



**Uvesco
en sociedad**

2022





Índice

1	CARTA DE NUESTRO PRESIDENTE	04
2	RESUMEN DEL AÑO 2022	08
	Uvesco dinamizador y motor económico	09
	La apuesta por el crecimiento	12
	Tiendas sostenibles y eficientes	14
	Impulso a personas emprendedoras	16
3	MODELO UVESCO	18
	Uvesco generador de riqueza y valor en su entorno	19
	ADN de Uvesco	22
	Valores	25
	Impacto económico	27
	Impacto en desafíos globales	28
4	NUESTRO IMPACTO	32
	4.1 RESPONSABILIDAD CON LAS PERSONAS	34
	Beneficios para la clientela	34
	Servicio telefónico para mayores	38
	Consolidación del <i>e-commerce</i>	40
	4.2 UVESCO SOCIAL Y SOLIDARIO	42
	Nuestro impacto en el tejido social y cultural	42
	Activando el tejido asociativo de la comunidad	46
	Ahorro en alimentación	48
	Acciones solidarias	51
	Actividades sociales y culturales	54
	Espónsor y clubes deportivos	60
	Actividades deportivas y hábitos saludables	62



4.3 EQUIPO UVESCO

Nuestro impacto en el bienestar de nuestros y nuestras profesionales	66
Información y comunicación	68
Conciliación trabajo-vida privada	70
Estabilidad en los puestos de empleo	72
Formación y desarrollo de habilidades	74
Desarrollo de carrera. Plan cantera	80
Cultura de integración	81
Fomento de estilo de vida saludable	82

4.4 UVESCO LOCAL Y SALUDABLE

Comprometidos/as con el producto local y de temporada	84
Alianzas con el sector primario	88
Poniendo en valor las costas del Cantábrico	90
Impulso al producto local en Madrid	91
Alimentación sana y de calidad	93
Calidad y cuidado del fresco desde el origen	96
Apostando por categorías bio/eco y platos cocinados al momento	99

4.5 UVESCO SOSTENIBLE Y EFICIENTE

Plan estratégico de responsabilidad	100
La reducción de la huella de carbono: eje estratégico	103
Reparto de servicio a domicilio sostenible	106
Compensación de la huella de carbono	107
0 emisiones de CO ₂ por consumo eléctrico: reto cumplido	108
Supermercados eco-eficientes	110
Reducción del desperdicio alimentario	111
Separación y reciclaje de residuos: compromiso con la economía circular	113
Utilización de ecoenvases y apuesta por el plástico reciclado	122
Ticket digital	123

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado



Apartado 1

Carta de nuestro presidente

CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ADOPTANDO MEDIDAS, PARA SEGUIR APORTANDO VALOR AÑADIDO A NUESTRO ENTORNO

Los últimos años han puesto de manifiesto la capacidad de Grupo Uvesco de adaptarse a las circunstancias variables del mercado y de adoptar medidas, que nos permitan seguir aportando valor a nuestro entorno. Primero, enfrentándonos a una pandemia que elevó la distribución a sector esencial y, dos años después, dentro de un contexto socioeconómico de inflación, motivado por una crisis energética y de materias primas, que nos ha puesto nuevamente a prueba.

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

José Ramón Fernández de Barrena Bermejo
Presidente Grupo Uvesco



En este nuevo contexto, resulta necesario un trabajo conjunto de toda la cadena, tanto de fabricantes como distribuidores y distribuidoras, para contener las subidas de precios de la cesta de la compra que nuestros clientes y clientas están padeciendo y que, además, pone en riesgo el modelo de compra de cesta saludable, por el que siempre hemos apostado. Por ello, nos enfrentamos a un desafío clave, que es seguir ajustando nuestros márgenes, para ayudar a la contención de los precios, manteniendo nuestro compromiso por la calidad, enfocado en el producto fresco, reforzando nuestra propuesta comercial. Por una parte, apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestros empleados y empleadas, que son uno de nuestros pilares fundamentales. 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.

En este sentido, entre los diferentes acontecimientos, el año 2022 ha puesto en valor la necesidad de apostar por las fuentes renovables -algo en lo que Grupo Uvesco se adelantó, a través de la firma de la PPA (Power Purchase Agreement)-. Con ello, cumplimos un hito: el 100% de la energía eléctrica que consumimos es renovable y nos permite reforzar nuestra apuesta por la electrificación, a través de inversión en I+D+i y eficiencia energética, con furgonetas eléctricas y, recientemente, con la puesta a prueba de camiones eléctricos e híbridos, para el

reparto desde nuestros almacenes. La reducción de nuestra huella de carbono es otro de los retos, en el que damos importantes pasos, año tras año. El último, nuestra participación en el Fondo Voluntario de Carbono, compensando un 5% de nuestras emisiones.

Asimismo, ha sido un año clave en el avance de alianzas con grupos de trabajo y de desarrollo sostenible, que nos abre un camino para generar sinergias y reforzar nuestras acciones, trabajando en la búsqueda de nuevos materiales para los envases. Tenemos un gran camino por recorrer, pero también sabemos que tenemos mucho que ofrecer y, por ello, vamos a seguir trabajando y avanzando, en el desarrollo sostenible de nuestro modelo de supermercado.

Es un camino –el de la responsabilidad–, que cuenta ya con la confianza de 800.000 clientes y clientas, que nos empujan a continuar con el compromiso hacia nuestro modelo, y con un equipo de 6.000 personas trabajadoras, que reflejan nuestra apuesta por el empleo de calidad. Y debemos seguir mirando al futuro con responsabilidad y con la voluntad de seguir aprendiendo, mejorando y creciendo, ante aquellos retos que nos plantea el mercado, tal y como lo hemos estado haciendo, durante toda nuestra trayectoria.

1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado



Apartado 2

Resumen del año 2022

UVESCO DINAMIZADOR Y MOTOR ECONÓMICO

POTENCIANDO APERTURAS,
REFORMANDO Y AMPLIANDO
TIENDAS E IMPULSANDO EL MODELO
FRANQUICIADO

En el año 2022, el sector de la distribución ha estado marcado por la crisis energética y de suministros y la guerra de Ucrania, que han impactado, directamente, en el consumo y nos han dibujado un escenario, en el que abordar los planes de crecimiento, con cautela y con la vista puesta en los acontecimientos y los cambios sociopolíticos.

1

Carta de
nuestro
presidente

2

Resumen
del año
2022

3

Modelo
Uvesco

4

Impacto
generado

A pesar de ello, en Grupo Uvesco, hemos cumplido nuestras previsiones, en sintonía con nuestro objetivo por generar valor y empleo en nuestro entorno, y defendiendo nuestro modelo de supermercados, que nos ha permitido crecer y mantenernos, entre las empresas de distribución líderes, adaptándonos al contexto socioeconómico que nos acompaña. Al principio, avanzando en los primeros años de andadura (años 90), a contracorriente de las tendencias del mercado -que apuntaban a formatos de hipermercado- y, en los últimos años, dando un servicio, a la altura de las circunstancias y necesidades impuestas por la pandemia.

fundamental para seguir siendo motor económico y generador de empleo; en segundo lugar, mejorando los espacios consolidados desde el punto de vista de la sostenibilidad, con supermercados energéticamente sostenibles, con garantía en materia de seguridad y con una mayor especialización del producto fresco; y, en tercer lugar, potenciando nuestro modelo de franquicia, con el que somos supermercado de referencia, en poblaciones de menor tamaño, barrios y espacios donde no tienen cabida otro tipo de formatos.

En este contexto, hemos desarrollado un plan, basado en tres ejes prioritarios: en primer lugar, a través de las aperturas previstas,

TRES EJES PRIORITARIOS



APERTURAS
Potenciación de aperturas



REFORMAS
Reformas de tiendas; mayor eficiencia y sostenibilidad



FRANQUICIAS
Avance en el modelo de franquiciado

UVESCO EN CIFRAS

TIENDAS PROPIAS
265

DESPLAZAMIENTOS
SOSTENIBLES
28%

FACTURACIÓN
986M€

EMPLEADOS/AS
5.941

INVERSIÓN
36M€

SALARIOS Y BENEFICIOS
SOCIALES
192,5M€

PROVEEDORES/AS
LOCALES
243M€

INVERSIÓN EN
FORMACIÓN
4,8M€

BANCOS DE
ALIMENTOS
566T

AHORRO
EMPLEADOS/AS
1,3M€

TASA DE RECICLAJE
(PLANTAS IRUN)
95%

PUESTOS
ENCARGADAS
61%

PLÁSTICO RECICLADO
EN ENVASES
50%

DESCUENTOS, VALES
Y BONOS
23M€

AHORRO
ENERGÉTICO
147.575KWh

BENEFICIO FAMILIAS
NUMEROSAS
1,6M€



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

La apuesta por el crecimiento

7 NUEVOS ESTABLECIMIENTOS

En cuanto a aperturas, en el año 2022, hemos avanzado en el plan de expansión en la Comunidad de Madrid y zona centro, donde llegamos, en 2016, para desarrollar el modelo BM Supermercados, y donde contamos ya con 44 supermercados propios -dos, en Ávila y uno, en Guadalajara- y un supermercado en formato franquicia. Así, con cuatro nuevas aperturas, hemos logrado situarnos **entre los diez primeros operadores de distribución de Madrid**, en superficie, logrando un nuevo hito en nuestra trayectoria, en tan solo siete años.

Asimismo, nuestra trayectoria en la zona centro de la península nos ha llevado a dar un paso decisivo, con la **puesta en marcha de una nueva plataforma logística, ubicada en Arroyomolino, que nos permite optimizar**

desplazamientos y reducir emisiones CO₂, siendo más sostenibles y eficientes, y, al mismo tiempo, favorecer el crecimiento en esta comunidad, en los próximos años. El nuevo centro logístico, operado por Salvesen Logística y que cuenta con 23.000 metros cuadrados, refuerza nuestra red logística, formada por cuatro plataformas propias en Cantabria y Gipuzkoa, con un total de 63.000 metros cuadrados.

El plan de expansión también ha contemplado aperturas en Cantabria, Bizkaia y Gipuzkoa, y junto a las reformas en quince de nuestras tiendas más veteranas, nos permite reforzar y mantener nuestro **liderazgo en la zona norte de la península**, donde tenemos nuestro origen.

7 NUEVOS ESTABLECIMIENTOS

- 4 - COMUNIDAD DE MADRID
- 1 - CANTABRIA
- 1 - GIPUZKOA
- 1 - BIZKAIA

265 SUPERMERCADOS PROPIOS 198.246 M²

- BIZKAIA: 101 supermercados, 66.042 m²
- GIPUZKOA: 55 supermercados, 40.516 m²
- ÁLAVA: 9 supermercados, 8.108 m²
- NAVARRA: 24 supermercados, 22.760 m²
- CANTABRIA: 26 supermercados, 18.084 m²
- LA RIOJA: 6 supermercados, 6.210 m²
- MADRID: 41 supermercados, 34.402 m²
- ÁVILA: 2 supermercados, 1.374 m²
- GUADALAJARA: 1 supermercado, 750 m²



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Tiendas sostenibles y eficientes

15 REFORMAS Y AMPLIACIONES

En cuanto a la inversión en reformas y mejoras de tiendas, es una constante en los planes de inversión de Grupo Uvesco, con el **objetivo de contar siempre con supermercados actualizados, con las últimas innovaciones y ofrecer la mejor experiencia de compra.**

En este ámbito, en 2022, hemos llevado a cabo

reformas profundas, en un total de quince supermercados -desde actuaciones de renovación con la tienda abierta, hasta una reapertura total de tienda-. Estas reformas han consistido en cambios de mobiliario, para facilitar pasillos más amplios y el aprovechamiento del espacio para

Reformas y ampliaciones en 15 tiendas



optimizar el surtido; colocación de nuevas cámaras frigoríficas; cambio de luminarias y la reordenación de mostradores y secciones de frescos, para dotar de una mayor presencia a las exposiciones de producto. Estas actuaciones han permitido, además, la

introducción de criterios de ahorro energético, con nuevas luminarias que mejoran la eficiencia y contribuyen al cuidado del medio ambiente (uno de los objetivos sostenibles marcados en nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad).

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

País Vasco, Cantabria (reapertura en Laredo), Madrid



Impulso a personas emprendedoras

19 FRANQUICIAS - 5.173 M²

El formato de franquicia, junto con la apertura de tiendas propias, forma parte de nuestro plan de expansión y desarrollo, con un impacto positivo, en el desarrollo económico y la generación de valor en las poblaciones donde se encuentran. Al mismo tiempo, esta vía de desarrollo, que pusimos en marcha en 2016, contribuye a la generación de empleo -uno de los compromisos de Grupo Uvesco, que cumplimos, no solo a través de empleos directos, sino también con la apuesta por la fórmula de franquiciado-.

Esta fórmula ofrece una oportunidad de abrir un supermercado rentable y con opciones de futuro a personas emprendedoras, que quieren sumarse al modelo BM, con un desarrollo profesional en poblaciones de pequeño tamaño.

El/la franquiciado/a cuenta con nuestro apoyo: desde asesoramiento financiero, hasta el plan de viabilidad y seguros; surtido y servicio logístico; apoyo y formación del personal, para las personas empleadas del Grupo... Todo ello beneficia tanto al emprendedor, que muestra su satisfacción por pertenecer a Uvesco, como al mantenimiento del modelo BM, a través de estas tiendas. De esta forma, BM Shop replica el formato de BM Supermercados, en cuanto al compromiso con el producto de calidad y surtido, a la vez que refuerza nuestra apuesta por la alimentación saludable.

Contamos con 19 franquiciados/as repartidos/as en nuestro ámbito de actuación, y como novedad este año, hemos dado el salto a la Comunidad de Madrid, con la primera franquicia BM Shop y con el objetivo de seguir ahondando en esta vía de negocio.

F R A N Q U I C I A



Nuestro modelo de franquicia

Asesoramiento financiero;
Surtido y servicio logístico de Grupo Uvesco;

Apoyo y formación del personal, para las personas empleadas del Grupo...



SER DUEÑO
DE TU NEGOCIO
Y, A LA VEZ, PARTE
DE UN GRAN
EQUIPO

1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado



Apartado 3

Modelo Uvesco

UVESCO GENERADOR DE RIQUEZA Y VALOR EN SU ENTORNO

NUESTRA MISIÓN: OFRECER UN SERVICIO DE CALIDAD

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

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

La ubicación estratégica de los supermercados, en zonas residenciales y espacios de fácil accesibilidad para los consumidores y consumidoras, es clave para la consecución de este objetivo, ya que permite un trato cercano y directo entre las personas y agentes que participan en la actividad comercial. De una parte, la proximidad de las viviendas le permite

establecer una relación muy estrecha con la clientela, con visitas frecuentes a los establecimientos; y, de otra parte, el modelo enfocado en el producto local y de Km0 permite también a los/as proveedores/as, en muchos casos, un contacto directo con el punto de venta, sin necesidad de transportes intermedios.



Ubicación estratégica en zonas residenciales y espacios de fácil accesibilidad para los consumidores y consumidoras



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

ADN DE UVESCO PRINCIPIOS QUE NOS AYUDAN A CRECER

Nuestra actividad y desarrollo tiene como motor una estrategia comercial muy clara, que dio lugar a la formación de Grupo Uvesco en 1993, fruto de la unión de dos empresas de distribución veteranas. En ese momento, la experiencia y los puntos en común de las dos partes fundadoras permitieron marcar nuestras señas de identidad y los pilares del grupo e iniciar una etapa con una estrategia definida y con una proyección de crecimiento, basada en el desarrollo sostenible, la calidad, el servicio y con una fuerte implantación del producto fresco y local -que hoy día sigue marcando nuestra actividad-.

Al mismo tiempo, manteniendo nuestros pilares como punto de referencia, nuestros planes de crecimiento han estado muy enfocados hacia nuestra clientela, lo que nos ha permitido adaptarnos a las circunstancias del mercado -muy cambiantes e inciertas sobre todo en estos últimos años-, que nos han llevado a integrar la adaptación en nuestra estrategia, como motor de tracción para avanzar. Nuestra constancia y compromiso con nuestro origen y pilares ha sido clave en nuestra trayectoria y el crecimiento de nuestros supermercados, representados en las enseñas BM Supermercados y Super Amara.



PILARES MODELO UVESCO (BM/SUPER AMARA)

Relación de confianza y seguridad

Generar una relación de confianza y de seguridad con las personas consumidoras, mediante la oferta de productos de calidad, surtido amplio y descuentos a medida.

Priorización del servicio excelente

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

Apoyo a la comunidad

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

Fomento de la alimentación saludable

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

Compromiso con la formación

Compromiso con la formación, el desarrollo del talento y el reconocimiento de las personas trabajadoras, para garantizar el empleo de calidad.

Contribución al desarrollo sostenible

Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad, a través de la gestión logística y comercial responsable y respetuosa con el entorno.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Esta apuesta nos ha permitido un crecimiento constante -haciendo frente a las adversidades del mercado y del sector- y ha demostrado que contamos con un modelo sostenible y fiable. Esto se demostró durante la crisis provocada por la COVID-19, donde el sector de la distribución se convirtió en protagonista y en el que realizamos un esfuerzo extraordinario, demostrando que nuestro modelo puede contar con la confianza de los/as clientes/as, en las situaciones más adversas.

Además, para la gestión eficiente de la actividad comercial, resulta fundamental que estos pilares sean compartidos por las personas que forman parte del grupo. Todos/as los/as profesionales de las diferentes áreas de Grupo Uvesco son personas comprometidas que tienen una misma vocación -orientada al servicio a la clientela- y que ponen en práctica los pilares de la empresa, para conseguir el mismo objetivo común: ofrecer un servicio de calidad y la mejor experiencia de compra, basada en los mismos pilares y criterios comerciales.

Solo a través de la visión compartida de nuestros principios, es posible realizar una gestión eficiente y con resultados positivos, en el balance general de la empresa. Esta visión hace que la actividad de Uvesco, desde las diferentes áreas, tenga un sentido único y que, por tanto, se generen diferentes impactos positivos y de calidad en la sociedad.



VALORES

COMPROMETIDOS/AS CON UNA SOCIEDAD SALUDABLE, SOLIDARIA Y PRÓSPERA

Nuestra actividad se desarrolla en base a seis áreas de actuación concretas, que marcan nuestra gestión y relación

con los/as agentes que forman parte de nuestra cadena de valor y con nuestro entorno.

Alianzas con el sector primario

Con un modelo de supermercado, basado en el refuerzo de los productos Km0 y en la creación de alianzas con el sector primario, que posibilitan un desarrollo sostenible de la actividad comercial.

Cercanía con la comunidad

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

Capacidad de elección

Apuesta por la capacidad de elección de la clientela, a través del surtido de 15.000 referencias de primeras marcas, la variedad de ofertas, descuentos y ventajas -con el fin de reducir el gasto de la compra y donde la persona consumidora es la protagonista-.

Calidad de empleo

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

Bienestar y salud de las personas

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

Innovación y tecnología

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

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

Grupo Uvesco es un agente generador de riqueza y valor en su entorno y esto es posible gracias a su relación e interacción con otros/as agentes que forman parte del sector de la distribución y que también entran en juego en la actividad comercial. La correcta relación y comunicación entre los/as agentes es necesaria y útil para que lograr una actividad comercial de éxito. En esta relación, Grupo Uvesco debe canalizar y coordinar su cadena de valor, siendo motor económico.

GRUPOS DE INTERÉS UVESCO

EXTERNOS

Proveedores/as, acreedores/as, consumidores/as y la comunidad.

INTERNOS

Gobierno de la empresa y empleados.

Resulta fundamental una correcta gestión, para mantener la cadena de valor y para que todos los grupos de interés tengan un beneficio y, por lo tanto, se generen impactos positivos en la comunidad y en el entorno. En los grupos de interés externos, se encuentran los/as proveedores/as y acreedores/as del sector de distribución con los que se relaciona y que proveen los productos y alimentos de los establecimientos; de otra parte, la clientela, que son las personas destinatarias de la actividad comercial; y, por último, los/as empleados/as y los/as agentes sociales, con los que Uvesco tiene una relación directa y estrecha y con los que impacta positivamente en la calidad de vida y bienestar de la sociedad. En definitiva, su correcta gestión con los grupos de interés le permiten el desarrollo de su actividad de forma equilibrada, sostenible, justa y con impactos socioeconómicos.



IMPACTO ECONÓMICO

VALOR GENERADO EN NUESTRO ENTORNO

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

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

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

VALOR DISTRIBUIDO

SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES

192,5M€

COMPRAS A PROVEEDORES/AS LOCALES

243M€

INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

3,5M€

INVERSIONES

PROYECTOS DE EXPANSIÓN E I+D+i

36M€

IMPUESTOS

PAGOS A LAS ADMINISTRACIONES

106,6M€

IMPACTO EN DESAFÍOS GLOBALES COMPARTIMOS OBJETIVOS

Los impactos de la actividad de Grupo Uvesco en su entorno se encuentran enmarcados en la Estrategia de Responsabilidad Social. Una estrategia, desarrollada con el fin de tomar conciencia de su compromiso y su papel como agente social, e implementar esta reflexión, de forma interna, entre los/as agentes y personas que forman parte del Grupo.

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



SUPER AMARA



En esta reflexión, hemos detectado **nueve objetivos de desarrollo (ODS)** en los que nuestra actividad tiene un impacto mayor. En cada uno de estos objetivos, se han identificado aquellas metas, en las que se centra la estrategia de Responsabilidad Social de Uvesco, a través de acciones concretas que llevamos a cabo desde las diferentes áreas y ámbitos del grupo. Un compromiso necesario, para que, de la

mano de administraciones públicas y entidades sociales, podamos contribuir a construir una sociedad más sostenible y justa.

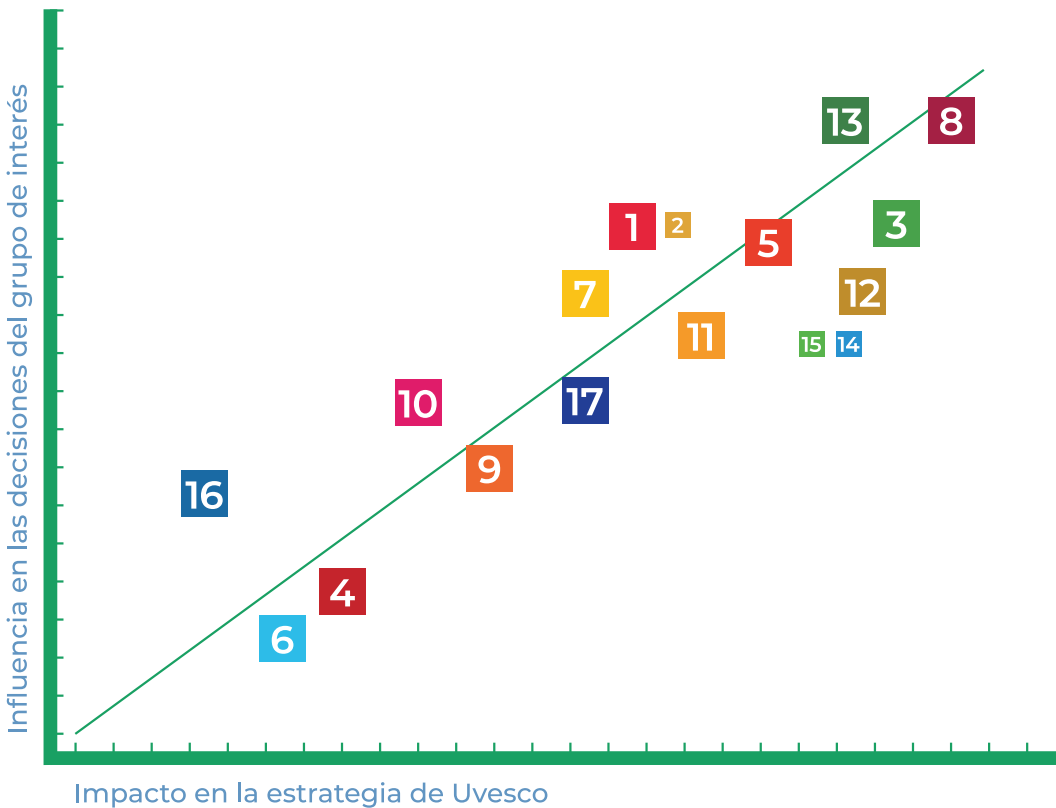
1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Impacto sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por Naciones Unidas



Principales áreas de actuación en las que Grupo Uvesco genera impacto



- Donación a bancos de alimentos.
- Donativos a ONGs: Teléfono de la Esperanza, Aspanovas.
- Colaboración con campañas de sensibilización de ONGs: Unicef, Cáritas...
- Ahorro para familias numerosas.
- Proyecto integración sociolaboral, en el sector agroalimentario.



- Ahorro para personas celíacas.
- Servicio de atención telefónico para personas mayores.
- Beneficios sociales a empleados/as.
- Aportación económica a la lucha contra el cáncer a través de AECC.
- Programa "Elige Cuidarte" para el cuidado de la alimentación.



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



- Energía eléctrica 100% renovable.
- Eficiencia energética en tiendas, oficinas y logística.
- 5% de compensación al Fondo Voluntario de Carbono.
- 28% de desplazamientos sostenibles.



- Descuento para empleados/as.
- Impulso a compra local y apoyo en su desarrollo.
- Visión a largo plazo con proveedores/as y franquiciados/as.
- Inversiones I+D+i.
- Digitalización del programa de fidelización.



- Implicación con causas locales y solidarias.
- Apoyo a actividades deportivas y culturales.
- Puntos de recarga para vehículos eléctricos en los supermercados.



- Valorización de residuos.
- Envases y bolsas de plástico reciclado.
- Programa "Too Good To go".
- Programa de control de caducidades.
- Certificación Welfair / Bienestar Animal.
- Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment).



- Reducción de residuos.
- Rutas logísticas y conducción eficiente.
- 51% de la flota de camiones a vehículos Euro VI.
- Tercera estrella Lean & Green.
- Certificado Residuo Cero de AENOR en las plantas logísticas de Irun.
- Ticket digital, para reducir papel.



- Convenios con el sector primario.
- Acuerdos con colectivos culturales y deportivos.
- Colaboración el Ekogras para implantar Puntos de reciclaje en tiendas.
- Adhesión Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa (GK Recycling).

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



Apartado 4

Nuestro impacto

UVESCO RESPONSABLE CON EL TEJIDO SOCIAL Y CON EL DESARROLLO ECONÓMICO DE NUESTRO ENTORNO

Asumimos nuestra responsabilidad, favoreciendo el tejido social y el desarrollo económico de nuestro entorno, de forma respetuosa. Por una parte, apostando por empleos de calidad y por la formación de nuestros 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.

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

Apartado 4.1

Responsabilidad con las personas



BENEFICIOS PARA LA CLIENTELA PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

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 clientas. Para ello, desarrollamos una actividad, basada en los pilares y valores del Grupo, que se refuerza con una **intensa actividad comercial, orientada a ofrecer los mayores beneficios económicos, ventajas comerciales y ahorros para nuestros clientes y clientas.**

Ponemos así a disposición de nuestra clientela un abanico de medidas de ahorro, al que pueden acceder a través de los programas de fidelización de sus dos enseñas, Super Amara y BM Supermercados. Se trata de programas, con más de veinte años de funcionamiento, que ponen el foco en cada cliente/a, con

numerosas ventajas y con un impacto en la comunidad, que, año tras año, y de la mano de nuestro plan de expansión, va creciendo.

En la actualidad, contamos con más de 800.000 clientes/as adheridos/as a los supermercados del Grupo y con un 84% de penetración de ventas -una de las más altas del sector del gran consumo-, que refuerza la confianza depositada por la clientela. Uvesco, de esta forma, cumple el objetivo de poner al alcance de los consumidores y consumidoras un surtido de gran calidad y de productos frescos muy amplio. Además, para facilitar su acceso, revierte en sus clientes/as diferentes beneficios económicos, descuentos y un ahorro en sus compras.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

CLIENTES/AS ADHERIDOS/AS **860.000**
Venta cliente/a fidelizado/a **84%**

CUENTA BM
797.620 clientes/as
TARJETA SUPER AMARA
63.193 clientes/as

Más ventajas y ahorros ligados al programa de cliente/a

En los últimos años, esta actividad promocional se ha incrementado. Primero, por efecto de la crisis sanitaria; y, a partir de 2021, por la crisis de suministros y materias primas,

que nos ha llevado a incrementar un 20% las acciones de ahorro para nuestra clientela, con el fin de facilitar el acceso a la alimentación de calidad.

TOTAL BENEFICIO ECONÓMICO A FAMILIAS
(descuentos, vales y bonos)
23.000.000€

Ahorros y ventajas específicas y dirigidas

En los últimos años, este programa está ampliando sus ventajas, con una especialización de las ofertas -para dirigirlas, de forma segmentada y adecuadas a las necesidades de cada consumidor y consumidora- y un mayor número de descuentos, especialmente centrados en las secciones de frescos, donde se refuerzan las ofertas de forma

periódica con descuentos directos en las compras. Al mismo tiempo, se facilita el acceso a los descuentos, a través de la aplicación móvil de la cuenta de cliente/a. Las ventajas que ofrece refuerzan, aún más, el modelo de supermercado y permite que los clientes y clientas tengan un alto grado de fidelización en sus compras.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

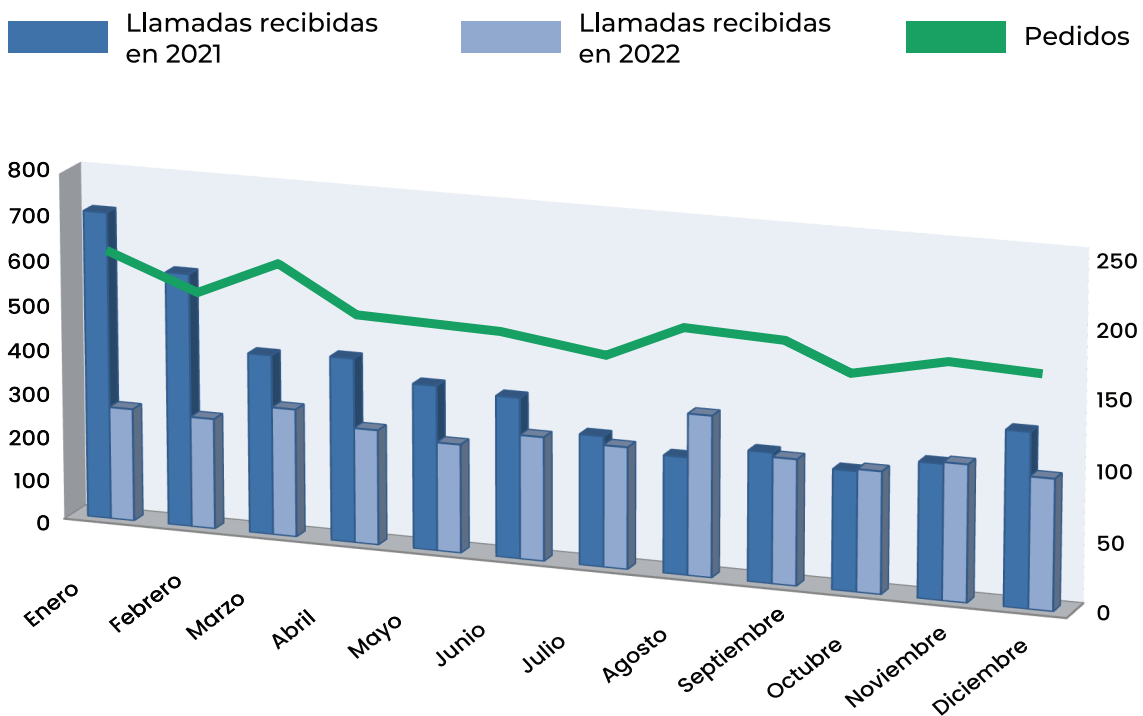
3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

SERVICIO TELEFÓNICO PARA MAYORES PARA FAVORECER Y FACILITAR EL ACCESO A LA COMPRA DE LAS PERSONAS MAYORES

Para favorecer y facilitar el acceso a la compra de las personas mayores, contamos con un **servicio telefónico de compra**, que, a través del teléfono de atención al cliente, ofrece ayuda a estas personas con dificultades para desplazarse al supermercado o acceder a la compra *online*. Este servicio fue esencial durante el confinamiento de 2020.

Cuenta con una media de 400 pedidos al mes y con un alto nivel de fidelización, siendo personas de más de 65 años las que utilizan este teléfono de forma habitual, para hacer sus compras. En cuanto al tipo de compra, tiene un gran peso el producto fresco, que, al igual que en el caso del pedido *online*, se prepara al gusto de cada cliente y clientea.



900 555 300 📞



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

CONSOLIDACIÓN DEL E-COMMERCE PILAR DE NUESTRA ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN

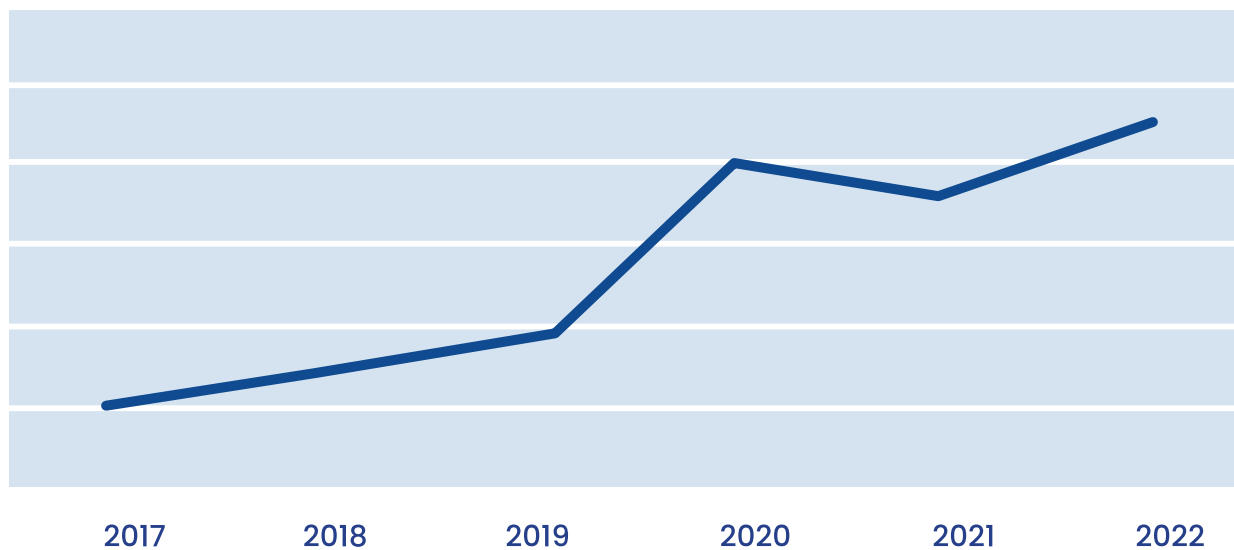
El compromiso por el desarrollo del *e-commerce* -pilar de nuestra estrategia de digitalización, y el desarrollo experimentado, especialmente a partir el año 2020- nos permite contar con un servicio consolidado, que cumple con los mismos estándares de calidad que la tienda física y pone el foco en el producto fresco. En nuestra estrategia de desarrollo y crecimiento económico, es fundamental. De esta forma, se encuentra dentro de nuestro plan estratégico de responsabilidad, como un eje más generador de valor y crecimiento en el entorno.

Con un 30% de producto fresco en los pedidos, la herramienta digital fortalece el modelo de supermercado de Uvesco.

Además, el desarrollo del *e-commerce* da respuesta a la demanda de una persona consumidora, cada vez más digital y que tiende a realizar compras *online*; favorece el desarrollo económico, a través de la potenciación de la tecnología, y, en tercer término, reduce los desplazamientos a tienda -lo que disminuye los impactos en el medio ambiente derivados del uso del vehículo particular-.

Se trata de una pieza fundamental del ecosistema digital del Grupo, donde actualmente el/la cliente/a ya puede desenvolverse y navegar de forma sencilla, a través de los entornos digitales que tiene a su disposición y que están relacionados: *la tienda online, la aplicación móvil y la página web.*

Evolución de los pedidos *online* 2017-2022





En el último año, las ventas *online* se han incrementado un 16% y hemos ampliado la zona de alcance, además de mejorar la omnicanalidad entre tienda *on* y *off*, de manera que la clientela puede aplicar los ahorros, que recibe en su aplicación móvil, en los dos canales de tienda de forma indistinta -generando, de esta forma, trazabilidad-.

Por otra parte, también se han introducido nuevas herramientas de digitalización y trazabilidad, consiguiendo un beneficio para las personas empleadas -a la hora de preparar los pedidos, en el reparto, optimizando los repartos y reduciendo desplazamientos- y para el/la cliente/a, ya que le permite ver en tiempo real el estado del pedido y hora de entrega.

online.bmsupermercados.es



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Apartado 4.2

Uvesco social y solidario



NUESTRO IMPACTO EN EL TEJIDO SOCIAL Y CULTURAL

UNO DE NUESTROS VALORES: LA PROXIMIDAD CON LOS CLIENTES Y CLIENTAS

Uno de nuestros valores es la proximidad con los clientes y clientas. Los establecimientos –en su mayoría situados en zonas residenciales– nos facilitan un trato muy cercano con la clientela (una característica que nos ha llevado, a lo largo de nuestra trayectoria, a establecer lazos con el tejido social y la comunidad donde desarrollamos nuestra actividad). Se trata de uno de los compromisos, que nos permiten impactar, directamente, en el tejido social y dar una parte de nuestro valor a la comunidad a la que pertenecemos.

De esta forma, 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. En otro orden, hemos favorecido la actividad social, a través de nuestro apoyo a clubes deportivos y asociaciones culturales. Todo ello tiene un impacto en una mejor cohesión social y en el fomento de una cultura sostenible y saludable, en la que la alimentación de calidad es un pilar fundamental.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Los años de pandemia supusieron un freno, en el desarrollo de actividades sociales en las que hemos estado presentes; pero también nos han permitido apostar por la solidaridad y enfocar nuestros esfuerzos en colectivos desfavorecidos y en nuestra colaboración con los Bancos de Alimentos (desde hace más de diez años, uno de nuestros pilares de apoyo a colectivos desfavorecidos y de sostenibilidad).

Con las acciones desarrolladas, cumplimos los objetivos de desarrollo ODS 1 y 3, que impactan en la mejora de la salud y el bienestar de la comunidad y que contribuyen a reducir la brecha de pobreza de colectivos desfavorecidos.

IMPACTO EN LA COMUNIDAD

3.512.000€

ASOCIACIONES Y COLECTIVOS

812.000€

FAMILIAS NUMEROSAS

1.590.000€

SOLIDARIDAD, CULTURA Y DEPORTE

1.109.000€

BANCOS DE ALIMENTOS

566T



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

ACTIVANDO EL TEJIDO ASOCIATIVO DE LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE NUESTROS ACUERDOS CON DIFERENTES ASOCIACIONES Y A TRAVÉS DEL AHORRO QUE OFRECEMOS EN LAS COMPRAS

Asociaciones de celíacos de nuestras zonas de implantación

Nuestro impacto en la comunidad se desarrolla a través de nuestros acuerdos con diferentes asociaciones, a los que apoyamos para el desarrollo de su actividad y, también, a través del ahorro que ofrecemos en las compras, para los socios de estas entidades.

Con ello, no solo apoyamos el mantenimiento de estos colectivos -necesarios para la estabilidad del tejido social y organizativo del entorno-, sino que fomentamos, además, el consumo de calidad y el bienestar de las personas y familias que forman parte de estos colectivos, que cuentan con ventajas en sus compras.

Entre estos acuerdos, destaca nuestra relación continuada a lo largo de los años, con las [asociaciones de celíacos de nuestras zonas de implantación](#), a quienes apoyamos, a través de beneficios que ayudan en el desarrollo de su actividad. De esta forma, impactamos en el beneficio conjunto, calidad de vida y bienestar de este colectivo. Pero lo más destacado es que, a través de este acuerdo, apoyamos a un sector cada vez más numeroso de personas intolerantes al gluten, adscritas a estas asociaciones, y que se pueden beneficiar de un descuento especial en todas sus compras de nuestros supermercados.

“OKencasa”

Asimismo, ofrecemos apoyo a “OKencasa”, un colectivo de personas que tienen a su cargo una persona dependiente, a través de ventajas en la compra, con lo que damos la

opción de ayuda a una agrupación minoritaria, que tiene dificultades para acceder a la compra diaria.

Acuerdos con colectivos sociales

De la misma manera, tenemos otros acuerdos con colectivos sociales que desarrollan actividades deportivas y

culturales en su entorno, como son [Santiagotarrak de Irun](#), [Peña Sport de Tafalla](#) y [La Marinera de Castro Urdiales](#).



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

Ventajas a clientes/as

En este apartado, nuestra actividad también tiene un impacto en otras empresas del entorno y en sus empleados y empleadas, a través de un programa de ventajas especiales a clientes/as. En concreto, colaboramos

con [Jasokunde Kooperatiba](#), [Laguntasuna Kooperatiba](#), [Volkswagen Navarra](#), [Sociedad Vascongada de Publicaciones](#), [Petronor](#), [ITP Zamudio](#), [Bridgestone](#), [Centro Comercial Zubiarte de Bilbao](#) y [Club Suscriptor DV](#).

AHORRO EN ALIMENTACIÓN

FAMILIAS NUMEROSAS, PERSONAS CON INTOLERANCIAS Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Familias numerosas

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 las familias numerosas y las personas con intolerancia al gluten. En ambos casos, desde hace ya más de diez años, desarrollamos 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 2022, un total de **16.524 familias numerosas adheridas** a este programa de descuentos consiguió un **ahorro total de 1.862.000 euros**.

FAMILIAS NUMEROSAS BENEFICIADAS	DESCUENTO	AHORRO TOTAL
16.524	5%	1.862.000€





1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Personas intolerantes al gluten

Por su parte, el programa de ahorro que beneficia a **personas intolerantes al gluten** se realiza a través del acuerdo alcanzado con las Asociaciones de Celíacos -vigente en BM Supermercados y del que forman parte un total de **2.831 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 (a pesar de tener cada vez más reconocimiento, el surtido sigue siendo menor que el de otras referencias).

PERSONAS INTOLERANTES AL GLUTEN BENEFICIADAS	DESCUENTO
2.831	5%

El 5% de descuento se aplica a todas las compras, con lo que se benefician del acceso al consumo de otros productos

-como frutas y hortalizas, que, a pesar de no ser específicas sin gluten, son base fundamental de la alimentación-

Uvesco saludable; los alimentos que mejor te sientan

En el marco del compromiso por mantener la capacidad de elección de la clientela y contar con un surtido acorde a las necesidades de la población, nuestros establecimientos cuentan con un espacio destinado a la **alimentación saludable**, donde se recogen marcas y productos especiales dirigidos a personas con diferentes tipos de intolerancias y a completar la alimentación de colectivos minoritarios. De esta forma, se incluyen más de doscientas referencias de productos específicos sin gluten -galletas, magdalenas, pan, bases de pizza, bebidas... -; pero también se cuenta con otros productos bio, eco, soja... dirigidos a clientes y clientas, que cuidan su salud y su alimentación, no necesariamente relacionados con alguna intolerancia.

Por otra parte, cada vez son más las marcas que señalizan sus artículos con el indicativo "sin gluten" y que se encuentran en otros lineales del establecimiento, con lo que se cumple con el objetivo de que todas las personas consumidoras tengan la mayor información posible, sobre los componentes de los productos. Además, junto con el producto fresco, permite a personas con intolerancias un mayor y mejor acceso a una alimentación adecuada a sus necesidades.



ACCIONES SOLIDARIAS

HEMOS ENTREGADO 566 TONELADAS AL 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. A través de esta colaboración, destinamos, desinteresadamente, un volumen diario de productos, que nos ha llevado a convertirnos en uno de los principales donantes de alimentos de Gipuzkoa -donde se ubican dos de sus plantas logísticas y 59 supermercados- y que, año tras año, va en aumento.

Y, 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 de Uvesco. Un sistema transversal -que implica desde el área de logística, hasta el personal de tienda- y que 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.

Precisamente, este año, el [programa "Último minuto"](#), desarrollado en nuestros establecimientos Super Amara, ha sido reconocido por la Diputación Foral de Gipuzkoa y el Banco de Alimentos, en el marco de la Semana Europea del Desperdicio, por tratarse de una iniciativa, 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. Es la segunda vez que la Diputación Foral de Gipuzkoa hace un reconocimiento a Grupo Uvesco, tras el año 2019 (en esa ocasión, por la incorporación a las donaciones del producto perecedero, favoreciendo tanto el aprovechamiento, como el volumen de donaciones).

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

DONACIONES DIARIAS AL BANCO DE ALIMENTOS + 7% de la Gran Recogida de Alimentos

AÑO 2020

307 toneladas

AÑO 2021

390 toneladas

AÑO 2022

566 toneladas



Fomento de la cultura solidaria, a través de las campañas de recogida de alimentos

Por otra parte, 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. Tras dos años, en los que estas campañas se han desarrollado a través de donativos económicos (ante las limitaciones de la pandemia para la recogida de productos), en 2022, hemos recuperado las aportaciones en forma de producto.

En estas campañas, cedemos el espacio de las tiendas, la logística de la recaudación y, además, tenemos el compromiso de aportar un 7% en producto de las aportaciones de los clientes y clientas. En total, en las campañas de mayo y noviembre de 2022, hemos recibido **569.754 euros y 339 toneladas**, aportados por la ciudadanía, que se han destinado a sufragar las necesidades de los Bancos de Alimentos.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

CAMPAÑA MAYO
160.417€ bonos + 96.951 kg

DONACIÓN 7% UVESCO
11.229€ + 6.786 kg

CAMPAÑA NOVIEMBRE
409.337€ bonos + 242.978 kg

DONACIÓN 7% UVESCO
28.653€ + 17.008 kg

Se trata de una labor de sensibilización y de apoyo, que incrementa las aportaciones que realizamos a los Bancos de Alimentos, a través de

donativos –económicos o en forma de producto– de particulares y personas anónimas.

ACTIVIDADES SOCIALES Y CULTURALES

SOLIDARIDAD CON COLECTIVOS DESFAVORECIDOS, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO DE LA MUJER Y MEJORA DEL BIENESTAR DE LA CIUDADANÍA, FOMENTANDO HÁBITOS SALUDABLES Y SANOS

El Plan de Responsabilidad Social de Grupo Uvesco también conlleva nuestro compromiso, con el desarrollo de actividades sociales y culturales de nuestro entorno, que, tras el parón sufrido durante los dos últimos años de pandemia, hemos podido recuperar, con el

objetivo de fomentar la **solidaridad con colectivos desfavorecidos, la participación y desarrollo de la mujer y la mejora del bienestar de la ciudadanía, fomentando hábitos saludables y sanos.**

MEJORA DEL BIENESTAR Y SALUD DE LA CIUDADANÍA

Colaboración con la Asociación contra el Cáncer AECC

Entre las actividades llevadas a cabo en 2022, destaca, por su impacto en el bienestar y la salud, nuestra colaboración con la Asociación contra el Cáncer AECC, con quien colaboramos en diferentes campañas. Por una parte, en la sensibilización a través de los establecimientos de BM Supermercados, con motivo del **Día Mundial del Cáncer de Piel y del Día Mundial del Cáncer de Mama**. A través de estas iniciativas, mostramos, un año más,

nuestro apoyo a la investigación y a la detección precoz para erradicar estas enfermedades, así como el apoyo a las personas afectadas -un colectivo vulnerable de nuestro entorno-. Como resultado de estas campañas, además de la vertiente de sensibilización, **realizamos una donación total de 6.800 euros a la AECC**, destinada a la mejora de la calidad de vida de las familias afectadas por esta enfermedad.

Del mismo modo, hemos estado presentes, a través de Super Amara, en la tercera edición de la iniciativa **“Lazos que unen”** -cuyo objetivo fue generar espacios de escucha entre afectados de cáncer y diferentes agentes

sociales del territorio guipuzcoano- y en la carrera celebrada contra el cáncer en Donostia-San Sebastián.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

Día Mundial de la Hipertensión (17 de mayo)

Asimismo, hemos participado, un año más, en el **Día Mundial de la Hipertensión (17 de mayo)**, en colaboración con determinados Colegios de Enfermería, donde contamos con un stand de prevención e información, en cada una de las provincias donde estamos presentes

-excepto Madrid-. Se trata de un compromiso, en línea con uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS 3 por la Salud y el Bienestar, contribuyendo a la prevención de una dolencia que puede mejorarse a través de alimentación y hábitos sanos.



SOLIDARIDAD CON COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

La ayuda solidaria también se ha extendido mediante el apoyo a otras entidades y grupos culturales de relevancia en nuestro entorno, contribuyendo a un doble impacto:

fomentar el mantenimiento de la cultura y educación musical, y ayudar a colectivos desfavorecidos o en situación de riesgo de exclusión social.

Organización de dos conciertos de Navidad, en Bizkaia y Gipuzkoa

En concreto, este año, hemos organizado dos conciertos de Navidad en Bizkaia y en Gipuzkoa. Por un lado, a través de nuestro acuerdo con la Sociedad Coral de Bilbao, el Concierto Solidario de Navidad BM, ofrecido en el Palacio Euskalduna y que este año ha sido en beneficio de [Aspanovas](#) (asociación de padres y madres de niños y adolescentes con cáncer de Bizkaia), con un donativo de 2.500 euros.

Y, por otro lado, el XVII. Concierto Solidario de Navidad Super Amara (con Mucedades y Los Panchos, en el Kursaal de Donostia-San Sebastián), en beneficio del [Teléfono de la Esperanza de Gipuzkoa](#), cuya labor es acompañar a personas que se sienten solas en situaciones de sufrimiento –en esta ocasión, con un donativo de 7.420 euros–.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Patrocinio del programa de verano de Chillida Leku

Acuerdo con Chillida Leku para participar en el programa de verano y

apoyar iniciativas culturales que se organizan desde la entidad.

Participación en el 125 Aniversario del Orfeón Donostiarra

A través de un acuerdo con el Museo Chillida Leku, hemos participado en el [125 Aniversario del Orfeón Donostiarra](#),

un concierto exclusivo que se ofreció en el Auditorio Nacional de Madrid.

Campaña de donativos para UNICEF

A través de UNICEF, hemos participado en una campaña de donativos de ciudadanos y ciudadanas, en todos nuestros supermercados, con el fin de paliar las necesidades de ayuda humanitaria

generadas por la guerra de Ucrania. El importe de estas ayudas, **un total de 91.000 euros**, se dirigió a sufragar las necesidades de niños y niñas, con agua potable, alimentos básicos, medicamentos y ayuda social.

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.

PROYECTO GASTRONOMÍA SOLIDARIA CON LAS ESCUELAS DE COCINA TKNIKA	PAÍS VASCO
COLABORACIÓN CON LA CAMPAÑA UNICEF: 91.000€ EN DONATIVOS	TODAS LAS PROVINCIAS
DONACIÓN BM 1.000 EUROS A ASOCIACIÓN NAIROBI KIBONDENI COLLEGE PARA CURSO DE COCINA	GIPUZKOA
DONACIÓN BM A CÁRITAS DE 2.000 KG DE PRODUCTO	GIPUZKOA
COLABORACIÓN EN VENTA RIFAS PARA AIMAR (NIÑO CON ENFERMEDAD RARA)	BIZKAIA
JORNADAS "MUJER Y TALENTO"	SANTANDER
CONCURSO DE MARMITAKO Y CONCURSO DE PAELLA SEMANA GRANDE DE BILBAO	BILBAO
BELÉN DE NAVIDAD	COLMENAR VIEJO (MADRID)
BILBOKO KONPARTSAK	BILBAO
DONOSTIA FESTAK - SEMANA GRANDE	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
DONOSTIA FESTAK - BANDERA DE LA CONCHA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
FIESTAS SAN FERMÍN	PAMPLONA
FIESTAS SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES	MADRID
MARCHA SOLIDARIA A FAVOR DE GAUTENA (ASOCIACIÓN GUIPUZCOANA DE AUTISMO)	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
PROYECTO SÍNDROME DE DRAVET - GERO AXULAR DANTZA TALDEA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN CON BANCO DE ALIMENTOS EN LA VENTA DEL LIBRO SOLIDARIO "ESTA NAVIDAD REGALA GASTRONOMÍA"	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

“XIII JORNADAS DE ASPREH” – ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DE LA REHABILITACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
CONCURSO MENESTRA DE CORDERO/ MERLUZA EN SALSA VERDE SEMANA GRANDE	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL MUSIKASTE – SEMANA DE LA MÚSICA VASCA	ERRETERIA
VENTA SOLIDARIA DE BOLSAS PARA “JUNEREN HEGOA”	ERRETERIA
IKERTZE-PROYECTO CECADI. CURSOS DE CAPACITACIÓN AUDIOVISUAL PARA PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
DÍA MUNDIAL RETINOSIS PIGMENTARIA “BEGISARE, RETINOSIS GIPUZKOA”	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL DE CINE DOCUMENTAL MUSICAL DOCK OF THE BAY	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
BELÉN DE NAVIDAD, EN PLAZA GIPUZKOA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
FESTIVAL FENOMENA	HONDARRIBIA
“CHEF POR UN DÍA” – SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
PARTICIPACIÓN EN LA CARRERA SOLIDARIA ASPANOGI	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN CON ADEMGI – ASOCIACIÓN DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE DE GIPUZKOA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
COLABORACIÓN CON ASPACE EGUNA	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN

ESPÓNOR Y CLUBES DEPORTIVOS

ACUERDOS CON DIFERENTES CLUBES Y ASOCIACIONES

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, y lo hacemos a través de acuerdos con diferentes clubes y asociaciones. Con estos acuerdos, se refuerza el **compromiso con**

actividades que fomentan valores de vida saludable y que, además, generan cohesión social, respeto e igualdad. Estando presentes 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

1. Real Sociedad de Fútbol
2. Real Unión Club de Irun
3. Liga ACT Eusko Label
4. Hondarribia Arraun Elkartea
5. BM Bilbao Santutxu Femenino
6. Isuntza Arraun Elkartea
7. S. D. Eibar
8. Athletic Club
9. Deportivo Alavés
10. C.D. Bidasoa Balonmano
11. Fundación Euskadi de Ciclismo
12. Super Amara BAT
13. Super Amara Bera Bera



Programa Realzale

Participamos en el Programa Realzale de la Real Sociedad de Fútbol -del que, en 2022, se han beneficiado **8.900 clientes/as**- . A través de este acuerdo, la clientela de BM Supermercados y Super

Amara consigue descuentos, para el abono anual de socio/a del club.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y HÁBITOS SALUDABLES ACTIVIDADES CON PARTICIPACIÓN POPULAR Y QUE TIENEN UN IMPACTO EN LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA Y HÁBITOS SALUDABLES DE LA COMUNIDAD

Además de los acuerdos con los clubes, en 2022, hemos estado presentes en otra serie de actividades con participación popular y que tienen un impacto en la mejora de la calidad de vida y hábitos saludables de la comunidad.

Esta participación se ha traducido en **carreras pedestres y eventos deportivos de carácter local -en especial, en aquellas que potencian la participación de la mujer, infancia o que promueven fines solidarios-**. En estas actividades, aportamos bolsas de avituallamiento para los participantes (con barritas energéticas, agua, frutas...); colocamos hinchables y arcos de meta y

producimos material para los eventos (camisetas, viseras...).

En este sentido, todos los **avituallamientos se entregan en bolsas de tela reutilizables, desechando las bolsas fabricadas en plástico y contribuyendo a reducir la huella medioambiental**. La recuperación de estas iniciativas se ha visto reflejado en el incremento de bolsas entregadas, respecto a los años afectados por la COVID-19.

AVITUALLAMIENTOS 2022
96.940



FEDERACIÓN DE GOLF - TORNEO DAMAS	MADRID
LILATÓN - MARCHA PARA MUJERES 5 KM	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
BICIPATINES	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
TORNEO DE FÚTBOL INÉS DE PABLO	ERRETERIA
TRAIL PICOS DE EUROPA	POTES (CANTABRIA)
CAMPUS FÚTBOL INFANTIL	MAJADAHONDA, EIBAR, BILBAO
NIGHT MARATÓN	BILBAO
CARRERA "NORTE VS SUR"	MADRID
MEDIA MARATÓN	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN, VITORIA-GASTEIZ
CLÁSICA SALTO	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
CARRERA SANTURCE A BILBAO	SANTURCE
CARRERA BILBAO-ARENAS	BILBAO

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



CARRERA DE LAS AFICIONES	MADRID
CARRERA UPV	DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
SAN SILVESTRE	HONDARRIBIA, DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN, LAS ROZAS, TORRELODONES, BILBAO, GALDAKAO, ERRETERIA
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	DONOSTIA-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





1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

Apartado 4.3

Equipo Uvesco



NUESTRO IMPACTO EN EL BIENESTAR DE NUESTROS Y NUESTRAS PROFESIONALES

COMPROMISO PLENO CON EL BIENESTAR ORGANIZACIONAL

Nuestro propósito es ser la empresa de supermercados que mejor experiencia de compra ofrece. Y para lograr este fin, resulta fundamental que nuestros/as profesionales estén bien. Por ello, desde Grupo Uvesco, tenemos un compromiso pleno con el Bienestar Organizacional –que incluye por supuesto, el bienestar de nuestros/as profesionales, en línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 (Salud y Bienestar de las personas)–. Para ello, llevamos a cabo esfuerzos sistemáticos, planificados y proactivos, que persiguen, por un lado, mejorar procesos y resultados –tanto de las personas empleadas, como de la organización, como un todo– y, por otro lado, **fomentar recursos y**

prácticas saludables, orientadas a mejorar el ambiente de trabajo, a nivel de tarea, interpersonal y organizacional. En definitiva, estos esfuerzos están dirigidos a contar con puestos de trabajo saludables, optimizar la salud de nuestros/as empleados/as y promover el bienestar y el compromiso.

De esta forma, contamos con diferentes prácticas, que nos ayuden a conseguirlo.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

FAVORECEMOS UNA ADECUADA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Favorecemos una adecuada información y comunicación, tanto desde la organización hacia las personas (revistas, boletines, etc.), como en sentido inverso, desde las personas hacia la organización (buzones de sugerencias, representantes de las personas...).

Por un lado, a través de nuestros líderes (personas que gestionan equipos), desarrollamos una tarea de comunicación e información, que les ayude a entender las ventajas de fomentar el bienestar, a nivel organizacional, para sí mismos/as, para sus equipos y para sus resultados -y por tanto, los de la organización-.

Por otro lado, aunque el liderazgo es uno de nuestros ejes de comunicación, no es el único. Por ello, apelamos también a la responsabilidad individual. Y para hacer esto, resulta necesario proporcionar información y herramientas, que ayuden a entender el bienestar y sus ventajas al resto de profesionales de la organización. Estas herramientas, con las que contamos en Uvesco, son las siguientes:

HERRAMIENTAS

CANAL UVESCONNECT

Herramienta *online* de acceso a noticias, información corporativa, formaciones de diversos temas de corta duración (píldoras formativas), club del empleado (CLUVESCO) y otras ventajas que tienen, como personas trabajadoras del grupo.

UVESCO INFO

Publicación impresa y personalizada, para dar a conocer a las personas empleadas las principales áreas de trabajo y temas de actualidad de la organización.

REUNIÓN CUADRO DE MANDO

Reuniones mensuales de las personas encargadas de tienda, con los equipos de su tienda, para poner en común los resultados.

ENVÍO PERIÓDICO DE PÓSTERES A TIENDA

BUZÓN DE SUGERENCIAS

NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Por otra parte, resulta fundamental recoger la valoración de los equipos, sobre los planes desarrollados (lo que nos permite conocer cuál es el impacto social de estas medidas, en las áreas de promoción, igualdad de oportunidades, orgullo de pertenencia, bienestar...). Estas valoraciones se recogen, a través de los [estudios psicosociales y](#)

[cuestionarios de compromiso](#), que, anualmente, se pasan a un 25% del total de empleados/as (cada profesional realiza el cuestionario cada cuatro años). En 2022, se realizaron un total de 78.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

CONCILIACIÓN TRABAJO-VIDA PRIVADA

APOSTANDO POR LA CONCILIACIÓN, ENTRE EL TRABAJO Y LA VIDA PRIVADA Y FOMENTANDO LA IGUALDAD

Prácticas que apuestan por la conciliación, entre el trabajo y la vida privada, y que fomentan la igualdad.

Dentro del Plan Estratégico de Responsabilidad y nuestro compromiso por fomentar medidas y prácticas saludables, que nos permitan alcanzar el Bienestar Organizacional, son fundamentales aquellos recursos, que mejoren e impulsen la conciliación entre el trabajo y la vida privada y que fomenten la igualdad de las personas.

Por un lado, contamos con una **Comisión de Igualdad**, por cada una de las empresas que forman el grupo. Estas comisiones se componen de profesionales, formados/as al efecto, que reflexionan, analizan y proponen diferentes estrategias y prácticas, para fomentar la igualdad en el ámbito organizacional.

Asimismo, el departamento de RRHH, cuyos miembros están en su totalidad formados en "**Igualdad y sesgo**", diseña, desarrolla, implanta e informa de estas prácticas, a través de diferentes canales de comunicación interna.

Además, en los últimos años, se ha llevado a cabo una importante tarea de **sensibilización y empoderamiento a mujeres**, para asumir responsabilidades y puestos tradicionalmente desarrollados por hombres -a través de campañas de comunicación, formación y promoción-.

En nuestra apuesta por la igualdad de género, contamos con un 61% de puestos de responsabilidad de supermercados ocupados por mujeres.

MUJERES EN PUESTOS DE RESPONSABILIDAD

61%

Medidas para mejorar la conciliación, en supermercados, centrales logísticas y oficinas

La conciliación laboral de los equipos es otro punto clave. En esta dirección, se está trabajando, activamente, para **incorporar nuevas mejoras, que afecten a los equipos de**

tienda y que busquen el equilibrio entre la mejora de experiencia de empleado/a versus experiencia de cliente/a. **En los últimos años, ya se han incluido medidas como:**

Nuevos permisos, para atender a menores o mayores dependientes o mejoras de los mismos.

Modelos de reducciones de jornada, concentrando la misma en algunos días de la semana o meses del año.

Excedencias de verano o Semana Santa, para cuidado de menores.

Permisos para los períodos de adaptación escolar (por ejemplo, en Gipuzkoa).

Disfrute de algunos fines de semana al año en Gipuzkoa o Bizkaia...

Teletrabajo en oficinas.

En las centrales logísticas y oficinas, flexibilidad de horario y jornadas intensivas, los viernes y meses de verano.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



ESTABILIDAD EN LOS PUESTOS DE EMPLEO

LA ESTABILIDAD EN EL EMPLEO, UNO DE NUESTROS PILARES

La estabilidad en el empleo también es uno de los pilares en nuestro sistema de gestión de personas. Grupo Uvesco cerró 2022, con un total de **5.941 trabajadores/as en plantilla**, en línea con la expansión que llevamos a cabo en los últimos años, con aperturas de nuevas tiendas. Además, este año ha contado con la integración de los equipos de cinco supermercados franquiciados de Bizkaia y Araba-Álava, que han pasado a formar parte de nuestro equipo. En total, fruto de esta operación, se han integrado 75 personas a Uvesco.

Con todo, contamos con **un ratio superior a 1 en estabilidad laboral (*)**; es decir, más profesionales con contrato indefinido, que puestos de estructura (1,02 indefinidos, por puesto de estructura). Esto refuerza la posición de Uvesco, como grupo generador de empleo y motor de la economía en su entorno, contribuyendo al Objetivo de Desarrollo Económico 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), marcado por Naciones Unidas.

**Resultado de dividir los FTE INDEFINIDOS (Full time Employes) 2022 entre los puestos de estructura de media anual en 2022.*

PLANTILLA TOTAL
5.941

RATIO ESTABILIDAD LABORAL
>1%



PLANTILLA: **5.941**

PLANTILLA POR EDAD

Hasta 45 años: **48,89%**

Mayores de 45 años: **51,11%**

FRANJAS DE ANTIGÜEDAD

Entre 0 y 10 años: **47%**

Más de 11 años: **53%**

POR GÉNERO

Total plantilla: **69% mujeres - 31% hombres**

Establecimientos: **76% mujeres - 24% hombres**

Secciones perecedero: **70% mujeres - 30% hombres**

Centrales y almacén: **23% mujeres - 77% hombres**

Puestos de responsables de supermercados:

61% mujeres - 39% hombres

POR TIEMPO DE TRABAJO

% Contratos a tiempo parcial: **17%**

% CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL, POR GÉNERO

Mujeres: **74%**

Hombres: **26%**

% CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL, POR GÉNERO: 7%

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

FORMACIÓN Y DESARROLLO DE HABILIDADES

PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS Y HABILIDADES

Prácticas que ofrecen la oportunidad, para el desarrollo de las competencias y habilidades requeridas para el puesto de trabajo.

Nuestro compromiso por el bienestar, también afecta a la formación de nuestros/as empleados/as, uno de nuestros valores diferenciadores y en el que enfocamos muchos esfuerzos.

Además, durante 2022, se han realizado más de 50 formaciones continuas, en las que han participado unas 2.500 personas, dirigidas al desarrollo de competencias y habilidades para el puesto de trabajo, con un total de 21.091 horas, repartidas en los siguientes grupos de trabajo:

En total, en 2022, se ha destinado en programas de formación 4.816.450 euros, siendo el reparto por persona empleada:

En primer lugar, toda persona, que se incorpora o asume un nuevo rol dentro de la organización, recibe la formación necesaria para asumir el rol.

HORAS FORMACIÓN INGRESO/ CAMBIO 2022 (1.500 personas)

Personal supermercado: 162.385,82
Personal oficina y almacén: 20.341,20

HORAS FORMACIÓN CONTINUA (2.500 personas)

Administrativo: 678
Mandos intermedios: 5.739
Personal almacén: 1.863
Personal supermercado: 12.811

870,41 €/worker
36,9 h/worker



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

2ª Promoción Certificación de profesionales

Dentro de los programas de formación, y apoyado en el fomento del bienestar, tiene especial relevancia la **certificación profesional en el sector del comercio, que obtuvo, en 2022, un total de 30 profesionales de BM Supermercados**. Este reconocimiento es fruto del acuerdo, al que la cadena llegó con el Gobierno Vasco, en 2017, para cumplir, así, su objetivo de reconocer la capacitación de su equipo de profesionales y que le convirtió en la primera empresa del sector comercio, en homologar la experiencia de sus trabajadores/as. Los/as profesionales recibieron sus diplomas, en un acto celebrado en el Palacio de Congresos de Vitoria-Gasteiz, presidido por el viceconsejero de Formación Profesional del Gobierno Vasco, Jorge Arévalo y el director general de Grupo Uvesco, Ángel Jareño.

El certificado profesional se convalida con asignaturas del título de Grado Medio de Técnico de Actividades Comerciales y está concebido para profesionales de sección de carne y pesca, con más de cuatro años de experiencia.

El reconocimiento de cada competencia adquirida tiene, en total, un valor de más de 900 horas de formación, que los/as responsables han obtenido con su capacitación y formación complementaria, durante el período septiembre 2021-mayo 2022.

Entrega de Diplomas Proyecto de Certificación Profesional



A futuro, completando todos los módulos correspondientes a estos ciclos, se puede llegar a conseguir el título de Formación Profesional de Grado

Medio de Técnico/a de Actividades Comerciales. El certificado obtenido por los trabajadores de BM está homologado a nivel europeo.

CANDIDATOS/AS INSCRITOS/AS

SECCIÓN	Nº PARTICIPANTES
Carne	17
Pesca	10
Gestión de comercio	27
Repetición gestión de comercio	4

CANDIDATOS/AS ASESORADOS/AS

SECCIÓN	DURACIÓN	INSCRITOS/AS	ASESORADOS/AS
Carne	1,5 h	17	16
Pesca	1,5 h	10	9
Gestión de comercio	2 h	27	23
Repetición gestión de comercio	0,5 h	4	4

CANDIDATOS/AS APROBADOS/AS

SECCIÓN	EVALUADOS/AS	APROBADOS/AS
Carne	16	16
Pesca	9	9
Gestión de comercio	23	No han salido las actas finales
Repetición gestión de comercio	4	No han salido las actas finales

(Del CP de comercio, todavía no han salido las actas finales).

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

Renovación de la plataforma *online* de formación

Al mismo tiempo, y en línea con nuestra apuesta por la innovación y digitalización, también en el entorno laboral, en 2022, hemos realizado la renovación y **relanzamiento de la**

plataforma *online* de formación, con los objetivos de:

- Ampliar la opción de que todas las formaciones, legalmente obligatorias, se puedan hacer en formato *online*.
- Ampliar la opción de que las formaciones, estratégicamente obligatorias, tengan una versión *online* (en 2022, se incorporaron a esta herramienta los cursos de Excelente I, dirigido a conocimientos sobre la atención y trato de personal de tienda, y está previsto que en 2023 se incorpore Excelente II).
- Ofrecer a los/as profesionales un amplio catálogo de formaciones, que les permitan practicar el autodesarrollo, en las áreas en las que tengan interés. De esta forma, en esta plataforma, los/as profesionales del grupo pueden acceder y realizar los cursos que quieran, sobre las inquietudes que tengan, y en el momento que elijan. Dentro de la plataforma, dedicamos una sección al pilar "bienestar".



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

DESARROLLO DE CARRERA. PLAN CANTERA

PRÁCTICAS QUE OFRECEN LA OPORTUNIDAD DE DESARROLLAR LA CARRERA Y PROMOCIONAR

Dentro del programa de desarrollo y formación, contamos con un plan específico "Plan Cantera", que favorece la identificación de potencial interno, el desarrollo y la certificación de profesionales, para dar el salto a puestos de mayor responsabilidad, con la convicción de que el mayor talento es aquel con el que ya se cuenta y que quiere desarrollarse para continuar creciendo.

El objetivo, que alcanzamos en el año 2019, es que, al menos, el **85% de los puestos que implican liderar equipos de profesionales o secciones comerciales se cubran con personal promocionado, sigue vigente hoy en día, superando ampliamente este porcentaje, en 2022.**

Acciones para favorecer la equidad

Prácticas que favorecen que las relaciones con las personas y la organización sean equitativas y sean percibidas como justas.

Publicación en Uvesconnect de todas las vacantes de central.

Publicación de algunos programas de desarrollo abiertos a los/as profesionales que cumplan determinados criterios (por ejemplo: proyecto de Certificación Profesional).



CULTURA DE INTEGRACIÓN

INTEGRACIÓN Y ADAPTACIÓN PARA LAS NUEVAS INCORPORACIONES

Con este objetivo, contamos con un programa de integración y adaptación para las nuevas incorporaciones al grupo, que, además de integrar a las nuevas personas en nuestro grupo, fomentan una cultura de aceptación, integración y respeto a las diferencias de género y de edad (clima de confianza, apreciación, apertura a la diversidad...).

Formación online, a través de la APP de acogida, donde se expone la cultura, filosofía e historia del grupo, así como las conductas a tener en cuenta, en el puesto de trabajo.

Formación de ingreso, en la cual tienen una persona de referencia “formador/a homologado/a”, para guiarle en sus primeros pasos en la empresa.

Jornada de acogida, descrita en la “Instrucción de acogida en nuevos supermercados”, que consiste en una presentación de las diferentes áreas de Grupo Uvesco y visita a las instalaciones centrales.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



FOMENTO DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE

FOMENTO DEL DESARROLLO DE HÁBITOS SALUDABLES EN LAS PERSONAS EMPLEADAS

Prácticas que fomentan el desarrollo de hábitos saludables en los/las trabajadores/as

(cuidado de postura, hábitos alimenticios, actividad física...).

PROGRAMA DE SALUD GENERAL

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

Servicio PSA, con analítica para hombres mayores de 45 años.

Servicio de ginecología. 1.387 mujeres han tenido la opción de acceder a este servicio.

Vacunación gratuita para gripe estacional.

BIENESTAR FÍSICO

Masaje preventivo. Disponemos de acuerdos de colaboración con 59 profesionales especializados, en todas las zonas del grupo.

Escuela de espalda, con jornadas gratuitas para las personas de todo el grupo.

FOMENTO DE HÁBITOS LABORALES SALUDABLES

Formación en primeros auxilios y desfibriladores.

Inclusión de formación en Ergonomía Postural, en nuestras jornadas de acogida.

Formación en Ergonomía Postural, para todas las personas de la plataforma Unialco Irún.

FOMENTO DE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES

GLUCOVIBES – Hemos sido empresa pionera en implantar este servicio, donde las personas participantes usan una app con un GPS metabólico integrado, gracias a la inteligencia artificial, monitorizando la nutrición, actividad, descanso y niveles de glucosa de cada persona, en tiempo real y durante 14 días.

Inclusión de fruta y yogures, en las máquinas de vending.

Participación en la carrera de empresas en Donostia-San Sebastián.

Desarrollo de campañas de temática diversa, como realización de ejercicio físico o alimentación saludable.

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

Formación de cuatro horas sobre Alimentación Saludable, con nutricionista, para los/as profesionales de tienda.

VENTAJAS EN LAS COMPRAS

CLUB BENEFITS UVESCO – En 2022, hemos puesto a disposición de los/as profesionales un club de beneficios, con un amplio y completo portfolio de descuentos, en casi 500 primeras marcas de diferentes sectores (viajes, moda, restauración...).

Acuerdo con seguro de Salud Adeslas, para descuentos especiales.

Descuento en los contratos de telefonía con GUUK para empleados/as.

Descuento en compras. en los supermercados del grupo. En 2022, hemos entregado hasta 1,3 millones de euros, en bonos de empleado/a, por las compras.

Descuento especial, por la compra o arreglo de vehículos con el concesionario Easo Motor.

Descuento en el alquiler de coches Europcar.

Entrega de vales Navidad a las personas trabajadoras del grupo, para las compras.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Fomento de actividades sociales

Prácticas que fomentan actividades sociales lúdicas donde los/las trabajadores/as participan voluntariamente (comidas-cenas, viajes, excursiones, actividades en familia...).

Concurso de dibujo de Navidad, para hijos e hijas de personas empleadas.

Copa Uvesco: Trivial digital y gamificado, abierto a todos/as los/as profesionales del grupo, cuyas preguntas estaban relacionadas con las píldoras y que nos permite integrar conocimientos, desde la perspectiva de juego. Dos ediciones al año.

Apartado 4.4

Uvesco local y saludable



COMPROMETIDOS/AS CON EL PRODUCTO LOCAL Y DE TEMPORADA MÁS SOSTENIBLES POR SER KM0

El compromiso con el producto local es uno de nuestros pilares y está relacionado con nuestra vocación por ofrecer un producto de calidad, con valores positivos para nuestra sociedad y territorio.

El objetivo de ofrecer productos autóctonos nos lleva a realizar una labor de cooperación, coordinación y de relación estrecha con proveedores/as, que nos permite un conocimiento profundo del producto y de las historias y personas que están detrás de su elaboración. Estamos muy cerca de los proveedores/as, parte fundamental en nuestra cadena de valor, lo que nos permite [conocer la realidad compleja del sector primario y del mundo rural](#) y poder dar nuestro apoyo y

[herramientas, para facilitar la conservación y desarrollo de este.](#)

El compromiso con el producto local se encuentra en nuestro origen y conlleva impactos, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles de Naciones Unidas y la Estrategia “De la Granja a la Mesa” de la Comisión Europea, incluida en el “Pacto Verde”.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

CONTRIBUIR A DAR VALOR Y RIQUEZA A LA REGIÓN

Agricultores/as y productores/as locales son auténticos intérpretes de la cultura, la identidad y la tradición de su territorio. Estos valores garantizan la singularidad, la (bio)diversidad y la riqueza de cada región; y su conservación es, hoy en día, indispensable en un mundo en constante globalización. En Grupo Uvesco, para dar este valor, ponemos en primera línea a productores/as y productos, dándoles visibilidad y haciéndolos protagonista de las secciones, en el punto de venta y los canales de comunicación.

PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE Y REDUCIR IMPACTOS

El servicio directo a tienda –modelo característico de los supermercados– mejora la sostenibilidad, al promover un formato de distribución sostenible, reducir los efectos negativos derivados del transporte, de los embalajes y de los sistemas de refrigerado, favorecer modelos de producción más respetuosos con el medio ambiente y apostar por los productos de temporada.

FAVORECER LA CONSERVACIÓN DEL SECTOR PRIMARIO Y MEDIO RURAL

El consumo local protege un sector cuya existencia es vital, porque garantiza alimentos, preserva el paisaje, potencia el uso y fertilidad de las tierras y recupera variedades adaptadas a nuestro clima y cultura gastronómica. Apostamos por relaciones con los/as proveedores/as justas y duraderas –a través de las relaciones fluidas y productivas–, ajustando los volúmenes a la producción y apoyando proyectos orientados al desarrollo e innovación del sector.

PROPORCIONAR ALIMENTOS DE CALIDAD Y SALUDABLES

Los alimentos locales y de temporada se recogen en su punto óptimo de maduración, garantizando la frescura y el sabor y asegurando una mayor cantidad de nutrientes, por lo que su consumo beneficia el bienestar de la comunidad. Permiten, además, tener una mayor y mejor trazabilidad del producto, asegurando la calidad.

Por otro lado, participamos en [proyectos de innovación e integración socio-laboral](#) (como la Fundación Itsaslar de Bizkaia), liderados por agentes del sector agroalimentario, que se

desarrollan en las zonas de actuación. Esto nos convierte en referente dinamizador, colaborador y facilitador del sector y de proyectos sostenibles.

El compromiso con el producto local afecta al producto fresco -visible a través del peso fundamental de secciones atendidas-. También se extiende a otras áreas de la alimentación, en las que se desarrollan alianzas con proveedores/as locales de productos como: miel, sidra, quesos, yogures, embutidos, txakoli, cervezas y

zumos... Los lácteos y los quesos locales tienen una presencia importante en todas nuestras zonas de actuación, contando con quesos de pastor y artesanos, en campaña y en servicio directo, permitiendo ofrecer quesos de gran calidad y de multitud de puntos de origen, cercanos a cada tienda.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

ALIANZAS CON EL SECTOR PRIMARIO

COMPRAS A PROVEEDORES/AS LOCALES

La responsabilidad por apoyar al sector primario y fomentar los valores de la alimentación sana nos ha llevado, a lo largo de los años, a contar con una **red de alianzas y acuerdos** con productores/as de sus zonas de implantación, que impactan directamente en el desarrollo económico de este sector. Por una parte, **con el sector agrario y ganadero**, para la compraventa de productos próximos al ámbito de sus tiendas; y por otra, **con cofradías de pesca del Cantábrico**, para la comercialización del pescado de sus lonjas.

Contamos con acuerdos directos, con más de **cuatrocientos pequeños/as agricultores/as, ganaderos/as y elaboradores/as** que distribuyen sus productos en los establecimientos próximos -algunos/as de ellos/as diaria y directamente-. Esta estrecha colaboración nos permite garantizar a la clientela productos de Km0 de calidad, máxima frescura e inmediatez en el servicio.

COFRADÍA DE PESCADORES/AS DE ONDARROA

Para la comercialización de la merluza de anzuelo.

ASOCIACIÓN DE GANADEROS/AS LARSABI

Para comercializar cordero de oveja latxa.

FEDERACIÓN DE PRODUCTORES/AS 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 ofrecen una calidad garantizada.

COFRADÍA DE PESCADORES/AS DE SANTOÑA Y DE LAREDO

Para la compraventa de pescados del Cantábrico y de campaña.

SERVICIO VERDURA FRESCA EN MADRID

Acuerdo con proveedores/as de Madrid para servicio directo de verdura fresca de temporada, en la mayoría de los establecimientos.

Asimismo, a través de la apuesta por Marcas de Calidad, Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas, contribuimos a proteger y apoyar a los productos, que disponen de una certificación expresa de calidad, y a los productos agroalimentarios, cuya calidad o características se deben, fundamental o exclusivamente, al medio geográfico -con sus factores naturales y humanos- y cuya producción, transformación y elaboración se realiza en la zona geográfica de origen.

Finalmente, nuestro compromiso está visible a través de la comercialización del 100% de la merluza del Cantábrico, el 100% de la ternera local -gracias a los acuerdos con 350 ganaderos/as de pequeñas granjas de todos los ámbitos de actuación- y con acuerdos con 14 queserías artesanas de Cantabria que distribuyen más de 50 quesos locales, entre otras muestras de contribución al sector primario.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



PONIENDO EN VALOR LAS COSTAS DEL CANTÁBRICO PESCADOS DE PRIMERA CALIDAD

La posición estratégica de Grupo Uvesco, con la zona natural de implantación junto al mar Cantábrico, nos permite mantener una relación muy estrecha con barcos, lonjas, pescadores/as y el mar Cantábrico y, por extensión, tener acceso a pescados de primera calidad. Así, tiene **relación diaria con los principales puertos del Cantábrico: Hondarribia, Ondarroa, Bermeo, Santander, Santoña, Laredo, Castro Urdiales y San Vicente de la Barquera**. Esto nos permite contar con una fuente de riqueza natural y sostenible, promover la actividad económica

de estas lonjas y garantizar un producto de primera calidad, en las pescaderías de todos los establecimientos.

Asimismo, 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.



IMPULSO AL PRODUCTO LOCAL EN MADRID INTEGRACIÓN EN EL ECOSISTEMA AGROALIMENTARIO MADRILEÑO

Fruto del proceso de expansión de BM Supermercados en Madrid, se han dado pasos en la integración en el ecosistema agroalimentario madrileño, para materializar el compromiso de Grupo Uvesco con la región y con la dinamización del sector primario y de Km0 en su entorno. A través de la ampliación del surtido de origen de Madrid (con la incorporación de productos de la huerta de Villa del Prado

de servicio directo); a través de la participación en proyectos locales, como el impulsado por el Instituto Madrileño de Investigación Rural, Agraria y Alimentaria (IMIDRA) de la Comunidad de Madrid, para la recuperación de diferentes variedades de tomate tradicional, y a través de la adhesión al protocolo de actuación, para el fomento del desarrollo y la sostenibilidad del sector agroalimentario de la Comunidad

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



de Madrid –impulsado por el Gobierno de Madrid–, hemos mostrado nuestro apoyo al sector primario y prioritario, para contar con productos frescos y de calidad.

Así, en 2022, en el marco de este compromiso, organizamos el [Foro BM](#), un acto en el que se dieron cita más de 150 agentes del sector agroalimentario de Madrid, para analizar la situación y las tendencias y evolución del mercado. El objetivo de este encuentro, la finca del Imidra (Madrid), fue reunir a toda la cadena de valor del sector agroalimentario vasco y

fomentar el desarrollo de proyectos que favorezcan el desarrollo rural, medioambiental, la economía local y el cuidado social, dentro del compromiso de la empresa con los/as productores/as locales y la alimentación saludable.

Producto fresco de total garantía

BERTAKO / DE AQUÍ

Identifica aquellos productos –principalmente carne, fruta, verdura, quesos y yogures–, que producen y comercializan productores/as locales de País Vasco, Navarra, Cantabria, La Rioja, Madrid y Ávila, donde la cadena está presente.

SELECTA

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

CASERÍO Y TEMPORADA

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

ALIMENTACIÓN SANA Y DE CALIDAD RESPONDIENDO A UNA CIUDADANÍA CADA VEZ MÁS PREOCUPADA POR SU ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR

Nuestro modelo, enfocado en productos de calidad y donde el producto fresco tiene un peso importante, se dirige a

una ciudadanía cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



Las tendencias de consumo de los últimos años, con una ciudadanía cada vez más preocupada por su alimentación, salud y bienestar, están corroborando nuestro modelo, enfocado en productos de calidad y donde el producto fresco tiene un peso importante. Se trata de un concepto, que se encuentra en el origen de su formación y que se ha mantenido fiel, a pesar de los cambios a lo largo de los años. Este modelo nos permite contar con la confianza de las personas consumidoras y,

además, marcar una identidad propia y diferenciada de otras fórmulas comerciales.

Por lo tanto, el objetivo último de contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas, lo cumplimos a través de su apuesta por la alimentación sana y por su compromiso en ofrecer un surtido *premium*, con ofertas y productos que satisfagan, plenamente, las necesidades de alimentación, con total garantía.

La responsabilidad con la alimentación se materializa, por lo tanto, a través de las siguientes actuaciones:

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

Elige cuidarte

Con la idea de reforzar los valores de la alimentación de calidad y fomentar el consumo responsable, Grupo Uvesco cuenta con un programa de difusión con el que, con la colaboración de una doctora en Medicina y Nutrición, identifica y difunde información de interés sobre propiedades nutricionales y beneficiosas de los alimentos. Este programa, bajo el término "Elige Cuidarte", redundará en la mejora del conocimiento de la persona consumidora, aumenta su capacidad de elección y fomenta el consumo sostenible y

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

Además, a través de Super Amara, los/as consumidores/as cuentan con un servicio de consultoría en alimentación y salud. En él, con el apoyo de una doctora en Nutrición, se ofrece información nutricional, sobre alergias e intolerancias alimentarias y sobre preferencias de consumo.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Programa “Elige Cuidarte Kids”

En 2022, hemos retomado el programa “Elige Cuidarte Kids”, dirigido a escolares de entre 6 y 14 años y que tiene como objetivo fomentar y educar a la población, en hábitos de alimentación saludable. En esta edición, han participado un total de **20 centros escolares, impactando a un total de 6.000 escolares**. Este programa consiste en la distribución de meriendas saludables y nutritivas -con el reparto de bocatas y fruta en la salida de los

colegios, junto con una publicación didáctica para los padres/madres, con pautas de alimentación-, así como visitas a tiendas con el alumnado, para conocer las ventajas de los productos frescos, de primera mano. En 2022, se han llevado a cabo 600 visitas, en las que los alumnos y alumnas de primaria han tenido contacto directo con los productos: frutas, verduras, pescados, carnes..., conociendo su origen, cualidades y propiedades.

CALIDAD Y CUIDADO DEL FRESCO DESDE EL ORIGEN PRODUCTO CON EL MEJOR ORIGEN Y DE LOS/AS MEJORES PRODUCTORES/AS

Para que la alimentación sea de calidad, resulta fundamental que el producto tenga el mejor origen y provenga de los/as mejores productores/as. Esto es más necesario, si cabe, en el producto fresco. Tenemos el compromiso

de certificar el origen y calidades de los productos, en cuanto a la calidad; pero también, y especialmente, en los productos cárnicos y de charcutería, con el cuidado y bienestar de los animales de los que proceden.

Certificación Welfair / bienestar animal

Con este compromiso, a través de entidades de certificación acreditadas por ENAC, hemos incorporado el [sello "Welfair / Bienestar Animal"](#) en todos los productos de aves de marca "Bertako / Deaquí", "Selecta" y, recientemente, en el conejo "Bertako Untxia".

Asimismo, se encuentra en proceso de incorporación del sello el cerdo Duroc "Selecta" envasado, que ya cuenta con distintas certificaciones de bienestar animal en todo el proceso (a falta de homogeneizarlas). Por otra parte, estamos en contacto con los/as productores/as de vacuno, que tienen las certificaciones en vigor, con el fin de que, progresivamente, incorporen este sello en todos sus productos.

A través de este sello, se garantiza que los animales se encuentran en buenas condiciones y libres de sufrimiento. En definitiva: que el ganado tiene una buena alimentación (libres de sed y desnutrición); cuenta con un buen alojamiento (con libertad de movimientos y temperatura adecuada); se encuentra en buen estado de salud y muestra un comportamiento apropiado a las características de la especie. Este sello visibiliza el compromiso de Grupo Uvesco con el origen, cuidado y bienestar animal. De esta forma, se adecúa a la demanda de las personas consumidoras, cada vez más sensibilizadas e informadas sobre esta materia.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado



Compromiso Europeo del Pollo (ECC European Chicken Commitment)

Por otra parte, en 2022, nos hemos adherido al [Compromiso Europeo del Pollo \(ECC European Chicken Commitment\)](#), para impulsar mejoras en los estándares de bienestar animal para el 100 % del pollo fresco, congelado y aquellos productos que contengan más del 50 % de ingrediente de pollo en nuestra marca “Deaquí/Bertako”, para 2026. Se trata de un pacto promovido por 36 organizaciones de 19 países.

Así, además del cumplimiento de las leyes y regulaciones de la UE actuales, el compromiso establece la adopción de ciertos requisitos de calidad en la producción, como establecer una densidad de almacenamiento máxima, la

elección de especies de crecimiento lento y otras actuaciones de mejoras medioambientales -como la iluminación natural y la calidad del aire, entre otros-. De esta forma, nos unimos a otros compromisos, como alcanzar el reto para el año 2025, de que el 100 % de los huevos que se comercialicen, así como los huevos empleados en elaboraciones propias, sean procedentes de gallinas libres de jaulas.

APOSTANDO POR CATEGORÍAS BIO/ECO Y PLATOS COCINADOS AL MOMENTO

ALIMENTACIÓN DE CALIDAD

La categoría de productos Bio/Eco es una tendencia de consumo en auge, que potenciamos con **600 referencias diferentes**, con el fin de ahondar en el compromiso con la capacidad de elección de la clientela, con un surtido diferenciado e innovador, y que tiene un impacto en el bienestar de la comunidad, por ser productos de calidad. Asimismo, está acorde a las necesidades actuales de la persona consumidora, cada vez más preocupada por su salud y bienestar, y que demanda y valora la calidad de esta categoría de productos, bajos en azúcares o con ingredientes más naturales.

Un paso más allá en la alimentación de calidad también está siendo, en los últimos años, la introducción, en algunos supermercados, de nuevas secciones de “Cocina Selecta”, con **platos preparados calientes (listos para consumir), horno para asados al momento y cocina al vapor, en los mostradores de carnicería y pescadería**. Con ello, se potencian los valores de consumo sano, priorizando el consumo de frescos, saludables y “fáciles”, frente a otro tipo de cocinas rápidas, que contienen alimentos procesados.

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado



Apartado 4.5

Uvesco sostenible y eficiente



PLAN ESTRATÉGICO DE RESPONSABILIDAD

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN PRIORITARIOS, EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

El calentamiento global y el cambio climático es una de las preocupaciones y grandes retos a los que se enfrenta la sociedad en el presente y el futuro, y en el que las empresas debemos enfocar nuestros esfuerzos, con el fin de que la actividad que generamos sea sostenible y ponga las herramientas necesarias para cuidar el entorno donde se desarrolla. En Grupo Uvesco, desarrollamos un Plan Estratégico de Responsabilidad en el que, a partir de los valores y pilares de la empresa, definimos los ámbitos de actuación, en materia de sostenibilidad, prioritarios para nosotros y nosotras.

Este plan tiene como objetivos: por un lado, detectar nuestras fortalezas y profundizar en el

análisis de los impactos de nuestra actividad y, por otra parte, buscar alianzas con organizaciones, instituciones y entidades, que nos permitan avanzar en el ámbito de la sostenibilidad y reducir nuestros impactos. Todo ello, motivado por nuestra naturaleza de empresa local y desde los pilares que forman nuestro modelo, con una fuerte apuesta por el producto fresco y el producto km0, que nos empuja a desarrollar nuestra actividad, siendo respetuosos/as con nuestro entorno.



1
Carta de
nuestro
presidente

2
Resumen
del año
2022

3
Modelo
Uvesco

4
Impacto
generado

Siguiendo la hoja de ruta de este plan, en Uvesco hemos dado pasos decisivos, en los últimos años, en aquellos ámbitos de mejora en los que generamos un impacto y en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, marcados por Naciones Unidas. En 2022, hemos seguido reforzando y profundizando en estas áreas de mejora, con el objetivo de reducir nuestro impacto ambiental. Nuestro pilar es la prevención, ya que el mejor impacto es aquel que no se produce. De este modo, hemos seguido apostando por la inversión en medidas de eficiencia energética, de optimización del transporte y en la prevención de residuos. Además, para que ese impacto que producimos sea el menor posible, hemos potenciado el plástico reciclado en nuestros envases, hemos mantenido el consumo energético de origen 100% renovable y hemos

potenciado el reciclaje. En paralelo, hemos avanzado en nuevas alianzas, que amplíen nuestro alcance, nuestro conocimiento, y abran nuevas vías de investigación de materiales y acciones sostenibles, muy necesarias para seguir progresando en la generación de valor y mejora de nuestro entorno.

Para poder seguir avanzando en sostenibilidad, resulta imprescindible tener en cuenta las prioridades de los grupos de interés, para ir de la mano con ellos. Por eso mismo, durante este 2022, se han hecho encuestas a clientes/as, trabajadores/as, proveedores/as y equipo directivo, con el objetivo de poder realizar un análisis de materialidad, que conduzca al desarrollo y creación de una Estrategia Empresarial de Economía Circular.



LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO: EJE ESTRATÉGICO

LA LOGÍSTICA, UN EJE PRIORITARIO

La logística es un pilar fundamental en el sector de la distribución. Esta tiene dos tipos de impacto en el entorno: el primero de ellos, a través del reparto diario desde las centrales logísticas a los establecimientos; y el segundo, el reparto de los establecimientos a los domicilios de la clientela -un reparto que se incrementa, año tras año, como consecuencia del auge del e-commerce y de las personas que hacen la compra físicamente, pero prefieren utilizar el transporte a domicilio-.

Por tanto, mejorar y reducir nuestros impactos en el medio ambiente, fruto de nuestra actividad logística, ha sido uno de los ejes prioritarios. Así, en los últimos años, en Grupo Uvesco hemos desarrollado un análisis profundo, que nos ha permitido valorar el impacto y establecer acciones concretas de mejora.

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

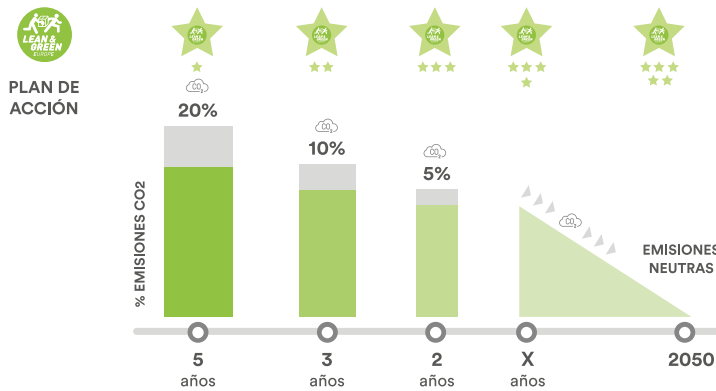
Impacto generado





La primera de las acciones llevada a cabo, en los últimos años, para reducir nuestra huella de Carbono ha sido la realización de un profundo estudio, para la mejora de los recorridos de camiones de reparto -desde los almacenes a tienda-, que nos ha permitido optimizar y mejorar estas rutas, que se combina con una renovación progresiva de la flota. Como resultado de las medidas adoptadas, sumadas a las medidas de eficiencia energética y consumo

renovable, hemos reducido un 44% las emisiones de CO₂ desde 2018, el primer año que se hizo la medición (indicador kg CO₂/palé). El alcance de la huella recoge las emisiones producidas, tanto en las plataformas logísticas, como en el transporte de las mismas, hasta los supermercados. En esta medición, se ha incluido el 100% de las rutas realizadas y el 100% de los palés transportados, con un alto grado de calidad en los procesos de obtención de datos para dicha medida.



La acreditación de estos logros nos llevó a obtener la **tercera estrella Lean & Green en 2021**, distintivo otorgado por AECOC y auditado por la consultora internacional EY (Ernst & Young), siendo una de las tres primeras empresas de España en lograrlo. Cabe destacar que la reducción de emisiones, que se realizó en tres años, está muy por encima del plazo exigido por esta acreditación.

Por otro lado, **el año 2022 ha estado marcado, en el plano logístico, por un paso decisivo: la puesta en marcha de una plataforma logística en la Comunidad de Madrid**, que si bien es una decisión estratégica -cuyo objetivo es avanzar en nuestro desarrollo en esta comunidad-, tiene un impacto directo

en nuestra gestión de sostenibilidad, ya que nos permite, en el presente y el futuro, reducir y optimizar los desplazamientos, contribuyendo a reducir nuestra huella de carbono.

Al mismo tiempo, en nuestro empeño por buscar nuevas fórmulas de transporte sostenible y de movilidad que avancen hacia la descarbonización, **en 2022, hemos llevado a cabo un proyecto piloto, con la puesta en circulación de varios camiones, en diferentes fases, con motor 100% eléctrico y/o híbrido enchufable**. En todos los casos, los camiones fueron probados en la planta logística de Irun (Gipuzkoa), para las rutas de servicios diarios a las tiendas de Gipuzkoa, Araba/Álava y Navarra.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

REPARTO DE SERVICIO A DOMICILIO MÁS SOSTENIBLE

28% DE LOS DESPLAZAMIENTOS DEL SERVICIO A DOMICILIO

Otra de las áreas, en las que trabajamos desde hace años, consiste en hacer más sostenible el reparto a domicilio desde la tienda, que comprende tanto las compras por internet, como aquellas que se realizan de manera física, pero en las que la clientela solicita que se le lleve la compra a casa. Durante años, se ha impulsado la compra de furgonetas eléctricas para este servicio. Así, gracias a la introducción de este tipo de vehículos, unido al reparto a pie y en bicicleta –para los trayectos más cortos y próximos a los establecimientos–, hemos conseguido que

un 28% de los desplazamientos del servicio a domicilio sean sostenibles, lo que impacta directamente en una reducción de la huella de carbono. Esta cifra de reparto sostenible llega al 100%, en el caso de Super Amara. Este compromiso se refuerza con los puntos de recarga de vehículos, con los que contamos en determinados supermercados.

DESPLAZAMIENTOS SOSTENIBLES
28%



COMPENSACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO ADHESIÓN AL FONDO VOLUNTARIO DE CARBONO DE GIPUZKOA

En paralelo a las acciones de reducción de la huella de carbono, en 2022, nos hemos adherido al Fondo Voluntario de Carbono de Gipuzkoa, impulsado por Naturklima, la fundación de cambio climático de Gipuzkoa, adscrita a la Dirección General de Medio Ambiente de la Diputación de Gipuzkoa. Con ello, nos comprometemos no solo a reducir nuestra huella, sino también a compensar nuestra huella de carbono, de aquella parte que no se puede reducir ni eliminar.

Este primer año, nuestro compromiso es el de compensar un **5% de nuestras emisiones**, que se aporta en forma de donación económica al fondo para la realización de una actividad sostenible. En concreto, nuestra aportación compensatoria se destinará a la reforestación de la

finca de Etxolazarreta, en el parque natural de Aiako Harriak, en Irun (Gipuzkoa), que fue arrasada por un incendio sufrido a finales de 2020. Que la compensación de las emisiones se realice en Gipuzkoa tiene un valor añadido, ya que los impactos se compensan en el mismo lugar donde se realiza el impacto (la mencionada finca se encuentra a escasos kilómetros de dos de nuestras plataformas logísticas) y ayudamos a regenerar un entorno local, lo que fomenta nuestro compromiso con la comunidad.

EMISIONES COMPENSADAS
5%



Naturklima

1

Carta de
nuestro
presidente

2

Resumen
del año
2022

3

Modelo
Uvesco

4

Impacto
generado

0 EMISIONES DE CO₂ POR CONSUMO ELÉCTRICO: RETO CUMPLIDO

MODELO DE SUPERMERCADO 100% SOSTENIBLE ENERGÉTICAMENTE

Desde mediados del año 2020, el 100% de la energía eléctrica que consumimos en Grupo Uvesco procede íntegramente de fuentes renovables, de forma que tenemos **0 emisiones de CO₂ por el consumo eléctrico**, cumpliendo el reto de contar con un modelo de supermercado 100% sostenible energéticamente. Gracias a este compromiso, unido a las medidas de eficiencia energética para el ahorro, **hemos dejado de emitir 22.258 toneladas de CO₂**, contribuyendo a la estrategia de descarbonización de la

economía, equivalentes a los 95,94 Gwh consumidos en 2022.

Este objetivo se cumplió gracias al acuerdo PPA (Power Purchase Agreement), en 2020, que convirtió a Uvesco en el primer grupo de distribución en España en firmar un compromiso de esta magnitud.



0 emisiones de CO₂ por el consumo eléctrico²

Al tratarse de un convenio de compraventa de energía a largo plazo, para el suministro de electricidad en base a activos renovables, nos permite mantener este compromiso de forma continuada y cumplir uno de los retos del futuro. Al mismo tiempo, este acuerdo nos ha permitido frenar el impacto de las variaciones coyunturales del mercado, a consecuencia de las subidas en el precio de la electricidad.

El 100% del suministro de energía eléctrica que consume el Grupo procede de la planta solar Núñez de Balboa, situada en Usagre (Badajoz, Extremadura), inaugurada en 2020 y que, con una capacidad de más de 500 MW, es el mayor proyecto fotovoltaico de Europa.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



SUPERMERCADOS ECO-EFICIENTES

AHORRO Y REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA

Además del compromiso con energías de fuentes renovables, la gestión en materia energética también incide en el ahorro y en la reducción de consumo -ya que, como decimos, la mejor energía es aquella que no se consume-. Esto se consigue a través de inversión en mejora de establecimientos y plataformas logísticas, como el cambio de luminarias por LED, la renovación de las instalaciones eléctricas y la colocación de muebles de frío y congelado, que permiten un mejor aprovechamiento de la energía eléctrica.

Con las inversiones realizadas, hemos conseguido un ahorro energético anual de 147.575 KWh, lo que equivale a 34.237,40 kg de CO2. Estas inversiones, que suman un total de 109.109 €, se dividen en:

- Iluminación: 36.856 €
- Mobiliario de frío: 72.253 €

AHORRO ENERGÉTICO ANUAL 147.575KWh	INVERSIÓN ILUMINACIÓN 36.856€	INVERSIÓN MOBILIARIO DE FRÍO 72.253€
-----------------------------------------------------	------------------------------------------------	-------------------------------------------------------



REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LOS RESIDUOS

La gestión y tratamiento de residuos es otro de los pilares fundamentales de nuestra estrategia de sostenibilidad. El sistema actual –plenamente consolidado en las plantas logísticas de Irun (Gipuzkoa)– está en línea con los objetivos ODS 12, 13 y 17 de Naciones Unidas. Así, se siguen dando pasos, con

el reto de implementar nuevas medidas que reduzcan la generación de desperdicio y favorezcan la separación en los supermercados y en las plantas logísticas.

Entregas diarias al Banco de Alimentos

El primer objetivo de nuestro Sistema de Gestión de Residuos es prevenir al máximo la generación de los residuos, que llevamos a cabo a través de un calendario de caducidades riguroso, por el que todo producto de tienda próximo a caducar o que, por cualquier otro motivo, no es apto para la venta se retira de la venta y se devuelve a central, en el mismo servicio de reparto a tienda –con un retorno que optimiza la ruta logística–. De esta forma, se cuenta con el stock actualizado y estos productos recuperados y aptos para el consumo se dirigen, en perfectas condiciones y en el día, al Banco de Alimentos.

Con este sistema, cumplimos tres objetivos sostenibles:

- 1 Reducir el desperdicio alimentario, con la recuperación de productos que, de otra forma, tendrían un impacto negativo, a través de la implicación del personal de tienda en la correcta gestión de las caducidades.
- 2 Reforzar los valores de servicio de calidad excelente y la generación de confianza con la clientela –ya que el calendario de caducidades en tienda está actualizado–.
- 3 Los productos recuperados tienen un impacto en la mejora de vida de las familias en riesgo de exclusión social, a través de los Bancos de Alimentos.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado



Programa “Too Good To Go”

Otra de las iniciativas que contribuyen a reducir el desperdicio alimentario es el programa “Too Good To Go”, que se aplica en todas las tiendas Super BM de Grupo Uvesco. Se trata de una aplicación móvil, que permite el aprovechamiento del excedente de productos diarios en tienda, a través de la venta de *packs* a precios reducidos. En 2022, se ha llegado a salvar un total de **109.851 packs**. Esto no solo evita el despilfarro, sino que equivale a 275 toneladas de CO₂ no emitido (el equivalente a 54 vuelos alrededor del mundo).

Por otra parte, se trata de una experiencia valorada positivamente por los consumidores,

con una puntuación de 8,5 sobre 10, en línea con nuestro objetivo de ofrecer un servicio excelente y lograr la mejor experiencia de compra.

1. Evita el despilfarro alimentario.
2. Reduce las emisiones de CO₂.
3. Refuerza la excelencia en el servicio.

PACKS SALVADOS

109.851

Programa “Último Minuto”

Por otro lado, en las tiendas Super Amara, además del retorno a central de todos aquellos productos que no son aptos para la venta (pero sí para el consumo), cuentan con el programa Último Minuto. Este está encaminado a poder donar todos aquellos productos que, por el motivo que fuera, no

pueden ser retornados a central. A través de este programa, se han donado más de 37.500 toneladas de productos y, gracias a este compromiso, se ha podido ayudar a más de 20.000 familias, además de reducir el impacto medioambiental.

SEPARACIÓN Y RECICLAJE DE RESIDUOS: COMPROMISO CON LA ECONOMÍA CIRCULAR

TRATAMIENTO DIFERENCIADO PARA CADA TIPO DE RESIDUO

La gestión de caducidades y la donación de productos es el primer paso, para reducir el volumen de productos desechados. Sin embargo, con aquellos residuos que no se puede evitar generar, es necesario realizar una correcta separación y tratamiento. En Grupo Uvesco, llevamos a cabo este compromiso, con un **tratamiento diferenciado para cada tipo de residuo** resultante de nuestra actividad de la

distribución alimentaria. Así, una vez tratado en nuestra planta logística, los **derivamos a otras empresas del entorno específicas para su reaprovechamiento en la producción de otros materiales**, con lo que se impacta positivamente en la economía circular y en la generación de valor.

Gestión de los restos en nuestros diferentes centros:



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

MATERIALES DE CARTÓN, PLÁSTICO, PÓREX Y MADERA

Tanto en tiendas como en las plataformas logísticas, se desechan, de manera diferenciada, para su entrega posterior a gestores/as autorizados/as. Estos residuos son reciclados para fabricar envases del mismo material.

ALIMENTACIÓN ENVASADA

Todos los residuos de alimentación envasada generados en las plantas de Gipuzkoa se envían a una planta de cogeneración en Mendigorria (Navarra), donde se produce biogás.

SANDACH CARNE

Los restos de carne se dirigen desde la planta logística de Gipuzkoa a la empresa Sebería Donostiarra (Donostia-San Sebastián) y desde la planta logística de Cantabria a Riograsa (La Rioja) -para fabricar jabones y pieles sintéticas-. En la zona centro, son recogidos, tienda a tienda, por gestores/as autorizados/as para tal fin.

SANDACH PESCADO

Se envían a la empresa Barna, en Mundaka (Bizkaia), donde los reutilizan para crear harinas de pescado. En la zona centro, son recogidos tienda a tienda por gestores/as autorizados/as para tal fin.

ORGÁNICO -FRUTAS, HORTALIZAS Y PAN NO APTOS PARA EL CONSUMO-

Se usan para hacer compost y biogás. En la planta logística de Irun, se envían a Mendigorria y en las tiendas se gestiona a través de los ayuntamientos.

RESTO

El material que no se puede separar para el reciclaje se envía a vertedero.

De forma complementaria, hasta la retirada del uso obligatorio de mascarillas, hemos llevado a cabo la separación y reciclaje de mascarillas desechables de las dos plataformas de Irun (Gipuzkoa), evitando que más de 88 kg de mascarillas terminaran en la basura. Esta medida se puso en marcha en 2021, con el objetivo de incorporar este material de uso en oficinas y

almacenes en el sistema de gestión y separación de residuos. Así, todas las mascarillas de tipo FFP2 y quirúrgicas que, una vez usadas, se depositaban en contenedores específicos para este fin, se trasladaban a una planta de tratamiento situada en Hernani (Gipuzkoa), donde eran transformadas para hacer combustible.

Reciclaje y reutilización de cápsulas de café: impacto circular. Finalista en los Premios Europeos de Prevención de Residuos 2022

En Grupo Uvesco, además de gestionar los residuos que generamos de la mejor manera, quisimos ir un paso más allá y ayudar a los/as clientes/as y vecinos/as a que pudieran reciclar sus restos, de la forma más cómoda y fácil posible. De este modo, se instalaron contenedores de reciclaje, en el punto de venta, para aquellos residuos que, por su naturaleza, plantean dudas o no tienen un contenedor concreto para su depósito.

En estos puntos limpios, **la clientela podía depositar sus cápsulas de café, aceite de cocina, cartuchos de tóner y pilas**. Estos contenedores contaban con el valor añadido de que estaban fabricados a partir de cápsulas de café recicladas, lo que no solo convierte el proyecto en circular (las cápsulas de café depositadas se transforman en nuevos contenedores), sino que permite dar ver a la ciudadanía la segunda vida que estos residuos pueden tener. Para

fabricar cada uno de estos puntos, se utilizaban unas 15.000 cápsulas de café (todo ello con la colaboración de Kafea Ekogras, quien además de fabricar los contenedores es la empresa gestora encargada de recoger las cápsulas y el aceite).

Esta iniciativa fue la ganadora de la Semana de Prevención de Los Residuos de Euskadi, además de una de las tres finalistas, a nivel europeo, de la European Week for Waste Reduction, cuya entrega de premios se celebró el 9 de junio en Bruselas. No es la primera vez que Grupo Uvesco llega a ser finalista en estos premios, ya que, en 2017, también estuvimos presentes por nuestro sistema de gestión de residuos.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Durante este 2022, se han reciclado más de 1.194 kg de cápsulas de café, el equivalente a 83.580 cápsulas. El objetivo en 2023 consiste en poder expandir estos puntos de reciclaje a un total de 30 tiendas.

En paralelo, todos los supermercados tienen a disposición de su clientela contenedores para depositar pilas. Además, en más de 90 supermercados contamos con puntos de recogida de luminarias, donde se puede dejar bombillas y fluorescentes.



Acuerdos con ayuntamientos y mancomunidades

Por otro lado, tenemos acuerdos con diferentes ayuntamientos y mancomunidades de las localidades de [Pamplona](#), [Getxo](#), [Bilbao](#), [Vitoria-Gasteiz](#), [Logroño](#) y [Madrid](#), entre otras poblaciones, [para colocar contenedores de residuos orgánicos en nuestros supermercados](#), garantizando así que esta fracción se recicla en las tiendas que se encuentran en las ubicaciones afectadas. El propósito es que se pueda reciclar la materia orgánica en el 100% de las tiendas de Grupo Uvesco, para lo

cual seguimos en conversaciones con ayuntamientos y mancomunidades.

Unido a estas acciones, en 2022, hemos tomado parte activa, a través del [Clúster de Reciclaje de Gipuzkoa \(GK Recycling\)](#) y junto a más de 80 empresas guipuzcoanas, para la puesta en común de los retos en materia de reciclaje, en nuestro compromiso por avanzar en este ámbito.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Residuo Cero: validación de nuestro compromiso con el reciclaje

Fruto de toda la estrategia que llevamos a cabo en materia de residuos, en 2022, hemos vuelto a revalidar el certificado "Residuo Cero" distintivo otorgado por AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), que acredita que tenemos una [tasa de reciclaje de un 95% en las plantas logísticas de Irun \(Gipuzkoa\)](#). Con ello, se da visibilidad a nuestro compromiso con

la sostenibilidad y se pone en valor nuestro sistema de gestión de residuos, que tiene como fin minimizar nuestro impacto en el medio ambiente y, además, cumplir un compromiso solidario, a través de nuestra aportación y apoyo a los Bancos de Alimentos, y abrir vías de colaboración, con empresas locales de tratamiento y reciclaje de residuos.



Para la obtención del certificado, AENOR lleva a cabo auditorías, donde se analizan la totalidad de los residuos generados durante un año, analizando su segregación, su almacenamiento y su posterior envío a empresas de reciclaje. También, comprueba que esos/as gestores/as reciclen los residuos, analizando así la trazabilidad completa de los residuos hasta su tratamiento final. Durante 2021, se analizó el 100% de los residuos generados: cartón, plásticos, pórex, alimentación envasada, madera, restos orgánicos... hasta las fracciones más minoritarias, como las mascarillas o los cartuchos de tóner. Asimismo, se analizan las medidas de prevención de residuos, como las donaciones al Banco de Alimentos.

Con este certificado “Residuo Cero”, cumplimos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS en materia de reciclaje -ODS 12 y 13-, garantizando que prácticamente el 100% de los residuos son derivados a plantas de tratamiento específicas para su posterior reciclado, manteniendo el compromiso con el cuidado y respeto al medio ambiente. Los próximos pasos irán destinados a la consecución del certificado, para las plantas logísticas ubicadas en Cantabria.

TASA RECICLAJE (PLANTAS IRUN)
5%



Por otro lado -y de manera muy necesaria-, implementamos acciones de sensibilización hacia sus trabajadores/as y clientes/as, para implicarles en la estrategia de compromiso sostenible, mantener la cadena de valores en todo el proceso de la gestión comercial y que estos, a su vez, lo puedan trasladar a los/as

clientes/as. Entre otras acciones, organizamos, por segundo año consecutivo y a través de la iniciativa impulsada por Ecoembes y SEO BirdLife, "1 m² por la basuraleza", una jornada de voluntariado de recogida de residuos, en el entorno natural de la playa de Sonabia, en Cantabria.



1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

Adhesión al pacto mundial de las Naciones Unidas

En 2022, también hemos dado un paso más en nuestro compromiso sostenible con la adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (iniciativa de la ONU, que lidera la sostenibilidad empresarial a nivel mundial). Esta adhesión conlleva un compromiso por desarrollar acciones responsables y por alinear la estrategia englobada en cuatro áreas: derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Además, el pacto recoge el compromiso en avanzar hacia Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 17 -alianzas para lograr los objetivos-, ya que la colaboración, tanto con entidades locales, como con otras empresas es clave para avanzar en sostenibilidad.

Adhesión al Basque Ecodesign Center

En 2022, Grupo Uvesco se unió al Basque Ecodesign Center (BEdC), una alianza público-privada, impulsada por el Gobierno Vasco, con el fin de avanzar la economía circular en el tejido empresarial vasco. Esta asociación se presenta como uno de los polos de referencia en el sur de Europa, en materia de ecodiseño y economía circular. Uvesco se incorpora, de esta forma, a una alianza más de la que ya forman parte dieciséis empresas, referentes en País Vasco, coordinadas por las entidades públicas Ihobe y Spri, reforzando, una vez más, el compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Dentro de este marco, Grupo Uvesco trabajará en diferentes proyectos, que no solo logren que avancemos en sostenibilidad, sino que puedan generar conocimiento para todo el tejido empresarial vasco. La primera iniciativa llevada a cabo de la mano del BEdC ha sido la evaluación de la sostenibilidad de los envases. Así, se espera poder seguir avanzando en diferentes proyectos relacionados con las métricas ambientales, como por ejemplo la medición de la tasa de reciclaje y la huella hídrica.



**Basque
Ecodesign
Center**

Otros proyectos de colaboración

En paralelo, hemos participado en otros proyectos colaborativos con otras

organizaciones, para poder avanzar en temas medioambientales:

ODSFOOD

Promovido por el Basque Food Cluster, este proyecto estaba dirigido a que grandes empresas con experiencia en la implantación de los ODS pudieran traccionar a PYMES, en su avance hacia la sostenibilidad.

URBANKLIMA 2050

Una de las múltiples actividades de este proyecto fue generar conocimiento en torno a la economía circular en las empresas de Gipuzkoa, en la que Uvesco compartió su proceso.

ONTINFOOD

Del Basque Food Cluster, que promovía la mejora en la reciclabilidad de los envases.

BASQUE CIRCULAR SUMMIT

Dentro del mayor evento de Economía Circular del sur de Europa, Grupo Uvesco participó en dos ponencias diferentes: el futuro de la descarbonización y la sostenibilidad en la cadena alimentaria.

EXPOSICIÓN "ZIRKULARRAK"

Dentro de esta exposición de más de 175 productos ecodiseñados, Uvesco participó con sus bandejas fabricadas a partir de plástico reciclado en un 95%.

1

Carta de nuestro presidente

2

Resumen del año 2022

3

Modelo Uvesco

4

Impacto generado

UTILIZACIÓN DE ECOENVASES Y APUESTA POR EL PLÁSTICO RECICLADO

EL DISEÑO Y GESTIÓN DE ENVASES, PARTE FUNDAMENTAL DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

En 2022, Grupo Uvesco ha comercializado más de 145 millones de envases, lo que hace que su diseño y gestión sea una parte fundamental de su estrategia de sostenibilidad.

Durante este último año, Uvesco ha continuado con el camino comenzado hace un tiempo, centrado en mejorar la reciclabilidad de los envases y en incluir plástico reciclado en ellos. De este modo, 2022 ha sido el año en el que el pórex, un material poco reciclable, ha sido completamente eliminado de los envases.

Al mismo tiempo, hemos avanzado en la introducción de plástico reciclado en nuestros envases. Todo el pórex se ha sustituido por bandejas que plástico PET reciclado al 95% y

por bandejas de cartón. Del mismo modo, las botellas para el zumo recién exprimido han pasado a ser de material 100% reciclado. Además, para favorecer la reutilización y la reducción de residuos entre nuestros/as clientes/as, en todas las tiendas se ofrecen mallas de fruta y verdura.

Con todo, mientras en 2020 el plástico reciclado suponía un 34% del total del plástico usado en envases (unos 63.000 kg), **en 2022 hemos pasado a un 50,42% del total del plástico, lo que se traduce en un uso de más de 113.936 kg de plástico reciclado.**



TICKET DIGITAL MAYOR AHORRO DE PAPEL

A través de las aplicaciones móviles de BM Supermercados y Super Amara, conseguimos impactar en la reducción del consumo de papel, primero con la emisión de bonos y descuentos en el móvil, y segundo a través del *ticket* digital. A través del *ticket* digital, se reduce la emisión de papel, ya que los/as clientes/as que lo solicitan pueden ver todas sus compras en su

aplicación móvil y evitar, de esta forma, la impresión del *ticket* en la caja del supermercado.

Actualmente, ya cuentan con *ticket* digital un total 41.365 clientes/as de nuestros establecimientos, con lo que también contribuimos a un ahorro del consumo de papel.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

<p>CLIENTES/AS APP</p> <p>227.879</p>	<p>CLIENTES/AS APP BM</p> <p>216.121</p>	<p>CLIENTES/AS APP SUPER AMARA</p> <p>11.758</p>
<p>CLIENTES/AS TOTALES TICKET DIGITAL</p> <p>41.365</p>	<p>CLIENTES/AS SUPERMERCADOS BM TICKET DIGITAL</p> <p>37.857</p>	<p>CLIENTES/AS SUPER AMARA TICKET DIGITAL</p> <p>3.508</p>





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