



02

NUESTRAS CIFRAS

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

Principales cifras y datos de 2025

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

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

305
SUPERMERCADOS

1.270M€
FACTURACIÓN

7.432
PLANTILLA

Los ejes de nuestro modelo

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

01 IMPULSO AL PLAN DE EXPANSIÓN

02 ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE NUESTRA CLIENTELA

03 ESPECIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO

04 COMPROMISO CON EL PRODUCTO FRESCO Y LOCAL

05 IMPLANTACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN

UVESCO EN CIFRAS

FACTURACIÓN

1.270M€

INVERSIÓN

40,6M€

PERSONAS
EMPLEADAS

7.432

INVERSIÓN EN
FORMACIÓN

6,8M€

MUJERES CON
PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD
EN TIENDA

72%

PROVEEDORES/AS
LOCALES

263M€

TASA DE RECICLAJE
DEL GRUPO

78,5%

MATERIAL
RECICLADO
EN ENVASES

50,3%

COMPENSACIÓN
HUELLA DE
CARBONO

571T

AHORRO
ENERGÉTICO

42.906KWh

BANCOS DE
ALIMENTOS

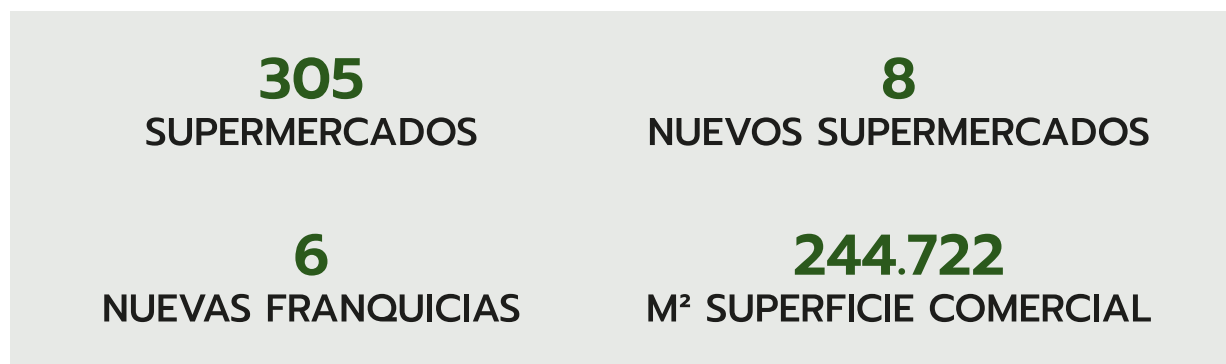
397T

01 IMPULSO AL PLAN DE EXPANSIÓN

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

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

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



02 ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE NUESTRA CLIENTELA

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

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



+1.600
NÚMERO REFERENCIAS
MARCA BM

16,6%
% VENTAS MARCA BM

03 ESPECIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO

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

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

6,8M€
INVERSIÓN EN FORMACIÓN

965€
INVERSIÓN POR PERSONA

04 COMPROMISO CON EL PRODUCTO FRESCO Y LOCAL

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

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



+400
PEQUEÑOS/AS
PRODUCTORES/AS

263M€
COMPRAS PROVEEDORES/AS
LOCALES

05 IMPLANTACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN

Uvesco establece en su estrategia de sostenibilidad, las metas que quiere alcanzar durante los próximos años, definiendo los horizontes 2025 y 2030. Esta estrategia

establece objetivos de todos los ámbitos de la sostenibilidad, cubriendo los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

26,5%
DESPLAZAMIENTOS
SOSTENIBLES

78,5%
TASA DE RECICLAJE
DEL GRUPO

571T
COMPENSACIÓN
HUELLA DE
CARBONO

