as profesionales tienen acceso libre y gratuito. Son ellos/as quienes deciden cuándo y en qué formarse. Estas formaciones se realizan fuera del horario laboral y por iniciativa propia. Desde el Grupo, se incentivan estas formaciones a través de puntos Cluvesco que se pueden canjear por regalos dentro de un catálogo cerrado para los/as profesionales del grupo.

En 2025 más de 500 profesionales profesionales Uvesco han dedicado más de 3.500h a

la realización de estas formaciones voluntarias. Las 3 formaciones más realizadas en este formato, con una duración todas ellas de 3h, han sido:

Curso formativo	Nº Personas	Número de horas
Aumenta tu vitalidad	96	288
Conversaciones difíciles	23	69
Conviértete en estrategia	21	63
TOTAL	140	420

- **Píldoras formativas:** Desde 2016, trabajamos con el formato micro learning. Son contenidos en formato video, con una duración no superior a 4 minutos, que se lanzan quincenalmente a través de nuestra plataforma de formación. Cada píldora finaliza con un test de 5 preguntas para afianzar los principales mensajes. La realización de estas pruebas conlleva la obtención de puntos Cluvesco. En 2025 más de 3.300 personas visualizaron píldoras formativas, con un total de 33.870 visualizaciones y más de 7.230h dedicadas a esta labor, demostrando así su impacto y relevancia dentro de nuestra organización.

### 6.7.3 Promoción interna

Grupo Uvesco apuesta firmemente por la promoción interna como una estrategia clave para el desarrollo y retención de talento. Es por ello que contamos con el Plan Carrera, herramienta de sucesión profesional que tiene como objetivos (1) lograr que más del 90% de los puestos de responsabilidad sean ocupados por promoción interna, (2) buscando asegurar que la presencia de las mujeres, en puestos de responsabilidad, sea equiparable, al menos, a su representatividad total en Uvesco.

En 2025 se han realizado más de 232 formaciones para responsable de sección y segundo/a encargado/a, y de los/as cuales muchos/as ya han sido promocionados/as a un puesto de responsabilidad. Además, 7 profesionales de sección de nuestras tiendas han pasado a ser especialistas, puestos dependiente de central.

Dentro del apartado promociones internas cobra especial relevancia el Plan Cantera. Este es un proyecto que nos permite mantener planes de sucesión en supermercados. En este Plan, una vez identificado/a el/la profesional a promocionar, se le propone para ingresar en el Plan Cantera y al programa formativo definido al efecto (formación para el cambio). Cada provincia trabaja con el objetivo de que en el momento en el que surja la necesidad de tener que cubrir una posición de encargado/a o de responsable de sección dispongamos de uno/a validado/a.

Durante el último año, en el que 15 personas se han incorporado a este plan, se han definido mejoras orientadas a agilizar y automatizar la gestión de la base de datos de personas candidatas con el objetivo de optimizar el seguimiento de los planes de sucesión y facilitar una gestión más eficiente.

#### 6.7.4 Reconocimiento (Certificado profesional)

El reconocimiento constituye una de las principales palancas del sistema de personas de Grupo Uvesco, orientado a poner en valor el trabajo de los profesionales del comercio de alimentación y a reforzar tanto su reconocimiento social como su autopercepción profesional. En este contexto, Uvesco trabaja en dos líneas estratégicas: mejorar la percepción pública del valor del trabajo en supermercado y fortalecer el orgullo profesional de sus colaboradores.

Una de las iniciativas más relevantes es el Proyecto de Certificación Profesional, puesto en marcha en 2017 y pionero en el sector, que permite a profesionales de carnicería y pescadería con más de cuatro años de experiencia obtener certificados profesionales oficiales mediante el reconocimiento de su trayectoria laboral. Cada año, de más de 200 personas interesadas, se selecciona un grupo de 30 participantes, a quienes se ofrece formación presencial y online, con las horas de dedicación compensadas por la empresa.

En el último año, se han formado 25 profesionales de carnicería y pescadería. El itinerario formativo ha incluido 28 horas de formación en cursos de refuerzo específicos de carnicería o pescadería y 66 horas en un curso de refuerzo de Gestión de Pequeño Comercio. Estos profesionales han superado el certificado de Carne y Pescado y se encuentran pendientes de la publicación de las actas finales del certificado de Gestión de Pequeño Comercio. Con estos, ya son más de 145 los profesionales de Uvesco han obtenido su certificación.

#### 6.7.5 Inversión en formación y desarrollo

A continuación, se muestran los datos de inversión en euros y en horas invertidas clasificadas por tipo de formación y personal formado:

Etiquetas de fila	2024	2025
Inversión (€)	5.645.492 €	6.797.960 €
Inversión por empleado (€)	865 €	965 €
Inversión por empleado (Horas)	40	40
Tipo de formación (Horas)	258.324	284.111
Ingreso y Cambio	225.858	248.357
Continua	32.466	35.754
Inversión (Horas)	258.324	284.111
Directivos/as	325	292
Gerentes y responsables de área	3.677	1.603
Mandos intermedios y personal técnico	6.424	8.172
Personal administrativo	4.019	5.218
Encargados/as de tienda	13.372	7.811
Auxiliares de encargado/a de tienda	22.926	45.972
Operarios de tienda	190.469	205.692
Operarios de almacén	17.112	9.349

#### 6.8 Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno

La posición de liderazgo y excelencia del Grupo es el resultado del esfuerzo y trabajo diario, sin embargo, el comportamiento inadecuado de un solo directivo/a, empleado/a o persona interna,

puede dañar su imagen y reputación de forma significativa. Adicionalmente, tras la reforma del Código Penal surge la necesidad de que las organizaciones cuenten con modelos de prevención de riesgos penales (plan de cumplimiento o compliance).

Desde 2023 el canal de denuncias se ubica en una plataforma informática que no sólo facilita, sino que además garantiza plenamente los derechos de todos los terceros que se relacionen con el Órgano de Seguimiento y Control de Compliance (OSYC), y entre ellos el anonimato, en el marco de aplicación de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, de protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Esto permite realizar un seguimiento continuado, por parte del tercero, de la evolución de las actuaciones llevadas a cabo por el OSYC en relación con su caso, con independencia de que dicho tercero se haya identificado o que se relacione con el OSYC de manera anónima.

En total durante 2025 ha habido 54 comunicaciones a través del Canal Ético, 21 más que en el año 2024. De las 54 denuncias recibidas, 9 son del ámbito del canal y el resto son reclamaciones de temas laborales o de otro tipo que han sido reportadas a las diferentes áreas correspondientes.

De esas 9 denuncias, actualmente tres están en curso: una por acoso laboral (parada al estar de baja el denunciante y una de las denunciadas), otra por robo de producto (pendiente de recibir las imágenes de las cámaras) y una actuación acosadora durante la huelga del 15/10 (parada al estar en baja la denunciada).

Entre las denuncias cerradas en 2025 cabe destacar la denuncia por acoso sexual en una tienda, que se resolvió con el despido del denunciado tras las investigaciones pertinentes en el protocolo de acoso.

#### 6.8.1 Respeto a los Derechos Humanos

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

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

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

#### 16.8.2 Lucha contra la corrupción y el soborno

En el Código Ético se recogen los principios básicos en materia de control interno y prevención de la corrupción, regulándose aspectos como sobornos, medidas contra la corrupción y

prevención del blanqueo de capitales e irregularidades en los pagos.

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

Los principios en materia de control interno y prevención de la corrupción se refuerzan con políticas que el Grupo ha desarrollado como, por ejemplo, la política en materia anticorrupción, en la que manifiesta su compromiso en la lucha contra la corrupción en todas sus formas y en todos los ámbitos de actuación y entiende que las prácticas corruptas presentan graves riesgos legales y reputacionales para las empresas del Grupo. Esta política establece pautas, cautelas y procedimientos que tienen que ser observados por todos los/as trabajadores/as y sociedades del Grupo en el desarrollo de su actividad empresarial. Asimismo, el Grupo también ha emitido unas directrices específicas que tienen por objeto reforzar las medidas para prevenir y evitar, por parte de las empresas del Grupo, la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas. Como una medida más para prevenir sobornos y luchas contra la corrupción el Grupo cuenta también con una política de regalos, que tiene como fin orientar a los/las trabajadores/as y órganos de responsabilidad del Grupo a tomar las decisiones correctas ante la aceptación y ofrecimiento de regalos, servicios u otras atenciones, en el marco de las relaciones comerciales.

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

#### 6.9 Otras políticas sociales y relativas al personal

Cabe destacar que en los últimos meses se ha desarrollado un conjunto de acciones orientadas a nutrir el bienestar integral de la plantilla (físico, relacional, mental, espíritu y entorno):

- **Uvesco On Bienestar (bienestar físico):** Consiste en una plataforma de salud que nos permite contactar a través de un chat online o video consulta con un/a profesional médico (a elegir en función de la consulta). Este canal está operativo las 24 horas del día y el tiempo de espera de la respuesta es inferior a 3 minutos.
- **Proyecto Solidario Uvesco (bienestar entorno):** En 2025 se ha puesto en marcha la tercera edición del proyecto solidario. A través de esta iniciativa, se favorece y refuerza nuestro compromiso solidario. Son los propios profesionales quienes presentan y eligen los proyectos a apoyar y ellos/as mismos/as realizan sus donaciones, a través de Cluvesco. En 2025, se han recaudado 2.430€ a través de donaciones de nuestros profesionales para la Asociación Española de Grinpatías Al duplicar Uvesco la cantidad recaudada, la asociación ha recibido un total de 4.860€.
- **Voluntariado Banco de Alimentos (bienestar entorno):** En este 2025, Uvesco, una vez más, ha colaborado activamente en la Recogida del banco de alimentos en mayo, así como en la Gran Recogida celebrada en noviembre, tanto con sus instalaciones y

profesionales, como con voluntarios que han realizado tareas de ayuda en su tiempo libre. El resultado ha sido la recogida de 587.736€ a través de bonos y más de 390.544kg de alimentos en nuestros supermercados.

- **Recaudación fondos por la Asier Loidi:** Asier Loidi es un compañero de Uvesco que lucha contra el cáncer. Su tratamiento no está costeado por la seguridad social, por lo que asume el alto coste el mismo. Ante esta situación, el sus compañeros/as decidieron poner en marcha esta iniciativa de forma voluntaria y colectiva, como muestra de apoyo, cercanía y solidaridad, con el objetivo de aliviar la carga económica derivada de su tratamiento y acompañarle durante este difícil proceso. En el proyecto se recaudaron más de 13.000€ provenientes íntegramente de donaciones efectuadas por profesionales Uvesco.

## 5. El papel de Uvesco en la sociedad

La alimentación de calidad es uno de los pilares más importantes de la gestión de Grupo Uvesco. Para conseguirla, resulta fundamental establecer alianzas y líneas de actuación, con proveedores y agentes del entorno. Además, esta relación debe ser sostenible y justa, a lo largo de todo su proceso comercial. A través de esta apuesta por lo local, se cumple con tres objetivos fundamentales, relacionados con la sostenibilidad y enmarcados en los ODS de Naciones Unidas:

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

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

Este compromiso es transversal, de manera que afecta a toda la estructura comercial del Grupo, principalmente a las secciones de producto fresco -pilar principal del modelo Uvesco; pero también a otras áreas de la alimentación, en las que también se desarrollan alianzas con proveedores locales de: miel, sidra, quesos, yogures, embutidos, txakoli y zumos, entre otros

### 7.1 Compromisos del Grupo con los Proveedores

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

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

- Cofradía de Pescadores de Ondárroa, para la comercialización de la merluza de anzuelo
- Asociación de ganaderos Larsabi, para comercializar cordero de oveja Latxa.
- Federación de Productores de Conejo de Euskadi, para promocionar e impulsar el consumo de la carne de conejo local en el País Vasco, bajo el sello BM Bertako Untxia.
- Cofradía de Mareantes de San Pedro, de Hondarribia, para la comercialización de merluza de anzuelo y pescadilla.
- D.O. Idiazabal, D.O. Roncal y Mendiko Gazta de Idiazabal, como apoyo al sector primario del queso, para la promoción de surtido de Denominación de Origen, que ofrecen una calidad garantizada.
- Cofradía de pescadores de Santoña y de Laredo, para la compraventa de pescados

del Cantábrico y de campaña.

- Agricultores Villa de Prado de Madrid, para la venta directa de verdura a los supermercados.

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

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

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

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

- Reforzar el contacto, para dar salida a los excedentes de producto -ampliando el surtido de productos, abriendo el servicio a un mayor número de supermercados y fomentando ofertas.
- Contacto con nuevos proveedores o elaboradores locales.
- Habilitar redes de compraventa directa, para dar salida a los excedentes, agilizando los procesos administrativos y logísticos.
- Participar en campañas de promoción de producto local: “Alimentos de Madrid” en colaboración con ASEACAM y la Consejería de Medio Ambiente y Agricultura de la Comunidad de Madrid; “Vinos de Madrid” con la DO de Madrid, y promoción de Vinos de la Rioja Alavesa.

#### 7.1.1 Subcontratación, proveedores y procesos de homologación

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

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

cumplirse para asegurar que el proveedor o producto cumple con los estándares y especificidades de Grupo Uvesco.

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

Desde esta filosofía, Uvesco cumple con el compromiso adquirido con el Observatorio de Bienestar Animal de que a partir de 2025 el 100% de los huevos frescos comercializados, así como el huevo utilizado como ingrediente en productos de marca BM, provenga de gallinas libres de jaulas. De esta forma, todos los proveedores de huevo fresco de marca propia están certificados bajo la norma IFS Food - estándar internacional de Calidad y Seguridad alimentaria.

### 7.1.2 Carne, Pesca, Fruta y Verdura Local

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

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

## 7.2 Compromiso con la Sociedad

### 7.2.1 Acciones sociales, de asociación o patrocinio

Nuestro modelo de supermercado, donde las personas son el centro de la actividad, son un canal directo y cercano con la sociedad, y permite forjar relaciones con colectivos sociales, culturales y deportivos, y formar parte activa de la vida de los ciudadanos, aportando valor y generando un impacto social.

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

### 7.2.2 Actividades Culturales y Sociales

El Plan de Responsabilidad Social del Grupo Uvesco, conlleva nuestro compromiso con el desarrollo de actividades sociales y culturales de nuestro entorno con el objetivo de fomentar la solidaridad con colectivos desfavorecidos, la participación y desarrollo de la mujer y la mejora del bienestar de los ciudadanos, fomentando hábitos saludables y sanos.

La relación de eventos y localidades en los que ha participado el Grupo en el ejercicio 2025 se detallan en el siguiente cuadro:

- DONACIÓN A CÁRITAS DONOSTIA DE 400 KILOS DE PRODUCTOS DE HIGIENE
- CONCURSO DE MARMITAKO Y CONCURSO DE PAELLA SEMANA GRANDE DE DONOSTIA
- BILBOKO KONPARTSAK ASTE NAGUSIA (BIZKAIA)
- DONOSTI FESTAK SEMANA GRANDE HINCHABLES PLAZA CATALUÑA (GIPUZKOA)
- DONOSTI FESTAK BANDERA DE LA CONCHA (GIPUZKOA)
- FIESTAS SAN FERMÍN HINCHABLE- PAMPLONA (NAVARRA)
- FIESTAS HOYO MANZANARES- MADRID
- TAMBORRADA INFANTIL DE DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- MARCHA SOLIDARIA A FAVOR DE GAUTENA (ASOCIACIÓN GUIPUZCOANA DE AUTISMO)
- PROYECTO SÍNDROME DE DRAVET - GERO AXULAR DANTZA TALDEA -
- “XII JORNADAS DE ASPREH” - ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA REHABILITACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL
- CONCURSO MENESTRA DE CORDERO /MERLUZA EN SALSAS VERDES SEMANA GRANDE SAN SEBASTIÁN
- FESTIVAL MUSIKASTE SEMANA DE LA MÚSICA VASCA
- VENTA SOLIDARIA DE BOLSAS PARA “JUNEREN HEGOA”
- IKERTZE-PROYECTO CECADI. CURSOS DE CAPACITACIÓN AUDIOVISUAL PARA PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL
- DÍA MUNDIAL RETINOSIS PIGMENTARIA “BEGISARE, RETINOSIS GIPUZKOA”
- FESTIVAL DE CINE DOCUMENTAL MUSICAL DOCK OF THE BAY
- BELÉN DE NAVIDAD, EN PLAZA GIPUZKOA DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- FESTIVAL FENOMENA - HONDARRIBIA
- “CHEF POR UN DÍA” - SS GASTRONOMIKA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- Participación en la CARRERA SOLIDARIA ASPANOGI
- Colaboración con ADEMGI, Esclerosis múltiple
- Colaboración en Aspace Eguna
- Colaboración Amigos del Orfeón Donostiarra.

### 7.2.3 Patrocinios y clubes deportivos

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

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

- Real Sociedad de Fútbol, S.A.D.
- Real Unión Club de Irun, S.A.D.

- Liga ACT Eusko Label
- Hondarribia Arraun Elkarte
- BM Bilbao Santutxu Femenino
- Isuntza Arraun Elkarte
- Athletic Club
- Super amara BAT
- Super amara Bera Bera

Además, participa en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol del cual en 2025 se han beneficiado 6.150 clientes.

#### 7.2.4 Deporte y hábitos saludables

Además de los acuerdos con los clubes, Uvesco ha estado presente en otras actividades populares que tienen un impacto en la mejora de la calidad de vida y hábitos saludables de la comunidad.

Esta participación se ha traducido en la participación de 43 carreras pedestres y eventos deportivos de carácter local -en especial, en aquellas que potencian la participación de la mujer, infancia o que promueven fines solidarios-. En estas actividades, Uvesco aporta bolsas de avituallamiento para los participantes (con barritas energéticas, agua, frutas...); coloca hinchables y arcos de meta; y produce material para los eventos (camisetas, delantales...). Año tras año esta colaboración se incrementa dado que la participación en estas actividades es cada vez mayor de manera que en 2025 se repartieron 111.000 bolsas de avituallamiento.

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

- BERMEO HERRI LASTERKETA
- WE RUN PARLA
- CARRERAS DE EMPRESAS (VARIAS LOCALIDADES)
- LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- CARRERA TRAGAMILLAS COLLADO VILLALBA
- CARRERA DE LA MUJER DE SANTANDER
- GIMNÁSTICA DE ULIA SAN SEBASTIÁN
- ELGOIBAR GURRUTXAGA KROSA
- 10K BILBAO
- 10K CASTRO URDIALES
- DEUSTO HERRI KROSA
- CARRERA CONTRA EL CANCER TORRELAVEGA
- CROSS INTXARTU GETXO
- MARATÓN MARTÍN FIZZ VITORIA GASTEIZ
- BICIPATINES - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- BILBAO NIGHT RUN FEST
- CARRERA PEDESTRE GUADARRAMA -MADRID
- HIRI KROSA BILBAO
- CARRERA NORTE- SUR MADRID
- MEDIA MARATÓN: SAN SEBASTIÁN, VITORIA-GASTEIZ, PAMPLONA-

## IRUÑA, BASAURI

- CARRERA SANTURCE A BILBAO
- CARRERA BILBAO-ARENAS
- CARRERA DE LAS AFICIONES MADRID
- CARRERA PRIMAVERA UPV DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- CARRERA SAN LUCAS, VILLANUEVA DEL PARDILLO
- SAN SILVESTRE: HONDARRIBIA, SAN SEBASTIÁN, LAS ROZAS, COLMENAR, BILBAO, GALDAKAO Y ERRENTERIA
- BICICLETADA DE BILBAO
- CARRERA CONTRA EL CÁNCER ERMUA
- CARRERA FAMILIA EL CORREO LOIU
- TRAVESÍA NADO PASEO NUEVO DONOSTIA
- CARRERA ARTICA PAMPLONA
- CARRERA ASOCIACIÓN SYNGAP (SOLIDARIA) MAJADAHONDA
- FREE STYLE GP WORLD CUP (PAMPLONA)
- FORTUNA (TENIS DE MESA) - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- LENGOKOAK FUTBOL TALDEA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- MARATÓN SAN SEBASTIÁN - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- TORNEO SOLIDARIO DE GOLF A FAVOR DE LA FIBROSIS QUÍSTICA - ANDOAIN
- CARRERA DE CASCABELES POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA CON LA ONCE - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- BIZIKLETADA SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD SAN SEBASTIÁN
- CARRERA CONTRA EL CÁNCER AFC - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN
- “DÍA DE LOS SENDEROS DE BURDUNTZALDEA” –LASARTE-ORIA
- TORNEO IZAR LEKU DE GIMNASIA RÍTMICA - DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN

### *7.2.5 Banco de Alimentos*

La colaboración de Uvesco con los Bancos de Alimentos es un compromiso con el que la empresa está volcada desde hace más de diez años y que cumple dos grandes Objetivos de Desarrollo:

Por un lado, dando un apoyo a los colectivos con dificultades para acceder a la alimentación, una responsabilidad clave y fundamental, hoy día ineludible para el sector de la alimentación. Con esta colaboración, se destinan desinteresadamente un volumen diario de productos que han convertido a Uvesco en uno de los principales donantes de alimentos de Gipuzkoa.

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

A través de los establecimientos super amara se desarrolla el programa “Último minuto” que cumple un doble objetivo sostenible: ayudar a personas desfavorecidas en concreto a más de 20.000 familias, y reducir el desperdicio alimentario a través de la gestión del programa de caducidades. En los años 2024, 2023, 2022 y 2019 este programa fue reconocido por la Diputación Foral de Gipuzkoa en el marco de la semana Europea del Desperdicio.

Las entregas diarias de productos al Banco de Alimentos suman un total de 397 toneladas de alimentos.

Por otra parte, año tras año Uvesco colabora en las campañas de Gran Recogida que organizan los Bancos de Alimentos a través de la cesión de los espacios de sus supermercados, en todas las zonas, reforzando el apoyo a este colectivo. En estas campañas los consumidores realizan donativos económicos y aportaciones de producto.

En estas campañas Uvesco cede el espacio de los supermercados, la logística de la recaudación, y, además, el compromiso de aportar un 7% en producto de las aportaciones de los/las clientes. En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2025 se han recibido 396.563 toneladas de alimentos y 587.489 euros en donaciones económicas aportadas por la ciudadanía que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

Además de esta cantidades, Uvesco ha aportado una donación de 41.124 euros y 27.757 kilos de alimentos que corresponden al 7% del total recaudado.

#### 7.2.6 Principales Inversiones en aspectos sociales con la comunidad

Detalle aportaciones económicas (€)				
	Eventos culturales y deportivos	Asociaciones y Colectivos	Familias Numerosas	Total
<b>2025</b>	1.063.999 €	682.850 €	1.637.675 €	3.384.524 €
<b>2024</b>	983.202 €	623.153 €	1.466.026 €	3.072.382 €
<b>2023</b>	951.233 €	751.411 €	1.538.481 €	3.241.125 €

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

Valor Distribuido (Millones €)						
	Salarios y beneficios sociales	Proveedor es Locales	Inversión en la comunidad	Proyectos de expansión I+D	Pagos por Impuesto sobre Beneficios	Pagos a la administración
<b>2025</b>	248,5	263	3,4	40,6	1,8	123,1
<b>2024</b>	228,8	251	3,1	34,5	0,9	123,7
<b>2023</b>	205,4	248	3,3	36,5	1,2	105

El beneficio antes de impuestos del Grupo Uvesco del ejercicio 2025 ascendió a -13.420 miles de euros (-11.996 miles de euros en el ejercicio 2024).

El importe concedido por las administraciones públicas al Grupo Uvesco en concepto de subvenciones en 2025 ha ascendido a 798 miles de euros (640 miles de euros en el ejercicio 2025).

### 7.3 Compromiso de UVESCO con clientes y Consumidores: La responsabilidad en la Alimentación

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

- Al facilitar la capacidad de elección de los/las clientes, a través de la variedad del surtido, primeras marcas y ofertas a medida.
- Al garantizar el cumplimiento de los controles de calidad y garantía de los productos.
- Al informar y comunicar de las propiedades nutricionales y de los beneficios, para la salud, de los productos disponibles en sus establecimientos.
- Al dedicar espacios y lineales, en exclusiva, a la exposición y venta de productos saludables.
- Al apostar por la especialización del producto fresco, con mostradores atendidos.

Además, la atención al cliente es un pilar clave para garantizar la excelencia en el servicio y un canal que permite conocer las necesidades y las inquietudes de los consumidores. Siguiendo este compromiso, en 2025 se ha realizado un gran esfuerzo en la implantación de una nueva herramienta que permita la especialización y la excelencia en la atención, poniendo el foco en el cliente.

En este nuevo programa, implantado en octubre con una importante mejora en el tratamiento de la información, se recogen todas las consultas, solicitudes, quejas y sugerencias de todos los clientes a través de tres canales principales: teléfono y WhatsApp, email y la página web, para la enseña de BM Supermercados y de super amara.

Periodo	Llamadas	WhatsApp	Web+email
<b>2025 (en-sept)</b>	99.820	51.953	17.910
<b>2025 (oct-dic)</b>	25.445	21.988	10.117

Del mismo modo, cuenta con el servicio TeleBM, una clara apuesta por ayudar a las personas mayores con dificultades de movilidad, a gestionar su compra por teléfono de forma sencilla y sin moverse de casa. Este servicio en 2025 atendió un total de 5.222 llamadas (12.298 de enero a sept, y 511 de octubre a diciembre), que derivaron en 2.288 pedidos de compra.

En el ejercicio 2025, no se ha registrado ningún incumplimiento de las normativas relativas a los impactos en la salud y seguridad de los productos/servicios.

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

La colaboración en la mejora de la calidad de vida de las personas también implica un compromiso con aquellos hogares que tienen un gasto elevado en alimentación, como es el caso de familias numerosas y personas con intolerancia al gluten. En ambos casos, desde hace ya más de diez años, Grupo Uvesco desarrolla un programa con un descuento especial del 5% en todas las compras que realizan en sus supermercados, lo que supone un ahorro importante en su cesta de la compra y en la economía familiar. En 2025, un total de 16.790 familias numerosas adheridas a este programa de descuentos consiguió un ahorro total de 1,6 millones de €.

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 Uvesco y del que forman parte un total de 3.586 personas. En este caso, no solo se apoya la economía de un sector con un gasto mayor, por el consumo de productos específicos para intolerantes al gluten, sino que, además, se favorece a un colectivo con dificultades para disponer de un surtido a su medida en el mercado, ya que, a pesar de tener cada vez más reconocimiento, el surtido sigue siendo menor que en el de otras referencias.

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

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

**Ámbitos generales**

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

	productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.			
--	--	--	--	--

### Cuestiones medioambientales

	Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
Gestión medioambiental	<b>Efectos actuales y previsible</b> s de las actividades de la empresa	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.1 Identificación de impactos	
	<b>Procedimientos de evaluación o certificación</b> ambiental	Criterio interno/ GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades		
	<b>Recursos dedicados</b> a la			
	prevención de riesgos ambientales	derivados del cambio climático (Criterio contable)		
	Aplicación del <b>principio de precaución</b>			
	Cantidad de <b>provisiones y garantías</b> para riesgos ambientales	GRI 2-23 Compromisos y políticas  Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)		
Contaminación	<b>Medidas</b> para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenibles de los recursos	

Economía circular y prevención y gestión de residuos	<b>Medidas</b> de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales  GRI 306-3 (2020) Residuos generados	5.4 Economía y Gestión de residuos	
	<b>Acciones</b> para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.4 Economía y Gestión de residuos	
Uso sostenible de los recursos	<b>Consumo</b> de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales  GRI 303-3 Extracción de agua	5.2 Contaminación y usos sostenibles de los recursos 5.3 Transporte sostenible	
	<b>Consumo</b> de materias primas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales  GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		
	<b>Consumo</b> , directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
	<b>Medidas</b> tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	<b>Uso</b> de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización		
		GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance1)		

Cambio climático	<b>Elementos</b> importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)  Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos  5.3 Transporte sostenible	
	<b>Medidas</b> adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	
	<b>Metas</b> de reducción establecidas voluntariamente	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.2 Contaminación y usos sostenible de los recursos	
Protección de la biodiversidad	<b>Medidas</b> tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5.5 Protección a la biodiversidad	
	<b>Impactos</b> causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas			

## Cuestiones sociales y relativas al personal

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

	Implantación de <b>políticas</b> de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.1 Empleo	
	<b>Empleados</b> con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	6.1 Empleo	
Organización del trabajo	<b>Organización</b> del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.2 Organización del Trabajo	
	<b>Número</b> de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	6.2 Organización del Trabajo	
	<b>Medidas</b> destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.2 Organización del Trabajo	
	<b>Condiciones</b> de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	6.3 Salud y Seguridad	
Salud y seguridad	<b>Número</b> de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo  Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (incluyendo los accidentes In itinere)  Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/n° horas trabajadas (incluyendo los accidentes In	6.3 Salud y Seguridad	

		itinere)		
Relaciones sociales	<b>Organización</b> del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.4 Relaciones Sociales	
	<b>Porcentaje</b> de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva		
	<b>Balance</b> de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los/las trabajadores/as en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés	6.4 Relaciones Sociales	
Formación	<b>Políticas</b> implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los/las empleados/as y programas de ayuda a la transición.	6.5 Formación y Promoción Interna	

	<b>Cantidad</b> total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.6 Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	
Igualdad	<b>Medidas</b> adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	6.7 Igualdad de género	
	<b>Planes de igualdad</b> medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales  GRI 2-23 Compromisos y políticas		
	<b>Integración y la accesibilidad universal</b> de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		
	<b>Política</b> contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales  GRI 2-23 Compromisos y políticas		

### Información sobre el respeto de los derechos humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Referencia	Comentarios/ Razón de la omisión
<b>Aplicación</b> de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes  GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno  7.1 Respeto a los Derechos Humanos	

<p>Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, <b>medidas</b> para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p> <p>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</p>	<p>7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno</p> <p>7.1 Respeto a los Derechos Humanos</p>	
<p><b>Denuncias</b> por casos de vulneración de derechos humanos</p>	<p>Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.</p>	<p>7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno</p> <p>7.1 Respeto a los Derechos Humanos</p>	
<p><b>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT</b> relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil</p>	<p>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</p> <p>GRI 2-23 Compromisos y políticas</p>	<p>7. Respeto de los Derechos Humanos y Lucha contra la corrupción y el soborno</p> <p>7.1 Respeto a los Derechos Humanos</p>	

**Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno**

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

## Información sobre la sociedad

Ámbitos		Marco de reporting	Referencia	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	<b>Impacto</b> de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores	
	<b>Impacto</b> de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores	
	<b>Relaciones</b> mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores	
	<b>Acciones de asociación o patrocinio</b>	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	8.4 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social	
	<b>Inclusión</b> en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores	

Subcontratación y proveedores	<b>Consideración</b> en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.1 Compromisos del Grupo con el Desarrollo Sostenible y Gestión de Proveedores
	<b>Sistemas</b> de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
	<b>Sistemas</b> de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	
	<b>Medidas</b> para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	8.2 Consumidores la responsabilidad en la Alimentación
Consumidores	<b>Sistemas</b> de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas	8.2 Consumidores la responsabilidad en la Alimentación  8.3 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social
		GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	
	<b>Quejas</b> recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos  Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora	
	<b>Beneficios</b> obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	

Información fiscal	<b>Impuestos</b> sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	8.3 Principales indicadores de las políticas de desarrollo sostenible, gestión de proveedores e impacto económico y social
	<b>Subvenciones</b> públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	