



# 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.