



**01 NUESTRA PRESIDENTA 04**



**02 NUESTRAS CIFRAS 08**



Principales cifras y datos de 2025	10
Los ejes de nuestro modelo	10

**03 NUESTRO MODELO 18**



Gestión de la calidad	20
Valores Uvesco	21
Impacto económico. Valor generado en nuestro entorno	22
Estrategia de Responsabilidad Social	24

**04 NUESTRO IMPACTO 26**



Sostenibilidad	30
Nuestra clientela	54
Nuestra plantilla	64
Social y solidario	80
Producto local	92

**04/1 SOSTENIBILIDAD 30**



Estrategia y plan de acción	33
La colaboración: clave en la estrategia de sostenibilidad	34
Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas	35
Certificación Estrategia 100% Circular AENOR	36
Consumo y eficiencia energética	38
Consumo de agua	42
La logística: un eje prioritario	42
Compensación de la huella de carbono	45
Reducción del desperdicio alimentario	47
Separación y reciclaje de residuos	50
Utilización de ecoenvases	52
Ticket digital	52

## 04/2 NUESTRA CLIENTELA 54



Ventajas y ahorros para la clientela	56
Programas de fidelización	58
Más ventajas y ahorros	60
Servicio de atención a la clientela	63

## 04/3 NUESTRA PLANTILLA 64



Estabilidad en los puestos de trabajo	66
Igualdad de género	68
Diversidad y discapacidad	72
Seguridad, salud y bienestar	72
Formación y desarrollo de habilidades	76
Promoción interna	76
Otras políticas sociales	78

## 04/4 SOCIAL Y SOLIDARIO 80



Impacto en la comunidad	82
Actividades culturales y sociales	85
Patrocinios y grupos deportivos	86
Deporte y hábitos saludables	88
Banco de Alimentos	89

## 04/5 PRODUCTO LOCAL 92



Objetivos ODS de Naciones Unidas	95
Compras a proveedores/as locales	96

# ÍNDICE

La sostenibilidad en un entorno cambiante



# 01

## **NUESTRA PRESIDENTA**

Avanzamos en una nueva etapa con confianza, con responsabilidad y con la voluntad de seguir construyendo un proyecto sólido y sostenible a largo plazo, manteniendo nuestro objetivo de nutrir el bienestar de nuestro entorno.



# La sostenibilidad en un entorno cambiante

**Vivimos un momento marcado por la incertidumbre geopolítica, la presión sobre los costes, la transformación de los hábitos de consumo y los retos de todo tipo que deberemos abordar: desde la pirámide poblacional, al absentismo o el efecto en nuestra sociedad de la Inteligencia Artificial.**

En Grupo Uvesco, creemos que, precisamente, en escenarios como este, es donde más valor aporta un modelo sólido, de calidad y centrado en las personas. Por eso afrontamos los próximos años con ambición, pero también con responsabilidad y con capacidad de adaptación, eficiencia y visión de futuro.

Así, en nuestra trayectoria mantenemos una estrategia que integra la sostenibilidad en todas sus vertientes, tanto medioambiental como social y económica. Apostamos por el empleo de calidad, y la formación de nuestros profesionales, para lo que destinamos 6,8 millones de euros, y seguimos impulsando alianzas y colaboraciones con nuestro sector primario y productores locales en todas nuestras zonas de influencia, impactando en la economía, el desarrollo local y nuestra cultura gastronómica. Y es que nuestro enraizamiento con el producto fresco y local, y el servicio es lo que nos identifica y da valor a nuestro modelo BM.

Asimismo, seguimos avanzando en ámbitos como la eficiencia logística, energías 100% renovables y materiales reciclados en nuestros procesos y envases, y la lucha contra el desperdicio alimentario, impactando en la donación de 1.000 toneladas de alimentos a diferentes colectivos sociales. Un trabajo reconocido, por tercer año consecutivo, con el certificado «Estrategia 100% Circular», que otorga AENOR, por el MITECO con el triple sello (Calculo, Reduzco y Compenso), y más recientemente, por el Gobierno Vasco en los premios Euskadi Agenda 2030, mostrando que avanzamos por el buen camino.

Y en este avance, la tecnología y la innovación nos van a ayudar a ser más eficientes y sostenibles, con herramientas que, apoyadas en la Inteligencia Artificial, nos permitan impactar en la mejora del servicio, el ahorro de las familias, con la personalización de las ofertas, y la especialización y refinamiento del surtido.

Avanzamos, pues, en una nueva etapa con confianza, con responsabilidad y con la voluntad de seguir construyendo un proyecto sólido y sostenible a largo plazo, manteniendo nuestro objetivo de nutrir el bienestar de nuestro entorno.

María José Aduriz

**Presidenta de Grupo Uvesco**



# 02

## **NUESTRAS CIFRAS**

Nos esforzamos para mantener un modelo diferencial centrado en la calidad, el producto fresco y el servicio. Ese compromiso nos permite seguir creciendo de forma sólida y con un modelo cercano que apuesta por el producto local y cuida a las personas.

# Principales cifras y datos de 2025

Grupo Uvesco mantiene, en 2025, su expansión, con un crecimiento del 7,1%, con una facturación de 1.270 millones de euros, 305 supermercados propios, y un equipo formado por 7.432 personas.

En Grupo Uvesco, nos esforzamos para mantener un modelo diferencial centrado en la **calidad**, el **producto fresco** y el **servicio**. Ese compromiso nos permite seguir creciendo de forma sólida y con un modelo cercano que apuesta por el producto local y cuida a las personas.

**305**  
SUPERMERCADOS

**1.270M€**  
FACTURACIÓN

**7.432**  
PLANTILLA

## Los ejes de nuestro modelo

Cinco ejes prioritarios, sobre los que Uvesco ha desarrollado su estrategia de crecimiento:

**01 IMPULSO AL PLAN DE EXPANSIÓN**

**02 ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE NUESTRA CLIENTELA**

**03 ESPECIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO**

**04 COMPROMISO CON EL PRODUCTO FRESCO Y LOCAL**

**05 IMPLANTACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN**

## [ UVESCO EN CIFRAS ]

FACTURACIÓN  
**1.270M€**

INVERSIÓN  
**40,6M€**

PERSONAS  
EMPLEADAS  
**7.432**

INVERSIÓN EN  
FORMACIÓN  
**6,8M€**

MUJERES CON  
PUESTOS DE  
RESPONSABILIDAD  
EN TIENDA  
**72%**

PROVEEDORES/AS  
LOCALES  
**263M€**

TASA DE RECICLAJE  
DEL GRUPO  
**78,5%**

MATERIAL  
RECICLADO  
EN ENVASES  
**50,3%**

COMPENSACIÓN  
HUELLA DE  
CARBONO  
**571T**

AHORRO  
ENERGÉTICO  
**42.906KWh**

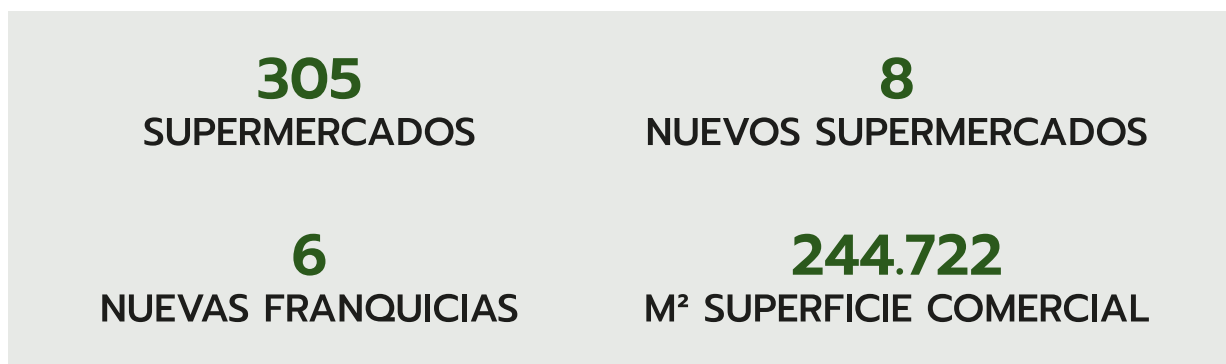
BANCOS DE  
ALIMENTOS  
**397T**

## 01 IMPULSO AL PLAN DE EXPANSIÓN

En cuanto al plan de expansión, se abrieron 8 establecimientos: dos en Bizkaia, cinco en la Comunidad de Madrid y uno en Navarra. Además, de una reapertura, en Bizkaia.

Navarra y Cantabria. Para hacer posible este plan, se ha realizado una inversión de 40,6 millones de euros.

En cuanto a las franquicias BM Shop, ha habido 6 incorporaciones, en Gipuzkoa, Bizkaia,



## 02 ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE NUESTRA CLIENTELA

Entre las medidas para adaptarse a las necesidades de la clientela, cabe destacar la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- en vales descuento, para ayudar a rebajar el precio de la cesta, donde destacan los descuentos semanales del 30% en una selección de productos frescos, y cupones

personalizados. Asimismo, en 2025, se ha consolidado la marca BM, con más de 1.600 referencias, representando el 16,6% de las ventas.



**+1.600**  
NÚMERO REFERENCIAS  
MARCA BM

**16,6%**  
% VENTAS MARCA BM

## 03 ESPECIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO

La apuesta por la especialización y la formación del equipo es otro de los ejes del modelo, que Uvesco ha potenciado con una inversión en formación de 6,8 millones de

euros en 2025, lo que supone 965 euros por persona, y le convierte en un referente en la generación de empleo, en su entorno.

**6,8M€**  
INVERSIÓN EN FORMACIÓN

**965€**  
INVERSIÓN POR PERSONA

## 04 COMPROMISO CON EL PRODUCTO FRESCO Y LOCAL

El refuerzo de su compromiso con el producto local se ha traducido en la colaboración y apoyo a sus proveedores/as, a través de la exposición de sus productos en los mostradores y la incorporación de nuevas

referencias. Así, cuenta con una red de más de 400 pequeños productores/as y, en 2025, se ha realizado una inversión de 263 millones de euros, en compras de proveedores/as locales.



**+400**  
PEQUEÑOS/AS  
PRODUCTORES/AS

**263M€**  
COMPRAS PROVEEDORES/AS  
LOCALES

## 05 IMPLANTACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN

Uvesco establece en su estrategia de sostenibilidad, las metas que 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.

**26,5%**  
DESPLAZAMIENTOS  
SOSTENIBLES

**78,5%**  
TASA DE RECICLAJE  
DEL GRUPO

**571T**  
COMPENSACIÓN  
HUELLA DE  
CARBONO





# 03

## **NUESTRO MODELO**

La alimentación de calidad es uno de los pilares más importantes de la gestión de Grupo Uvesco. Para poder conseguirla, resulta fundamental establecer toda una serie de alianzas y líneas de actuación, con proveedores y proveedoras y agentes del entorno.

# 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 a la clientela, desde el compromiso y la responsabilidad de todas las personas que forman la empresa.**

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.



# Valores Uvesco

## **01 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, que constituye un valor de sostenibilidad para las marcas del grupo.

## **02 CERCANÍA CON AGENTES SOCIALES**

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

## **03 CAPACIDAD DE ELECCIÓN**

Apuesta por la capacidad de elección de la clientela, a través del surtido de 17.000 referencias de primeras marcas y de la marca BM. A esto se une la variedad de ofertas, descuentos y ventajas para reducir el gasto de la compra.

## **04 CALIDAD DE EMPLEO**

Apostamos por el empleo de calidad, invirtiendo en formación de nuestra plantilla, en beneficios sociales y en la seguridad y bienestar de las personas. Todo ello repercute en la excelencia del servicio.

## **05 BIENESTAR Y SALUD DE LAS PERSONAS**

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

## **06 INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA**

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

# Impacto económico. Valor generado en nuestro entorno

## **01 VALOR DISTRIBUIDO**

**514,9M€**

Salarios y beneficios sociales

**248,5M€**

Compras a proveedores/as locales

**263M€**

Inversión en la comunidad

**3,4M€**

## **02 INVERSIONES**

**40,6M€**

Proyectos de expansión e I+D+i

## **03 IMPUESTOS**

**123,1M€**

Pagos a las administraciones



# Estrategia de Responsabilidad Social



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.



Ahorro para personas celíacas.  
Servicio de atención telefónico, para personas mayores.  
Beneficios sociales a personas empleadas.  
Campaña sensibilización, para la lucha contra el cáncer, a través de AECC.



Programas de conciliación e igualdad de género.  
Certificados profesionales.  
Promoción interna para la plantilla.  
Fomento de puestos para mujeres encargadas.



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



Impulso a la compra local y apoyo en su desarrollo.  
Fomento de relaciones a largo plazo con personas proveedoras y franquiciadas.  
Inversiones I+D+i.  
Descuento para la plantilla.  
Digitalización del programa de fidelización.  
"Proyecto Solidario Uvesco", para empleados/as.

Los impactos de la actividad de Grupo Uvesco en su entorno se encuentran enmarcados en la Estrategia de Responsabilidad Social. En este plan, se establecen los ámbitos prioritarios en los que nuestra actividad tiene un impacto social, económico y medioambiental. Grupo Uvesco puede aportar algo a cada uno de estos retos; sin embargo, se han detectado nueve ODS, donde podemos marcar una diferencia mayor y que estructuran nuestro compromiso. Las acciones, que se han identificado y que contribuyen a alcanzar las metas fijadas para cada uno de los ODS son los siguientes:



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.



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 todas las tiendas 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.



Reducción de la huella de carbono del 49%, en el período 2018-2025.  
 26,5% de reparto a domicilio, realizado de manera sostenible (a pie o en 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.



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, Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa, ASEDAS, Basque Food Cluster, Clúster de Logística, etc.



# 04

## **NUESTRO IMPACTO**

Asumimos nuestra responsabilidad. Apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestra plantilla. Apostando por la alimentación sana y participando en iniciativas que contribuyen a reforzar el bienestar social. Y trabajando para ser más sostenibles, reforzando nuestros valores de producto fresco y de Km 0.

# Uvesco responsable con su entorno

Asumimos nuestra responsabilidad. Por una parte, apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestros y nuestras empleados y empleadas, que son uno de nuestros pilares. En segundo lugar, apostando por la alimentación sana y participando en iniciativas solidarias, culturales y sociales, que contribuyen a reforzar el bienestar social. Y, en tercer lugar, trabajando para ser más sostenibles, reforzando nuestros valores de producto fresco y de Km0 y maximizando nuestros recursos, para reducir el impacto en el medio ambiente.



## 04/1 SOSTENIBILIDAD



**04/2** NUESTRA CLIENTELA



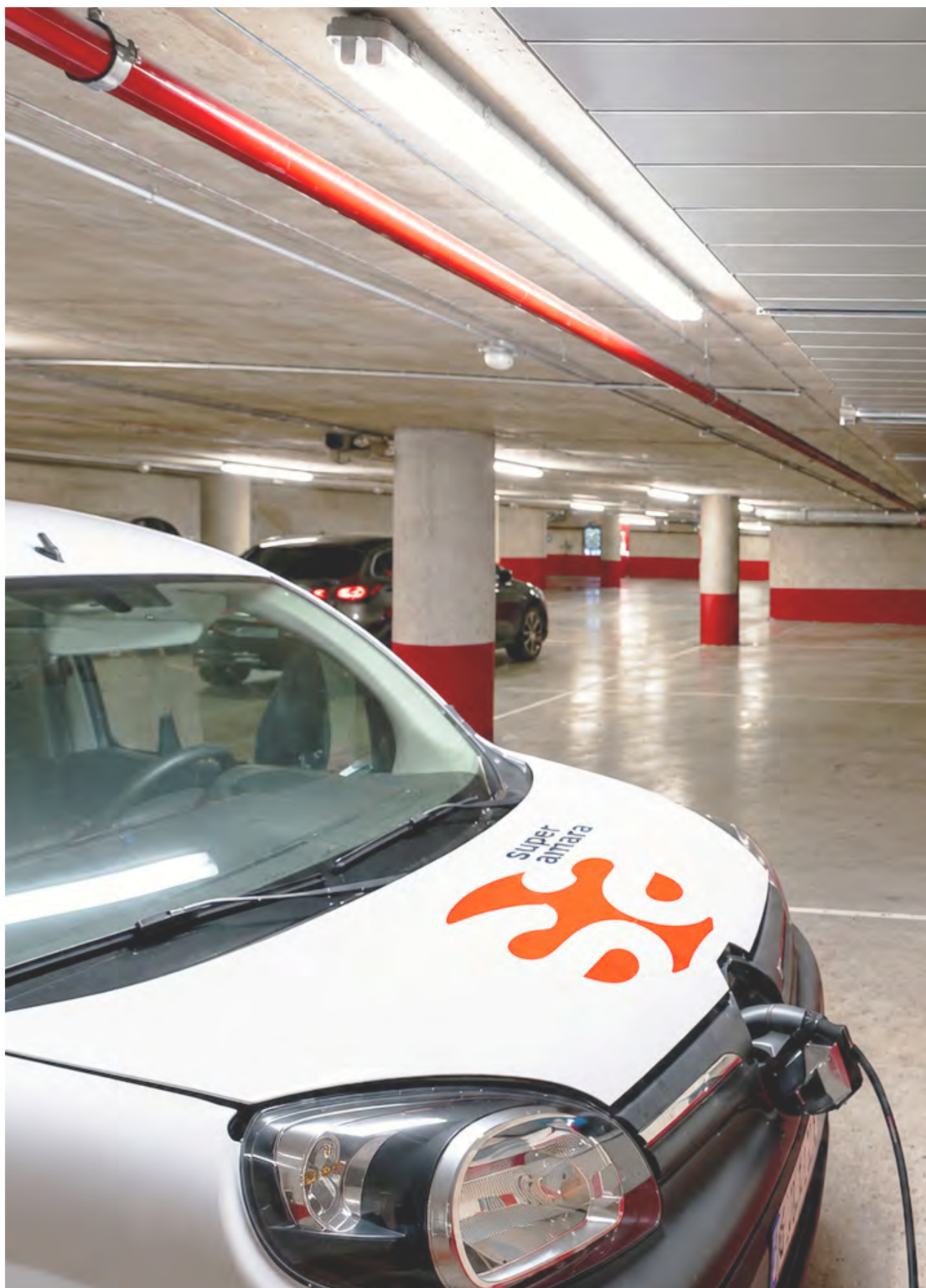
**04/4** SOCIAL Y SOLIDARIO



**04/3** NUESTRA PLANTILLA



**04/5** PRODUCTO LOCAL





# 04/1

## **SOSTENIBILIDAD**

La consecución de los objetivos que se ha marcado Uvesco solo 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.

La Estrategia de Sostenibilidad de Uvesco se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales, posteriormente, se establecen acciones y objetivos concretos, a través del Plan de Acción.

realizado en 2023, y son los siguientes: las buenas condiciones laborales, el producto local, la producción sostenible, la generación y gestión de residuos y el uso de materiales.

Estos ámbitos prioritarios para la organización, fueron definidos, a partir de un estudio de materialidad,



# Estrategia y plan de acción

La Estrategia se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales,

posteriormente, se establecen acciones y objetivos concretos:



# La colaboración: clave en la estrategia de sostenibilidad de Grupo Uvesco

La consecución de todos estos objetivos, que se ha marcado Grupo Uvesco, se logrará, a través de la involucración de todas las personas que forman el Grupo y, 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 este sentido, Uvesco mantiene dos grandes alianzas: el Pacto Mundial de las Naciones Unidas -con el cual se ha renovado el compromiso en 2025- y la adhesión al Basque Ecodesign Center.

## 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 con las 19 mayores empresas de la Comunidad Autónoma del País Vasco.



**Basque  
Ecodesign  
Center**

## 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 Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa (GK Recycling).

# Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Toda esta estrategia de sostenibilidad tiene su reflejo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, definidos por las Naciones Unidas en su 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.

## ODS más relevantes y prioritarios

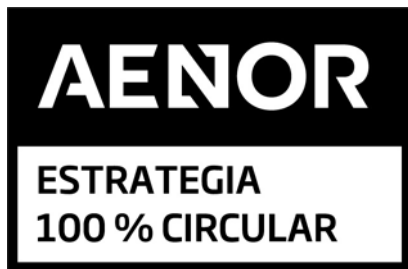
Los ODS más relevantes y prioritarios para Uvesco son el 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico), el 5 (Igualdad de Género), el 12 (Producción y Consumo

Responsable), y como adjuntos a este último, el 14 (Vida Submarina) y el 15 (Ecosistemas Terrestres).



# Certificación Estrategia 100% Circular AENOR

En 2025, Uvesco renovó por tercer año el certificado Estrategia 100% Circular de AENOR, un logro obtenido por la formulación de esta estrategia, y con el que se convirtió en la primera empresa de distribución en España en obtener este certificado.



El proceso de elaboración y seguimiento de la estrategia es auditado anualmente, de manera que se revisa que los objetivos planteados y los indicadores para su monitorización sean 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.

## Reconocimiento del Gobierno Vasco

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

“Aurreratu” (avanzado). Uvesco fue una de las 10 primeras empresas en conseguir este nivel avanzado, en estos premios entregados por el Gobierno Vasco.



# Consumo y eficiencia energética

## 100% energía eléctrica renovable

El 100% de la energía eléctrica que consume Uvesco es de origen renovable. Esto es debido a un acuerdo de PPA (Power Purchase Agreement) firmado en 2018, pionero en España, en base al cual la totalidad de la energía consumida por el grupo es de origen renovable, procedente de la planta solar Núñez de Balboa, en Usagre (Badajoz, Extremadura).

Con este compromiso, se ha evitado la emisión de más de 33.371 toneladas de CO<sub>2</sub> durante el 2025, avanzando de esta manera en el

compromiso de descarbonización de la economía.

El consumo energético de Grupo Uvesco se resume, en la siguiente tabla:

**121,349GWh**  
ENERGÍA ELÉCTRICA  
CONSUMIDA

**33.371T**  
EMISIONES DE CO<sub>2</sub>  
EVITADAS

**74.835m<sup>3</sup>**  
CONSUMO GAS





## Supermercados eco-eficientes

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

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

**42.906KWh**  
AHORRO ENERGÉTICO  
KWH/AÑO

**11,8T**  
AHORRO ENERGÉTICO  
T CO<sub>2</sub>/AÑO

# 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.

Durante 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.

**El fuerte ahorro de 2024 se ha mantenido en 2025, donde ya se incorpora el consumo total de los 31 supermercados adquiridos en junio y de las nuevas aperturas de tienda.**

**229.091m<sup>3</sup>**  
AÑO 2025

# La logística: un eje prioritario

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.

En Grupo Uvesco, el transporte se puede

dividir en tres bloques diferenciados: proveedor-central, central-tienda y tienda-clientela. En el primero de estos, Grupo Uvesco no tiene poder de actuación, ya que son las propias personas proveedoras quienes se encargan de hacer las entregas, en las diferentes plataformas logísticas del Grupo.



## Transporte central-tienda

Supone el eje principal del Departamento de Logística de Grupo Uvesco. En él, las actuaciones para reducir el impacto se dirigen hacia 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 comprobar

si estos son técnica y económicamente viables.

Al mismo tiempo, en nuestro empeño por buscar nuevas fórmulas de transporte sostenible y de movilidad, que avancen hacia la descarbonización, se ha incorporado un camión híbrido a la flota, para una de las rutas de la planta logística de Irun (Gipuzkoa).

## Transporte tienda-clientela

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.

No obstante, la mayor expansión en la zona de Madrid hace que estas distancias sean, cada vez, 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.

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.

### PORCENTAJE TRANSPORTE SOSTENIBLE

<b>27,8%</b> AÑO 2023	<b>19,6%</b> AÑO 2024	<b>26,5%</b> AÑO 2025
--------------------------	--------------------------	--------------------------

### HUELLA DE CARBONO (T EQ. CO<sub>2</sub>)

— AÑO 2023	<b>286,424</b> AÑO 2024	<b>219,500</b> AÑO 2025
---------------	----------------------------	----------------------------

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, primer año de medición.

# Compensación de la huella de carbono

## Adhesión al FVCG

En 2022, Grupo Uvesco dio un gran paso adelante en su compromiso con la descarbonización, ya que empezó a compensar parcialmente sus emisiones. Esta compensación se hace, a través del Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, promovido por Naturklima (Fundación de Cambio Climático de Gipuzkoa). De este modo, la compensación tiene el valor añadido de que las acciones de absorción de carbono se hacen en Gipuzkoa, por lo que la reparación se hace en el mismo lugar donde se genera el impacto.

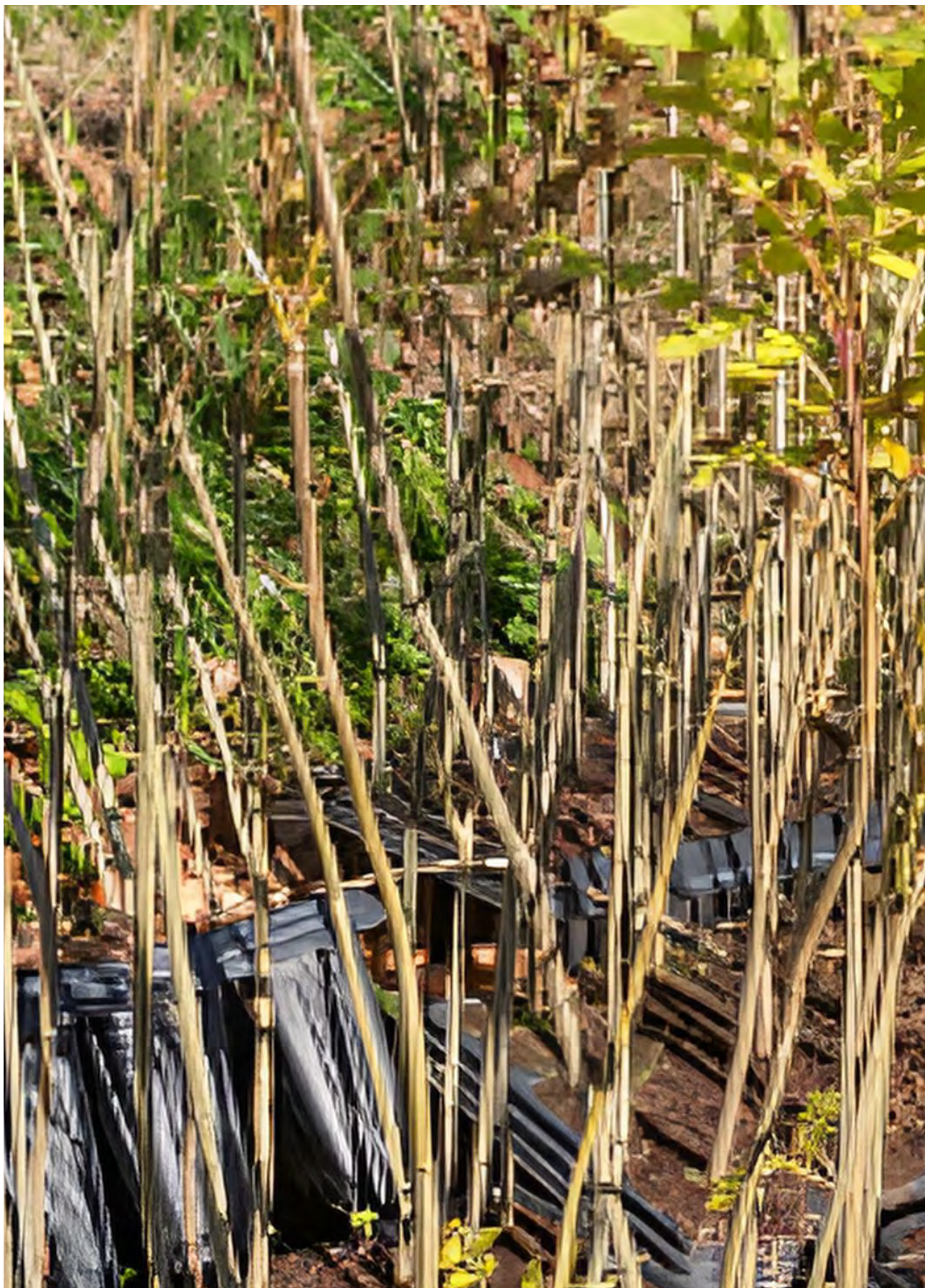
De hecho, las actuaciones del 2025 incluyen la plantación de árboles en Orio, la creación de un refugio climático en Tolosa y una restauración ambiental en Soraluze. Este hecho se alinea, de manera directa, con la filosofía de Uvesco de involucrarse en la comunidad local, tanto a nivel social como ambiental. En 2025, Uvesco ha superado las 571 toneladas compensadas.

**571T**  
TONELADAS COMPENSADAS

## Sello «Calculo, Reduzco, Compenso»

Como resultado de la suma de todos estos esfuerzos, Uvesco obtuvo en 2024 el triple sello “Calculo, Reduzco, Compenso”, otorgado por el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico:





# Reducción del desperdicio alimentario

Como empresa de distribución alimentaria, el desperdicio alimentario es un tema particularmente relevante para Uvesco.

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:

**216.198**  
T CO<sub>2</sub> EVITADAS

## Proyecto piloto, para identificar y prevenir el desperdicio

En 2024, se inició un proyecto piloto que se ha terminado de ampliar en 2025, para identificar y prevenir el desperdicio en todas las fases de la cadena donde se produce. Para ello, se han implementado diferentes medidas que utilizan innovación y herramientas apoyadas en

inteligencia artificial, que consiguen una mejor optimización del surtido y de la gestión de pedidos de tienda y de almacenes, favoreciendo que el *stock* se ajuste al máximo a la demanda.

## Mark-down

Entre las acciones que se llevan a cabo en supermercado, para reducir el desperdicio alimentario, la más destacada es el mark-down, es decir, la venta con descuento de productos

cercanos a su fecha de caducidad. Así, se pueden encontrar productos con descuentos de hasta el 40%, para fomentar su venta antes de que caduquen.

## Programa "Too Good To Go"

Sigue vigente el sistema de *packs* Too Good To Go, que permite a la clientela 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.



## Donaciones a asociaciones solidarias

Para aquellos productos que tienen una fecha de caducidad inminente o por cualquier otro motivo no son aptos para venta, pero sí para el

consumo, se ha puesto en marcha un sistema de donaciones desde supermercado:

### Asociaciones Oreka y Phenix

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. 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.

**300,6T**  
AÑO 2024

**589,15T**  
AÑO 2025

### Bancos de Alimentos

La evolución de las donaciones diarias a los Bancos de Alimentos (un compromiso que

cumple un objetivo sostenible y solidario) se resume en la siguiente tabla:

**423T**  
AÑO 2024

**397T**  
AÑO 2025

### Programa "Último minuto"

Ha permitido donar 52.853 kg, en 2025, al Banco de Alimentos de

Gipuzkoa, directamente desde los supermercados Super Amara.

# Separación y reciclaje de residuos

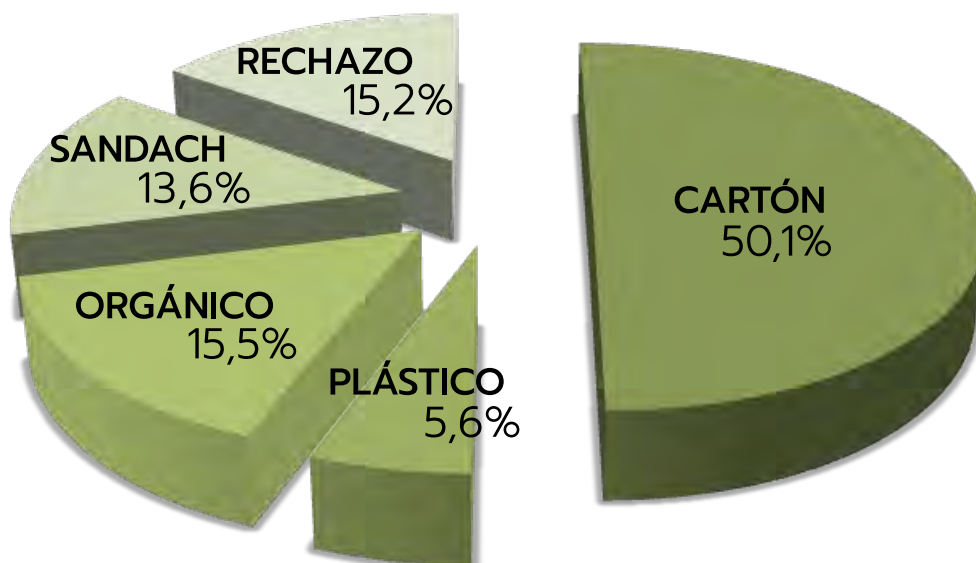
A pesar de las diferentes medidas tomadas para evitar la generación de residuos, es inevitable generar cierta cantidad. La política en Uvesco es la máxima separación para reciclar la mayor cantidad posible de fracciones, evitando así, al mínimo, el depósito en vertedero. Para ello, el primer paso es identificar todos los flujos 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: Sandach de carne; Sandach de pescado; Orgánico (frutas, hortalizas y pan, no aptos para el consumo); Plásticos y cartón; Alimentación envasada; Residuos peligrosos; Resto.

## Tasa reciclaje

En relación con la tasa de reciclaje -debido a los múltiples puntos de generación y a que las mancomunidades no proporcionan datos de las recogidas-, se llevó a cabo un proyecto de la mano del Basque Ecodesign Center, para el

cálculo de la tasa de gestión circular de Uvesco, derivando en una herramienta de medición. Los resultados del cálculo de la generación de residuos son:



**74,2%****TASA RECICLAJE AÑO 2024****78,5%****TASA RECICLAJE AÑO 2025**

## Puntos de reciclaje en supermercados

Uvesco asume un rol de liderazgo, en materia de reciclaje, facilitando a su clientela la separación de residuos, de manera adecuada. Se cuenta con puntos de reciclaje de pilas, en todos los supermercados, y con punto de recogida para luminarias, en los de mayor superficie.

En favor de la circularidad, se instalaron en dos establecimientos puntos de reciclaje para la clientela, donde pudieran depositar sus residuos de pilas, cartuchos de tóner, cápsulas de café y aceite de cocina usado. Estos contenedores están fabricados de las propias cápsulas de café, para que la clientela pueda ver la segunda vida que pueden tener los residuos. Este proyecto piloto fue reconocido como uno de los tres finalistas a nivel europeo, en los Premios Europeos de Prevención de Residuos en 2022.

Dado el éxito de la iniciativa, los puntos de recogida de cápsulas de café, fabricados a partir de estas mismas cápsulas, se han expandido a varios supermercados de Gipuzkoa y Madrid. En la actualidad, más de 60 supermercados del Grupo cuentan con estos contenedores. Gracias a estos puntos, se han recogido 10.353 kg de cápsulas de café.

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.

# Utilización de ecoenvases

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%.

Uvesco ha alcanzado la cifra de 1.773.513,642 kg de plástico reciclado puestos en el mercado.

**48,26%**  
MATERIAL RECICLADO 2024

**50,27%**  
MATERIAL RECICLADO 2025

## Ticket digital

### CLIENTES/AS APP

**393.552**

BM SUPERMERCADOS    SUPER AMARA  
**375.227**                      **18.325**

### CLIENTES/AS TICKET DIGITAL

**97.402**

BM SUPERMERCADOS    SUPER AMARA  
**90.983**                      **6.419**







# 04/2

## **NUESTRA CLIENTELA**

La calidad en la alimentación y la concienciación de la persona consumidora 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.

Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes y nuestras clientas.

Satisfacer plenamente las necesidades de alimentación del consumidor, con todas las garantías, se consigue, a través de las siguientes acciones:

Por ello, la principal responsabilidad de la empresa, que nace de su compromiso por la calidad, es trabajar por la alimentación de calidad.

## Ventajas y ahorros para la clientela

La Estrategia se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales, posteriormente, se

establecen acciones y objetivos concretos:

### 01

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

### 02

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



**03**

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

**04**

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

**05**

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

## Programas de fidelización

En la actualidad, contamos con más de 1.126.065 personas adheridas a los supermercados del Grupo y con un 86% de penetración de ventas -una de las más altas

del sector del gran consumo-, que refuerza la confianza depositada por la clientela.

**65.305**

**TARJETA SUPER AMARA**

**1.060.760**

**CUENTA BM SUPERMERCADOS**



# Más ventajas y ahorros

## Marca BM

Seguimos impulsando la marca BM, que actualmente ya alcanza más de 1.600 referencias, representando el 16,6% de las ventas. Este impulso nos ha permitido mejorar sustancialmente nuestra propuesta comercial, mucho más competitiva y acorde al mercado.

En este último año, estamos inmersos en el desarrollo de la marca BM Selecta, que incluye productos frescos y de carne, pesca y fruta, de gran calidad a un precio muy competitivo.

**+1.600**  
REFERENCIAS

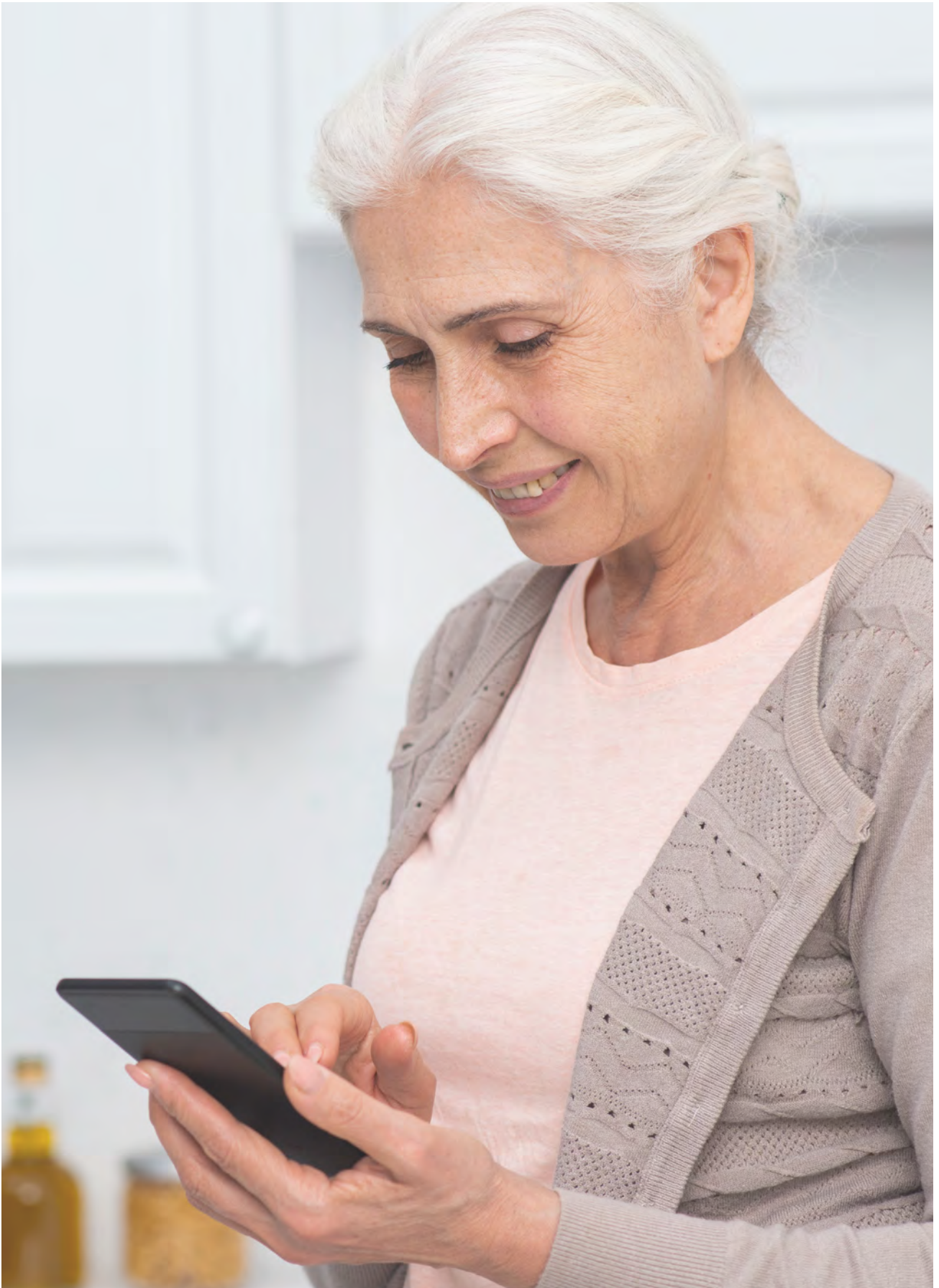
**16,6%**  
PORCENTAJE VENTAS MARCA BM

## Ahorro y ventajas segmentadas

Entre las medidas para adaptarse a las necesidades de la clientela, caben destacar las ofertas de precio, así como la inversión en vales descuento, para ayudar a rebajar el precio de la cesta, donde destacan los

descuentos semanales del 30%, en una selección de productos frescos y cupones personalizados.





# Servicio de atención a la clientela

La comunicación con la clientela juega un papel vital en la labor de Uvesco, ya que permite conocer de primera mano cuáles son

las necesidades y las inquietudes de los/as consumidores/as.

## Nueva herramienta

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.

## Servicio TeleBM

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, que derivaron en 2.288 pedidos de compra.

**5.222**  
LLAMADAS

**2.288**  
PEDIDOS DE COMPRA





# 04/3

## NUESTRA PLANTILLA

El propósito de Grupo Uvesco es "Nutrir el bienestar de nuestro entorno" y el objetivo, en relación con el equipo, es contar con un grupo de profesionales cohesionado y motivado.

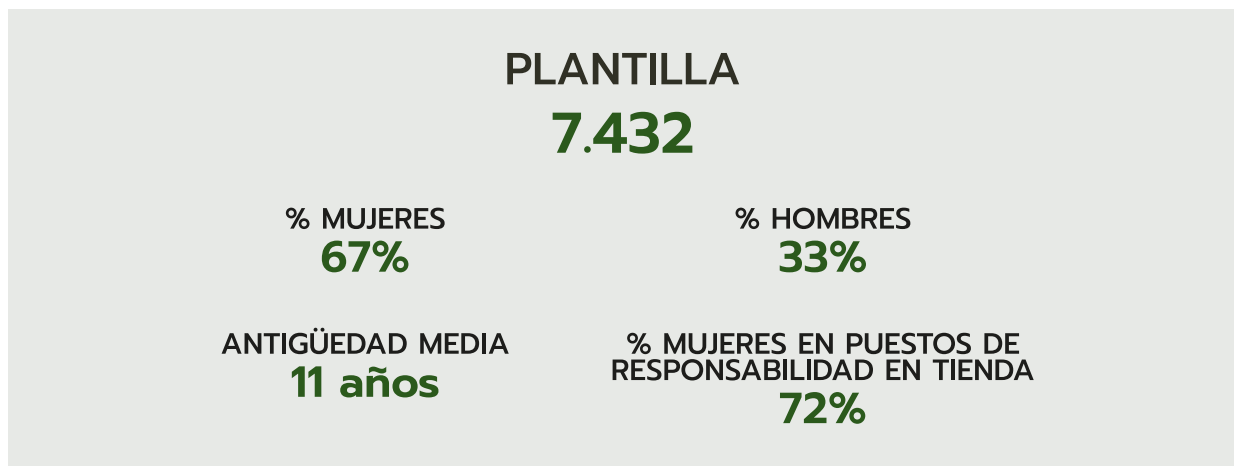
El propósito de Grupo Uvesco es «Nutrir el bienestar de nuestro entorno» y el objetivo, en relación con el equipo, es contar con un grupo de profesionales cohesionado y motivado. Para ello, fomenta el reconocimiento, la

colaboración y el bienestar del equipo. En este sentido, lleva a cabo esfuerzos sistemáticos para incrementar los niveles de bienestar de la plantilla en todas sus dimensiones: física, mental, relacional y económica.

## Estabilidad en los puestos de trabajo

Contamos con una plantilla de 7.432 personas (a cierre de ejercicio 2025) y tenemos el compromiso de 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.





# Igualdad de género

La igualdad de oportunidades y el talento, independientemente del género, están presentes en todos los procesos de desarrollo profesional. Gracias a los programas de promoción interna de Uvesco, se ha 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 el compromiso:

**01**

**67% de mujeres en la plantilla.**

**02**

**70% de los cargos de responsabilidad ocupados por mujeres (directivas, gerentes, responsables de área, encargadas de tienda y auxiliares de encargado/a), alcanzando un 72%, en roles de tienda.**

**03**

**A finales de 2025, el 79% de los auxiliares de encargado son mujeres, lo que refuerza la perspectiva de futuro para incrementar, aún más, su presencia en roles de liderazgo.**



**70%**

MUJERES EN PUESTOS DE  
RESPONSABILIDAD

**79%**

MUJERES EN PUESTOS DE  
AUXILIARES DE ENCARGADA

## Planes de Igualdad

El 88% del personal está incluido en Planes de Igualdad, desarrollados según la normativa vigente y negociados con las RLT de cada empresa.

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 principales ejes de los planes de igualdad son:

### 01

**Sensibilización del 100% de la plantilla, en igualdad de género y prevención del acoso sexual, o por razón de sexo.**

### 02

**Implementación de protocolos, para prevenir y abordar el acoso sexual.**

### 03

**Desarrollo de un Protocolo de Actuación, frente a la Violencia de Género, con medidas informativas, laborales, económicas y formativas, para proteger y asistir a las mujeres víctimas en el ámbito laboral.**



# Diversidad y 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.

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.

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

# Seguridad, salud y bienestar

## Plan general de gestión de la prevención de riesgos laborales (PRL)

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.

Los requisitos, recursos e instrumentos esenciales están definidos en un plan general

de gestión de la prevención de riesgos laborales (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.**

## 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.

## Iniciativas del Grupo relacionadas con la salud y el bienestar

Durante el año 2025, se destacan, algunas de las 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:

## 01

Desarrollo e implantación de una nueva herramienta, para la solicitud de reconocimientos médicos *online*.

## 02

Evaluación, valoración y adecuación de puestos del personal especialmente sensible, con adaptaciones de los puestos de trabajo, cuando sea necesario.

## 03

Plataforma Uvesco ON BIENESTAR, con disponibilidad de médicos de medicina general y especialistas *online* las 24 horas del día.

## 04

Tarjeta de servicios médicos con descuentos para todas las personas y sus familiares directos en un total de 11 especialidades médicas.

## 05

Promoción de la práctica deportiva de nuestros/as profesionales, fomentando su participación en diferentes eventos deportivos como, por ejemplo, carreras de empresas.

## 06

Formación Máster "Liderando para el bienestar" para personal con equipos a su cargo.

## 07

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.

## 08

Programas específicos de acompañamiento médico y formativo a personas con problemas de salud (Contigo Mejor).

## 09

Servicio de masaje preventivo en todas las provincias, con descuentos para nuestros/as trabajadores/as.



# Formación y desarrollo de habilidades

El eje de la formación, desarrollo y promoción interna es uno de los recursos esenciales, para cumplir la misión de la organización.

La formación está presente durante toda la vida del personal en la empresa, puesto que es el medio, a través de la cual colaboramos con el desarrollo de las personas y, por tanto, en la experiencia de compra percibida por la clientela.

El esfuerzo, que dedica Grupo Uvesco a sus planes formativos -asignado, tanto a las nuevas incorporaciones, como a los equipos ya consolidados, para perfeccionar y actualizar sus conocimientos-, se refleja en la inversión que destina, año tras año. En 2025, ha sido un total de 6.797.960€ y el gasto medio por persona ha sido de 965€.

**6,8M€**  
INVERSIÓN EN  
FORMACIÓN

**965€**  
INVERSIÓN MEDIA POR  
PERSONA EN FORMACIÓN

## Promoción interna

En 2025, hemos tenido más de 232 formaciones para responsable de sección, encargado/a y segundo/a encargado/a, de los/as cuales muchos/as han sido promocionados/as a un puesto de responsabilidad. Dentro del apartado promociones internas, cobra especial relevancia el «Plan Cantera». Este es un

proyecto que 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).



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.

## Otras políticas sociales

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):

### 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€.

### Uvesco On Bienestar (bienestar físico)

Consiste en una plataforma de salud, a disposición de todos y todas sus profesionales, que nos permite contactar, a través de un chat online o vídeo 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.

## 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 71 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 para 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 él mismo. Ante esta situación, sus compañeros y compañeras 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 de Uvesco.





# 04/4

## **SOCIAL Y SOLIDARIO**

Dirigimos nuestro compromiso a participar en actividades sociales, en las que se promueva el deporte, las actividades físicas, una buena alimentación -la base de nuestra actividad- y, también, que apoye a grupos desfavorecidos, minoritarios o con dificultades, para el acceso a la alimentación.

Dirigimos nuestro compromiso a participar en actividades sociales, en las que se promueva el deporte, las actividades físicas, una buena alimentación -la base de nuestra actividad- y, también, que apoye a grupos desfavorecidos, minoritarios o

con dificultades, para el acceso a la alimentación. Asimismo, favorecemos la actividad social, a través de nuestro apoyo a clubes deportivos y asociaciones culturales.

# Impacto en la comunidad

La Estrategia se articula en torno a cinco ejes estratégicos, para cada uno de los cuales, posteriormente, se

establecen acciones y objetivos concretos:

## IMPACTO EN LA COMUNIDAD 3.300.000€

ASOCIACIONES Y  
COLECTIVOS  
700.000€

FAMILIAS  
NUMEROSAS  
1.600.000€

SOLIDARIDAD, CULTURA Y DEPORTE  
1.000.000€





# 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.

## Colaboraciones solidarias

Así, tenemos colaboraciones solidarias con: Cáritas; Gautena (Asociación Guipuzcoana de Autismo); Gero Axular Dantza Taldea, por apoyo a Síndrome de Dravet; Aspreeh (Asociación de Profesionales de la Rehabilitación de Personas con Discapacidad

Visual); Juneren Hegoa; Ikertze-Proyecto CECADI (Cursos de Capacitación Audiovisual para Personas con Diversidad Funcional); Begisare (Retinosis Gipuzkoa); Aspanogi; Ademgi (Esclerosis Múltiple); Aspace.

## Colaboraciones culturales

Así, tenemos colaboraciones con entidades y grupos culturales; Musikaste (Semana de la Música Vasca); Festival de Cine Documental Musical Dock of The Bay; Belén de Navidad de

Donostia-San Sebastián; Festival Fenomena (Hondarribia); SSGastronomika «Chef por un Día».

## Otras actividades culturales y sociales

Participación en otras muy diversas actividades culturales y de índole social, en las que hemos estado presentes, aportando material o productos para la celebración de los eventos

(Fiestas Semana Grande de Donostia/San Sebastián, Bilbao, San Fermín, Tamborrada Infantil de Donostia/San Sebastián...).

# Patrocinios y grupos 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.

## Clubes deportivos

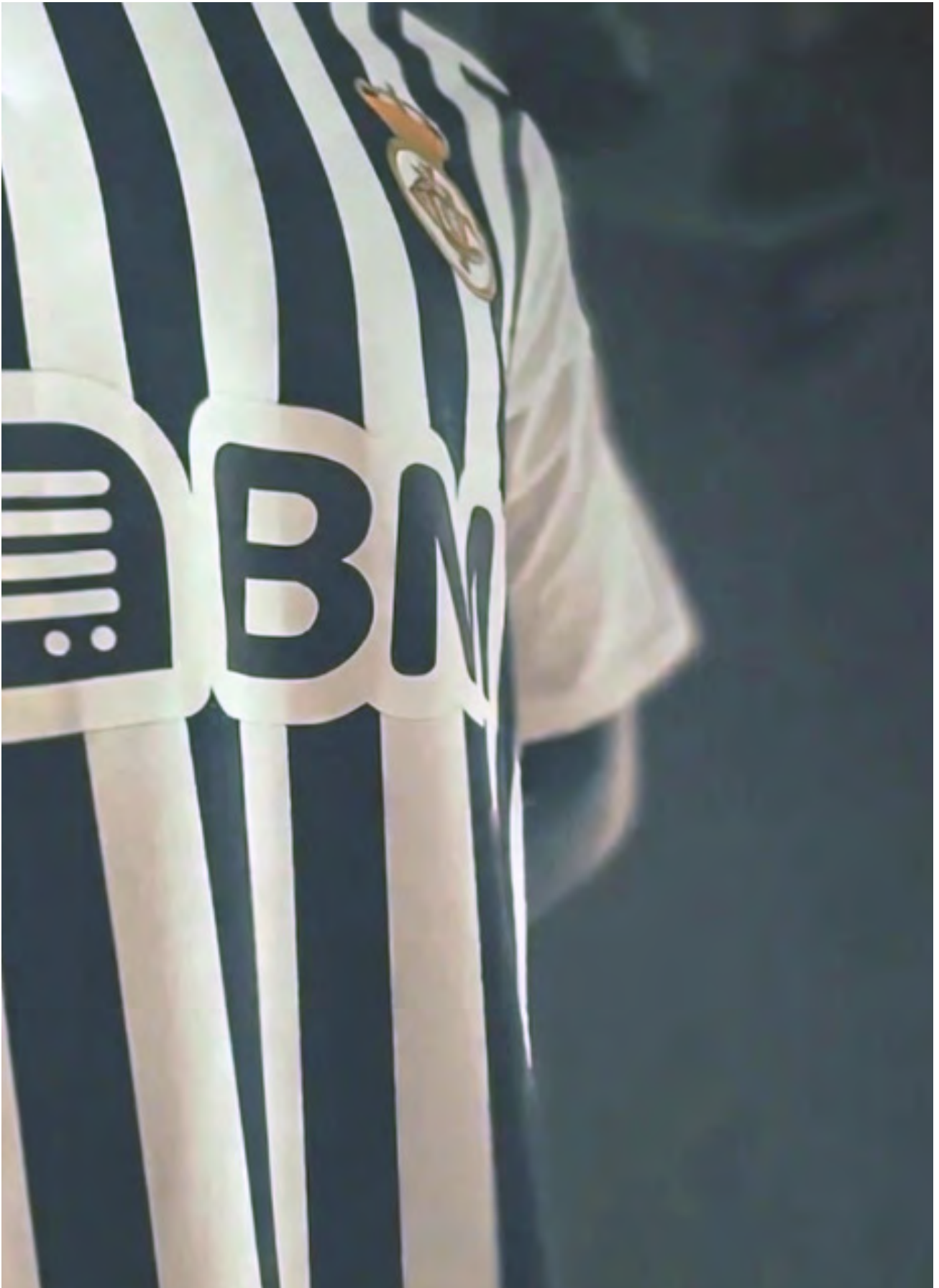
Real Sociedad de Fútbol, S.A.D.  
Real Unión Club de Irun, S.A.D.  
Liga ACT Eusko Label  
Hondarribia Arraun Elkartea  
BM Bilbao Santutxu Femenino

Isuntza Arraun Elkartea  
Athletic Club  
Super Amara BAT  
Super Amara Bera Bera

## Programa Realzale

Además, participamos en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol, del que se han

beneficiado 6.150 clientes y clientas, en 2025.



# Deporte y hábitos saludables

Además de los acuerdos con los clubes, hemos estado presentes 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 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, aportamos bolsas de avituallamiento para las personas participantes (con barras energéticas, agua, frutas...); colocamos hinchables y arcos de meta; y producimos 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 esta manera, en 2025, se repartieron 111.000 bolsas de avituallamiento.



# Banco de Alimentos

## Entregas diarias al Banco de Alimentos

**Nuestra colaboración con los Bancos de Alimentos es un compromiso, en el que estamos volcados desde hace más de diez años, y que cumple dos grandes Objetivos de Desarrollo.**

Por un lado, un apoyo a los colectivos con dificultades para acceder a la alimentación -una responsabilidad clave y fundamental, hoy día ineludible, para el sector de la alimentación-. Y, por otro lado, este compromiso es una actuación clave en sostenibilidad y economía circular. Influye en la mejora de la alimentación de colectivos en riesgo de exclusión y en el objetivo del Grupo de reducir el desperdicio alimentario.

### Programa "Último minuto"

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.

Además de estas donaciones directas al Banco de Alimentos, el Grupo aporta un importante volumen de alimentos, desde las tiendas a diferentes asociaciones, a través del programa de reducción del desperdicio alimentario.

## Campañas de Gran Recogida

Año tras año, colaboramos en las campañas de Gran Recogida, que organizan los Bancos de Alimentos, a través de la cesión de los espacios de nuestros supermercados, en todas las zonas -reforzando nuestro apoyo a este colectivo-. En ellas, las personas consumidoras realizan donativos económicos y aportaciones de producto.

En estas campañas, Grupo Uvesco cede el espacio de las tiendas, la logística de la recaudación y, además, se compromete a

aportar un 7% en producto de las aportaciones de la clientela. En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2025, se han recibido 587.489 euros y 396.563 toneladas, aportados por la ciudadanía, que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

**397T**

**DONACIONES DIRECTAS AL  
BANCO DE ALIMENTOS**

**396T**

**DONACIONES INDIRECTAS EN LA  
GRAN RECOGIDA DE ALIMENTOS**







# 04/5

## PRODUCTO LOCAL

El compromiso de Grupo Uvesco por el producto fresco de la máxima calidad le ha llevado a desarrollar alianzas y acuerdos con más de 400 productores/as de su entorno, que distribuyen sus productos en los establecimientos próximos.

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/as y

agentes del entorno. Además, esta relación debe ser sostenible y justa, a lo largo de todo su proceso comercial.



# Objetivos ODS de Naciones Unidas

A través de esta apuesta por el producto local, se cumple con tres objetivos fundamentales,

relacionados con la sostenibilidad y enmarcados en los ODS de Naciones Unidas:

**01**

**Garantizar alimentos de calidad y fomentar hábitos saludables entre la ciudadanía, con la seguridad de ofrecer productos de primera categoría.**

**02**

**Fomentar la economía local y hacerlo, además, con una relación justa y que permita un desarrollo sostenible del sector primario.**

**03**

**Reducir el impacto negativo en el medio ambiente, eliminando procesos de manipulado, envasado y transporte de los productos frescos.**

# Compras a proveedores/as locales

El compromiso de Grupo Uvesco por el producto fresco de la máxima calidad le ha llevado a desarrollar alianzas y acuerdos con productores/as 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.

**El Grupo cuenta con acuerdos directos, con más de 400 pequeños/as agricultores/as, ganaderos/as y elaboradores/as (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 a la clientela productos de Km 0 de calidad, máxima frescura e inmediatez en el servicio.

**El 40% de nuestros proveedores/as locales llevan más de 20 años trabajando con Uvesco.**

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/as 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.

## Alianzas y acuerdos

El Grupo Uvesco cuenta con los siguientes acuerdos, con pequeños/as

agricultores/as, ganaderos/as, elaboradores/as y pescadores/as:

### **COFRADÍA DE PESCADORES Y PESCADORAS DE ONDARROA**

Para la comercialización de la merluza de anzuelo.

### **ASOCIACIÓN DE GANADEROS Y GANADERAS LARSABI**

Para comercializar cordero de oveja latxa.

### **FEDERACIÓN DE PRODUCTORES Y PRODUCTORAS 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(AS) DE SAN PEDRO, DE HONDARRIBIA**

Para la comercialización, en exclusiva, de merluza de anzuelo y pescadilla.

### **D.O. IDIAZABAL, D.O. RONCAL Y MENDIKO GAZTA DE IDIAZABAL**

Como apoyo al sector primario del queso, para la promoción de surtido de Denominación de Origen, que ofrece una calidad garantizada.

### **COFRADÍA DE PESCADORES Y PESCADORAS DE SANTOÑA Y DE LAREDO**

Para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.

### **AGRICULTORES Y AGRICULTORAS VILLA DE PRADO DE MADRID**

Para la venta directa de verdura a los supermercados.



## Relación diaria con los principales puertos del Cantábrico

Además, mantiene una relación diaria con los principales puertos del Cantábrico: Hondarribia, Ondarroa, Bermeo, Santander, Santoña, Laredo, Castro Urdiales y San Vicente de la Barquera.

Esto contribuye a promover la actividad económica de estas lonjas locales y garantiza un producto de primera calidad, en las pescaderías de todos los establecimientos.

## Compromiso "Nirea"

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.

## Servicio directo de verdura fresca de temporada de Madrid

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.

## Acciones de refuerzo del apoyo a proveedores y proveedoras locales

### 01

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-.

### 02

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

### 03

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

### 04

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

### 05

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 D.O. de Madrid, y promoción de Vinos de la Rioja Alavesa.

### 06

Celebración del Foro BM en San Sebastián, reuniendo a más de 150 proveedores/as locales, para compartir y poner en común inquietudes y retos del sector.



Ctra. Irun a Oiartzun, s/n  
Polígono Bidaurre Ureder (B.º Ventas)

20305 IRUN (Gipuzkoa)  
Teléfono: (+34) 943 668 000

Polígono Industrial Barros  
Parcela 23

39400 LOS CORRALES DE BUELNA (Cantabria)  
Teléfono: (+34) 942 848 120