

# plusfrésc:

de Lleida

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



2024



Contenido

# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

- 1. ALCANCE DE LA MEMORIA** (pág. 9)
  - 2. PLUSFRESC, EL SUPER QUE T'ESTIMA**
    - 2.1. Contigo desde 1929 (pág. 10)
    - 2.2. PLUSFRESC cerca de ti (pág. 13)
    - 2.3. Cultura corporativa orientada al valor y al compromiso (pág. 14)
    - 2.4. Análisis de materialidad (pág. 16)
    - 2.5. Factores y tendencias del mercado. Principales riesgos (pág. 19)
    - 2.6. Retos no financieros (pág. 21)
  - 3. COMPROMETIDOS CON LOS CLIENTES** (pág. 25)
    - 3.1. Así son nuestras tiendas (pág. 26)
    - 3.2. Nuevos espacios (pág. 42)
    - 3.3. Al lado de nuestros clientes (pág. 46)
  - 4. COMPROMETIDOS CON LA CALIDAD DEL PRODUCTO**
    - 4.1. Cercanía y calidad (pág. 49)
    - 4.2. Producto de proximidad (pág. 58)
  - 5. LOS COLABORADORES**
    - 5.1. Información sobre nuestros colaboradores (pág. 61)
    - 5.2. Nuestro equipo (pág. 68)
    - 5.3. Organización del trabajo (pág. 70)
    - 5.4. Formación continua (pág. 71)
    - 5.5. Seguridad y salud en el trabajo (pág. 74)
    - 5.6. Igualdad de oportunidades (pág. 76)
  - 6. COMPROMISO CON EL ENTORNO MEDIOAMBIENTAL** (pág. 79)
    - 6.1. Datos cuantitativos relacionados con la sostenibilidad ambiental (pág. 81)
    - 6.2. Reducción de residuos y valorización (pág. 84)
    - 6.3. Desperdicio alimentario (pág. 85)
    - 6.4. Cambio climático y eficiencia energética (pág. 87)
  - 7. COMPROMETIDOS CON EL ENTORNO SOCIAL** (pág. 91)
    - 7.1. Inclusión laboral y apoyo social (pág.91)
    - 7.2. PLUSFRESC solidario (pág.94)
    - 7.3. Colaboraciones y patrocinios deportivos (pág.95)
  - 8. CUMPLIMIENTO NORMATIVO** (pág. 99)
  - 9. INFORMACIÓN FISCAL** (pág. 101)
- ANEXO I** (pág.102)  
PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME
- ANEXO II** (pág. 103)  
ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI DE CONFORMIDAD



## Carta del **PRESIDENTE**

### **Impulsamos un crecimiento responsable con un enfoque a largo plazo**

**“Detrás de cada paso que damos, hay personas que creen en este proyecto. A nuestros clientes, colaboradores, franquiciados, proveedores y accionistas: gracias por su compromiso y por acompañarnos en este camino de transformación.”**

**El cierre del año fiscal 2024 nos brinda la oportunidad de hacer equilibrio de lo conseguido y, sobre todo, de reafirmar el rumbo que seguiremos seguir. PLUSFRESC** no solo ha crecido en estos años, sino que lo ha hecho manteniendo su esencia y principios. Nuestra prioridad sigue siendo la cercanía con nuestros clientes, la confianza en nuestras relaciones y la toma de decisiones con un enfoque de largo plazo, donde cada acción tenga un propósito claro y un impacto positivo.

**El sector de la distribución alimentaria está en constante evolución**, y en este contexto, hemos consolidado una manera de trabajar basada en la calidad, el compromiso con las personas y el respeto por el entorno en el que operamos. Cada paso que damos responde a un criterio de responsabilidad y coherencia con nuestros valores. Sabemos que nuestro éxito no se mide solo en resultados, sino en la confianza que generamos y en la capacidad de responder a las expectativas de quienes nos eligen.

En este camino, **nuestros colaboradores han sido clave**. Su esfuerzo diario, su profesionalidad y su implicación nos han permitido avanzar con solidez y afrontar cada reto con la seguridad de contar con un equipo comprometido. **También queremos reconocer el papel de nuestros proveedores**, con quienes hemos construido relaciones basadas en la transparencia y el trabajo bien hecho. Y por supuesto, nuestros clientes, cuya fidelidad nos impulsa a seguir mejorando y ofreciendo un servicio que responda a sus necesidades reales.

De cara a 2025, **nos enfrentamos a un escenario exigente, pero también lleno de oportunidades**. Nuestro objetivo es seguir fortaleciendo nuestra propuesta, optimizar nuestros procesos y asegurar que cada decisión que tomamos refleje lo que somos. Nos comprometemos a mantener un enfoque realista y responsable, evitando promesas vacías y centrándonos en hechos que demuestren nuestra manera de hacer las cosas.

**Queremos seguir construyendo un PLUSFRESC sólido, confiable y preparado para el futuro**. Gracias a todos los que forman parte de este proyecto por su apoyo, su compromiso y su confianza. Seguimos avanzando juntos.

Jordi Oncins  
Presidente de **PLUSFRESC**

## Carta del **DIRECTOR GENERAL**

### **2024, un año que fortalece nuestro liderazgo en proximidad**

**“Cada vez más personas acuden a nuestras tiendas y canal on-line porque confían en PLUSFRESC y, lo más importante, deciden quedarse y convertirnos en su aliado”**

**El ejercicio 2024 ha representado para PLUSFRESC un año clave en la consolidación de nuestro modelo de negocio** basado en la proximidad, la calidad del servicio y la sostenibilidad operativa. Durante este período, hemos reforzado nuestra presencia territorial mediante la apertura de nuevos establecimientos y la renovación de nuestras tiendas, mejorando así la accesibilidad, la eficiencia operativa y la experiencia de compra tanto en canal físico como digital.

En el marco de nuestra estrategia de transformación, **hemos continuado fortaleciendo la colaboración con productores locales, impulsando la trazabilidad y reduciendo el desperdicio alimentario.** Estas acciones reflejan nuestro compromiso con un modelo de distribución responsable, eficiente en el uso de recursos y orientado a la generación de valor compartido a lo largo de toda la cadena.

**El año 2024 marca además la finalización de nuestro Plan Estratégico 2022-2024, un período en el que se han alcanzado hitos relevantes** tanto a nivel operativo como organizativo. Entre ellos, destaca la primera promoción de la Universidad **PLUSFRESC**, un proyecto que simboliza nuestra apuesta por el desarrollo del talento interno y el fortalecimiento de las competencias de liderazgo. Este hito se suma a las actividades de la Escuela de Frescos, dirigida a la formación técnica de profesionales en carnicería y pescadería, consolidando así un modelo de formación continua al servicio de la excelencia operativa.



Desde una perspectiva de innovación, **el reconocimiento al supermercado SUNKA con el premio a la Mejor Innovación en Retail en los Premios AECOC 2024 ratifica nuestra voluntad de seguir siendo referentes en el sector,** aplicando soluciones que aporten valor real al consumidor.

Asimismo, **hemos mantenido firme nuestro compromiso con el equilibrio territorial,** garantizando el acceso a productos frescos y saludables también en municipios de menor densidad poblacional. **A través del proyecto 3S centrado en salud, sostenibilidad y seguridad alimentaria hemos continuado alineando nuestras operaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible** y reforzando nuestra capacidad para operar de forma coherente con las expectativas sociales y ambientales emergentes.

En un contexto de transformación normativa y creciente exigencia por parte de los grupos de interés, **hemos avanzado en la mejora de nuestros sistemas de evaluación interna,** incorporando métricas más robustas que nos permiten analizar el impacto real de nuestras decisiones.

**De cara al 2025, asumimos los desafíos con determinación y claridad estratégica.** Seguiremos impulsando mejoras continuas, integrando los principios de sostenibilidad en cada ámbito de nuestra actividad y trabajando con el propósito de consolidarnos como la opción de proximidad preferida por nuestros clientes.

**Agradecemos a todas las personas que forman parte de PLUSFRESC su compromiso, esfuerzo y profesionalidad,** elementos esenciales para seguir avanzando en nuestro propósito común.

Francisco González  
Director General de **PLUSFRESC**

# Alcance de la MEMORIA

## 1 Alcance de la MEMORIA

**PLUSFRESC** presenta esta Memoria de Sostenibilidad para **dar respuesta a los requerimientos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio**, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. En su elaboración se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE y lo que establecen los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) (opción GRI seleccionados). Asimismo, muestra el compromiso de la compañía con los Diez Principios del Pacto Mundial.

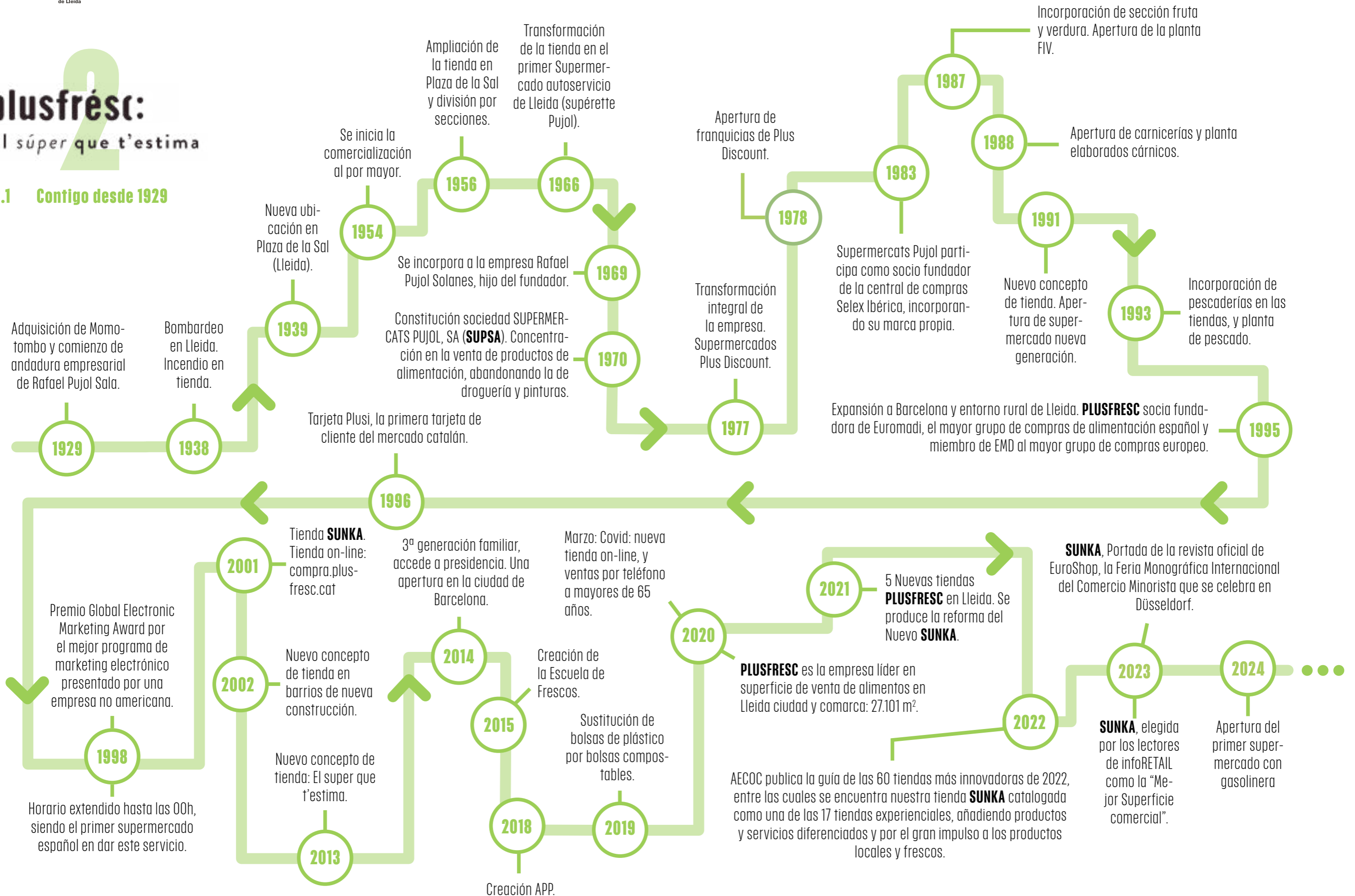
**La información contenida en esta Memoria de Sostenibilidad se refiere a Supsa Supermercats Pujol, S.L. (en adelante referido como SUPSA), cuyo capital social es 100% leridano.** A lo largo del informe nos referimos a **PLUSFRESC** que es la cadena de supermercados de **SUPSA**.

Atendiendo a la Ley 11/2018, la presente Memoria para el ejercicio 2024 comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre, **facilita información sobre cuestiones relacionadas con los derechos humanos, la lucha contra la corrupción y el soborno, así como cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal que son relevantes para SUPSA** en el desarrollo de sus actividades y en aquellas ubicaciones en las que se concentra su negocio, siguiendo los criterios de materialidad, relevancia, comparabilidad y fiabilidad. Esta memoria se presenta como anexo al Informe de Gestión que se presenta con las cuentas anuales. Este informe es de carácter público y puede ser consultado en la web corporativa: <https://www.plusfresc.cat/memories-sostenibilitat/>

# plusfrésc:

El súper que t'estima

## 2.1 Contigo desde 1929



**plusfrésc:**  
de Lleida

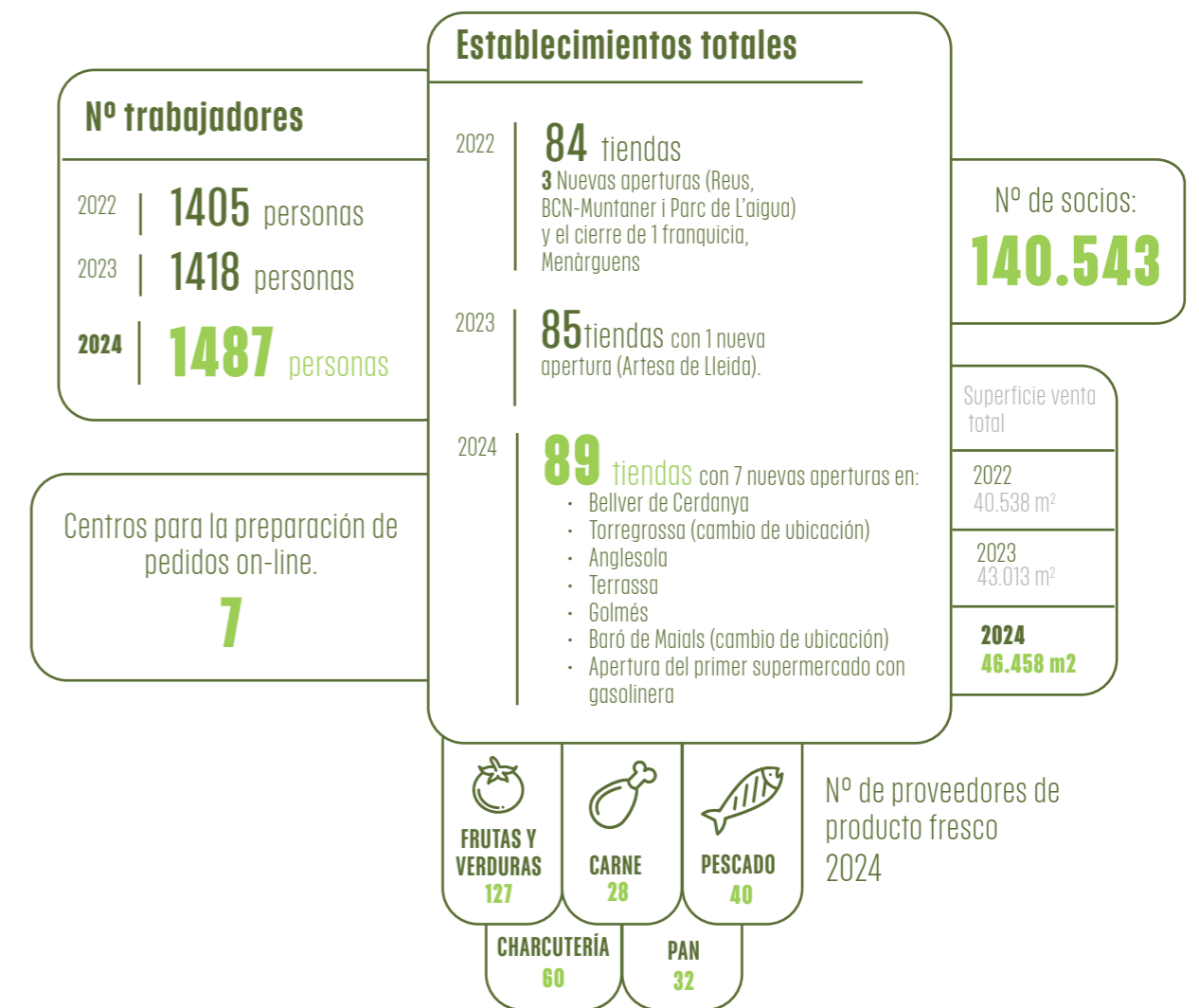
El súper que t'estima

## 2.2 PLUSFRESC cerca de ti

**SUPSA, propietaria de la cadena de supermercados PLUSFRESC,** es la empresa líder en distribución de alimentación en las comarcas leridanas. Actualmente, cuenta con 89 establecimientos ubicados en las provincias de Lleida, Barcelona, Tarragona y la Franja de Ponent.

**Nuestro modelo de negocio se caracteriza por su enfoque en la calidad, la proximidad y la experiencia del cliente.**

**SUNKA** es el buque insignia de la cadena, un espacio que ofrece a sus clientes una experiencia de compra más fácil y agradable, en un espacio amplio y una propuesta comercial adaptada a las necesidades de los clientes integrando la tecnología y la innovación de forma natural y renovando nuestro compromiso con las personas y el medioambiente.



Supermercado virtual:

<https://compra.plusfresc.cat>

Facturación de venta on-line sobre venta total: **1,7%**

### 2.3 Cultura corporativa orientada al valor y al compromiso

En un contexto donde el valor diferencial no reside únicamente en el producto, sino en la forma en que se entrega, en **PLUSFRESC** hemos desarrollado una identidad basada en **decisiones alineadas con el largo plazo, el conocimiento del entorno y la atención constante a las necesidades reales** de las personas. Cada acción se fundamenta en criterios operativos sólidos, con resultados que pueden evaluarse desde su impacto directo.

**Nuestro objetivo** no es simplemente proporcionar acceso a productos de calidad, sino **facilitar a nuestros clientes elecciones informadas dentro de espacios concebidos para generar confianza**. Esto requiere una ejecución precisa, un equipo capacitado y estándares claros en todos los puntos de venta.

La evolución de nuestro modelo de negocio se apoya en la capacidad de mantener la dirección estratégica ante contextos cambiantes. Aumentar la eficiencia, incorporar innovación y responder con agilidad exige preservar pilares esenciales: el trato respetuoso, la coherencia en la acción y la contribución activa al entorno inmediato.

El compromiso forma parte del funcionamiento estructural de **PLUSFRESC**. No se expresa únicamente a través de políticas, sino mediante la responsabilidad asumida en cada decisión operativa, desde la relación con proveedores hasta la atención en tienda. La confianza se consolida a través de una ejecución alineada con los principios que se promueven.

**Los valores que sustentan nuestra forma de actuar —honestidad, humildad, respeto, vocación de servicio y entusiasmo— se integran como referentes funcionales** que guían los procesos internos, las dinámicas de equipo y el enfoque hacia el cliente.

**El derecho de las personas a recibir una atención profesional, transparente y centrada en sus necesidades se materializa en espacios definidos para garantizar accesibilidad, seguridad y claridad durante el proceso de compra.** Nuestra propuesta de valor no se apoya en elementos accesorios, sino en una oferta bien estructurada y una atención rigurosa.

Nuestra relación con el entorno territorial se entiende como parte indivisible de nuestra actividad. Este vínculo se construye desde la implicación continua, mediante iniciativas con efecto directo en las realidades locales. Las acciones que desarrollamos en los ámbitos social y ambiental responden a una lógica de corresponsabilidad, sin desvincularse del día a día operativo.

**La coherencia entre propósito, práctica y resultados nos ha permitido establecer una forma propia de operar: estructurada, medible y orientada a generar valor real.**

En **PLUSFRESC** trabajamos desde hace años para ser una empresa sostenible social, económica y medioambientalmente a través de diferentes iniciativas y queremos concienciar y hacer partícipes a nuestros clientes de que comprando en **PLUSFRESC** dan soporte a las causas que nos definen: a los proveedores y productores locales, a una alimentación saludable basada en el producto fresco, de la tierra y de temporada, a la sostenibilidad, con iniciativas dirigidas a la protección del medio ambiente; y a la solidaridad, con acciones que buscan mejorar nuestro entorno más próximo.

Nuestro Compromiso **PLUSFRESC** se basa en tres pilares:



**Comprometidos con los clientes**



**Comprometidos con la calidad del producto**



**Comprometidos con el entorno social y ambiental**



## 2.4 Análisis de materialidad

En SUPSA identificamos nuestros grupos de interés más representativos, por ser los más significativos en nuestra actividad diaria. Como partes interesadas de la compañía, centramos en ellos todos nuestros esfuerzos para satisfacer sus necesidades y cumplir sus expectativas.

Nuestros grupos de interés se detallan a continuación:



## Estudio de materialidad

PLUSFRESC realiza un estudio de materialidad propio para la identificación de los temas relevantes, considerando como asuntos materiales aquellos que son, a su vez, de relevancia para sus grupos de interés y los que lo son para la propia compañía y su estrategia corporativa. Asimismo, se tiene en cuenta las necesidades y expectativas de los grupos de interés, información obtenida a partir de las fuentes de información más representativas para cada uno de ellos y del análisis de estudios sectoriales e intersectoriales.

Esto ha supuesto, para el año 2024 la revisión de los temas materiales identificados en el análisis del ejercicio anterior y la modificación de los mismos teniendo en cuenta los temas identificados por las normas SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para el sector.

Los temas analizados, en relación a sus correspondientes categorías, han sido:

CATEGORÍAS	LISTA DE TEMAS
IMPACTO BUEN GOBIERNO	Satisfacción del cliente
	Ética empresarial
	Gestión del entorno legal y regulatorio
	Derechos humanos y relaciones comunitarias
IMPACTO SOCIAL	Calidad y seguridad del producto
	Digitalización
	Prácticas laborales
	Seguridad y salud en el trabajo
	Compromiso, diversidad e inclusión
	Gestión de la cadena de suministro
IMPACTO AMBIENTAL	Economía circular
	Desperdicio alimentario
	Emisión de GEI
	Gestión de la energía
	Protección de la biodiversidad
	Consumo responsable de recursos

A continuación, se muestra la matriz gráfica resultante del Análisis de Materialidad:



**RELEVANCIA ALTA**  
(Muy relevantes para la sociedad y el negocio)

**RELEVANCIA MEDIA**  
(Relevancia media/alta para la sociedad y media/alta para el negocio)

1. Satisfacción del cliente
2. Calidad y seguridad alimentaria
3. Prácticas laborales
4. Seguridad y salud en el trabajo
5. Economía circular
6. Consumo responsable de recursos
7. Protección de la biodiversidad
8. Emisiones de GEI
9. Gestión de la energía
10. Desperdicio alimentario
11. Compromiso, diversidad e inclusión
12. Derechos humanos y relaciones comunitarias
13. Ética empresarial
14. Digitalización
15. Gestión del entorno legal y regulatorio
16. Gestión de la cadena de suministro

## 2.5 Factores y Tendencias del mercado. Principales riesgos

La actividad de PLUSFRESC se enmarca en un contexto de transformación estructural del sector de la distribución alimentaria, marcado por una creciente concentración del mercado, una presión continuada sobre los precios y una evolución constante en los hábitos de consumo hacia criterios más exigentes en cuanto a calidad, trazabilidad y responsabilidad en la elección. Estos factores se manifiestan con particular intensidad en Cataluña, especialmente en las comarcas de Lleida y la Franja de Ponent, donde mantenemos una posición consolidada gracias a nuestro arraigo territorial y a una oferta centrada en producto fresco de origen local.

Este entorno refuerza tendencias clave que inciden tanto en la estrategia de marca como en las operaciones diarias. Entre ellas, destacan el crecimiento del peso de las marcas propias, la valorización del producto de proximidad, el interés por opciones asociadas a pautas alimentarias más equilibradas y el avance de la digitalización en los procesos de compra. La respuesta a estas dinámicas requiere capacidad de adaptación, conocimiento profundo del mercado y una ejecución alineada con los principios que definen nuestra propuesta de valor.

Desde el punto de vista económico, el impacto de la inflación en los productos básicos y la presión sobre el poder adquisitivo de los hogares hacen imprescindible una gestión equilibrada de precios, promociones y márgenes, garantizando en todo momento los estándares de calidad. En paralelo, el incremento de los costes energéticos y laborales impulsa la necesidad de optimizar la eficiencia, tanto en el ámbito logístico como en las operaciones en tienda y en los sistemas digitales.

El entorno competitivo, por su parte, plantea desafíos relevantes. La expansión de grandes cadenas nacionales e internacionales en zonas urbanas del territorio obliga a reforzar los atributos diferenciales que han definido el posicionamiento de PLUSFRESC: la cercanía, la atención personalizada y la especialización en producto fresco.

En el ámbito social, se constata una evolución sostenida hacia estilos de vida que priorizan decisiones alimentarias más conscientes, con mayor trazabilidad y exigencias claras en materia de responsabilidad corporativa. Este comportamiento fortalece el enfoque estratégico adoptado por PLUSFRESC, pero requiere mantener elevados niveles de exigencia en la gestión del talento, la atención al cliente y la adaptación a perfiles sociodemográficos diversos.

El marco regulatorio también experimenta una evolución significativa para nuestro sector, incorporando nuevas obligaciones relacionadas con la gestión del desperdicio alimentario, el envasado de los productos y las condiciones laborales. Cumplir con estas exigencias, al tiempo que se aprovechan los marcos normativos que promueven el producto local y los modelos circulares, resulta fundamental para garantizar la continuidad operativa y la competitividad a largo plazo.

Asimismo, el avance tecnológico continúa transformando el modelo de negocio. La automatización de procesos, la utilización de datos para personalizar la oferta comercial y la integración entre los canales físicos y digitales constituyen áreas prioritarias de inversión. Estos desarrollos deben orientarse a mejorar la eficiencia interna, enriquecer la experiencia del cliente y asegurar un alineamiento estructural con marcos de gobernanza exigentes, en consonancia con las expectativas sociales emergentes.

Con el objetivo de anticiparse a estos cambios y minimizar su impacto, PLUSFRESC lleva a cabo un análisis de los factores internos y externos que pueden incidir sobre su desempeño, evaluando los principales riesgos y oportunidades en los ámbitos económico, social y ambiental, así como las medidas implantadas en la compañía para mitigarlos. Todas las políticas corporativas se revisan periódicamente y se actualizan con el propósito de alcanzar los mejores resultados posibles. En esta memoria se presentan los riesgos identificados, junto con las medidas implementadas para su adecuada gestión.

RIESGOS NO FINANCIEROS	MEDIDAS IMPLANTADAS
Penales, corrupción y soborno	Programa de cumplimiento normativo ( corporate compliance)
	Política anticorrupción
	Código ético
	Canal de denuncias
Derechos humanos	Plan de formación
	Código de conducta
Ambiental	Plan de formación
	Código ético
Sociales	Código ético
	Plan de igualdad
	Convenios colectivos de aplicación
	Plan de prevención de riesgos laborales
Desarrollo sostenible	Plan estratégico
Subcontratación y proveedores	Condiciones de calidad y seguridad alimentaria para proveedores
	Certificación Welfair® de bienestar animal



## 2.6 Retos no financieros

En **PLUSFRESC** queremos hacer las cosas cada día mejor, por lo que toda nuestra actividad se desarrolla bajo una perspectiva de mejora continua, en línea con nuestra estrategia, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por la Agenda 2030 y el cumplimiento de los diez principios del pacto mundial.

Una vez finalizado el plan estratégico para el periodo 2022-2024 y fruto de una reflexión interna realizada por la Comisión Estratégica diseñamos nuestro Plan Estratégico 2025-2027. El trabajo realizado nos ha llevado a reorientar nuestras líneas estratégicas atendiendo al avance de la compañía, a lo que somos y a lo que queremos ser.

El Plan Estratégico para el periodo 2025-2027, se fundamenta en cinco áreas estratégicas y cinco ejes:

**Área estratégica Nuevos modelos de negocio**

- Poner en marcha un modelo de franquicia para colaboradores.

**Área estratégica Transformación Digital**

- Continuar con la implantación de nuevas herramientas de empoderamiento de los equipos de tienda. (Programario pistolas)

**Área estratégica Personas y Talento**

- Universidad **PLUSFRESC** para los responsables de sección.

**Área estratégica: Innovación**

- Sistema de aprovisionamiento integral para las secciones de frescos
- Trabajar en transformar a **PLUSFRESC** en un modelo impulsado con datos.

**Área estratégica 3S**

- Proyecto Seniors

Para el desarrollo del Plan Estratégico siempre se tienen en cuenta los siguientes ejes:



Cada área estratégica definida se articula en distintas cápsulas de trabajo y se despliega en proyectos concretos, a desarrollar por un equipo de trabajo, con unas acciones determinadas y unos objetivos cuantificables, a los que el Comité de Dirección realiza la supervisión y control sobre su desempeño.

EJE ESTRATÉGICO	SEGUIMIENTO 2024	ODS RELACIONADOS
1. Digitalización	Hemos implantado el etiquetado electrónico en 22 tiendas con 159.682 etiquetas.	
	En el 2024 se dispone de un total de 167 Pistolas Android para lectura del código de barras.  Se ha sustituido el equipo informático de back office de las tiendas por otro que permite el trabajado simultáneo de dos personas.	
2. Omnicanalidad y digitalización: IA aplicada a mejorar la experiencia de compra del cliente	En <b>PLUSFRESC</b> buscamos impactar a la mayor cantidad posible de clientes y para ellos utilizamos modelo predictivos de IA para generar audiencia, de manera que podamos identificar los clientes más propensos a responder positivamente a una acción comercial	
3. Proyecto 93: Avanzar en renovables en logística y tiendas	Impulso de las energías renovables: en las tiendas de Baró de Maials de 44,69 kwp que se suma a la larga lista de apuestas en energías renovables, eficiencia energética y sostenibilidad de <b>PLUSFRESC</b> .	
4. Proyecto 3S: Sostenibilidad, Seguridad alimentaria y Salud	La Universidad <b>PLUSFRESC</b> se inició en septiembre de 2023 y finalizó en octubre de 2024.	
	Escuela de frescos (formación de 50 profesionales de carnicería y pescadería). Más de 3.102 horas de formación.	
	Dentro del proyecto Senior hemos trabajado para adaptar los puntos de venta a las necesidades de un perfil de cliente senior o con algún tipo de discapacidad de manera que sean más accesibles.	
	Mantenemos el patrocinio de actividades que promuevan el deporte popular e infantil, por sus grandes beneficios para la salud.	



# Comprometidos CON LOS CLIENTES

## 3 Comprometidos CON LOS CLIENTES

### 3. Comprometidos con los clientes

Dedicamos de media 144 horas al año a hacer la compra. Por eso **en PLUSFRESC nos hemos propuesto que el tiempo que los clientes pasen en nuestras tiendas sea lo más gratificante posible**. Porque “retail is detail”; retail es prestar atención a los detalles, dar servicio, atraer, satisfacer y cuidar a los clientes.

En **PLUSFRESC pensamos que el cliente debe ser atendido de forma profesional, amable y personalizada**. En nuestras tiendas, intentamos cuidar todos los detalles, por pequeños que sean, para que el cliente pueda hacer la compra en un entorno confortable y porque su experiencia de compra sea recordada como positiva. Por eso son fundamentales la actitud y el compromiso del personal de las tiendas

- **Buscamos la máxima satisfacción del cliente**, atendiendo a sus necesidades en todo momento y aplicando mejoras innovadoras que hagan única su experiencia de compra.
- **Aseguramos balanzas sin tara**. En **PLUSFRESC** no pagas el papel de envolver la carne y el pescado.
- **Ofrecemos amplios horarios de compra**. En nuestras tiendas, disponemos además de pantallas digitales donde se indican las franjas horarias de ocupación para el reparto a domicilio, con el fin de que nuestros clientes puedan elegir el horario que mejor se adapta a ellos.
- **Tomamos medidas para garantizar la igualdad de oportunidades e inclusión**. Para las personas con algún tipo de discapacidad física, tenemos a su disposición carritos adaptados.
- **Ponemos a disposición de nuestros clientes la tarjeta de fidelización PLUSFRESC**, con descuentos exclusivos para familias numerosas, mayores de 65 años y clientes con discapacidad igual o superior al 33%.
- Aquellos clientes que dispongan de la tarjeta de fidelización **PLUSFRESC** o de la App del supermercado se pueden beneficiar de algunas ventajas como **vales y descuentos**, o consultar las campañas promocionales.
- Para compras superiores a 75€, ofrecemos nuestro **servicio de reparto a domicilio de forma gratuita**.
- **Oferta garantizada**: Si un producto envasado en oferta se ha acabado permitimos que el cliente pida la cantidad que necesita y nos encargaremos de mantener dicho precio y reservárselo para cuando esté de nuevo disponible.

### 3.1 Así son nuestras tiendas

La experiencia de compra en PLUSFRESC se distingue por su enfoque en la comodidad, personalización y uso de tecnología para satisfacer las necesidades del cliente. Nuestras tiendas ofrecen:

#### Ambiente acogedor

Buscamos que nuestros clientes se sientan como en casa, diseñando espacios amigables y ofreciendo un servicio profesional y personalizado.

#### Innovación tecnológica

Uso de herramientas como asistentes digitales y smartwatches para que el personal responda en tiempo real a las consultas de los clientes.

Servicios omnicanales, como el quiosco PlusAjuda y la posibilidad de realizar compras desde el móvil mediante su app, con opciones como autoescaneo o preparación de pedidos para entrega a domicilio.

Mejora continua de su plataforma on-line, con funcionalidades como ordenación inteligente basada en compras previas y acceso a información detallada sobre productos.

#### Oferta diferenciada

Amplia variedad de productos frescos y locales, destacando nuestro compromiso con la calidad y la proximidad.

Espacios temáticos como talleres de cocina, showcookings y áreas culturales (en tiendas como **SUNKA**), que enriquecen la experiencia más allá de la compra habitual.



### Reducción de tiempos

En **PLUSFREC** trabajamos para minimizar tiempos de espera y mejorar la atención al cliente mediante sistemas digitales para turnos y cajas automáticas.

### Fidelización

Los clientes pueden acceder a descuentos personalizados, promociones exclusivas y ventajas adicionales mediante la tarjeta **PLUSFREC**.

En **PLUSFREC** combinamos tecnología avanzada, un ambiente cálido y una oferta variada para transformar una actividad cotidiana como la compra en una experiencia agradable y eficiente.

En el **supermercado se ofrece una selección de productos envasados, panadería y carne envasada**. Además, a diferencia de otros establecimientos situados en estaciones de servicio, no subimos los precios a los productos y mantenemos los mismos que en el resto de las tiendas. Lo que hemos cambiado es **el horario de apertura del establecimiento** con respecto a otras tiendas **PLUSFREC**, que, en este caso, es **de 6h a 22h los 365 días del año**.

**Con esta apertura, en PLUSFREC queremos dar un nuevo servicio a nuestros clientes**, ya que a partir de ahora podrán llenar el depósito de su vehículo a la vez que hacen la compra de productos básicos cómodamente, disfrutando de los mismos precios que en cualquiera de nuestros supermercados.

### Nuevos espacios

En 2024 decidimos apostar por incorporar un nuevo servicio a los clientes como es el de las estaciones de servicio. Para ello, la compañía ha llegado a un acuerdo para explotar la gasolinera situada en l'Avinguda de l'Exèrcit 44 de Lleida. Con este acuerdo, nos encargamos de la **estación de servicio, el lavado de coches y la tienda, donde hemos abierto un supermercado PLUSFREC**.





### Apertura Baro Maials

**PLUSFRESC** ha abierto en el número 44 de la calle Baró de Maials un nuevo establecimiento, en sustitución de la tienda que hasta ahora tenía en el número 33 de esta calle. La apertura de este nuevo supermercado, con una superficie de venta de 836 metros cuadrados y 55 plazas de parking, ha permitido incorporar nuevas secciones y servicios. El nuevo establecimiento ofrece, además de las secciones habituales de los supermercados **PLUSFRESC**, el rincón del jamón, un espacio donde los consumidores encuentran el jamón cortado a mano por el personal del establecimiento, y la quesería, donde se ofrece una amplia selección de quesos con más de 300 referencias tanto locales como de importación y artesanas. En la sección de pescadería, dispone de un horno de pescado, gracias al cual, la compañía ofrece gratuitamente a sus clientes la posibilidad de cocer el pescado y el marisco que quieran y llevárselo preparado para comer, y de un acuario donde se muestra el marisco vivo, para que los consumidores puedan comprar producto fresco y de la mejor calidad.

### Torregrossa

**PLUSFRESC** ha reabierto su tienda en Torregrossa, en la provincia de Lleida. El establecimiento está situado en la Ronda Sur nº 2-B y dispone de una superficie de 260 m<sup>2</sup> incluyendo el almacén. Con esta reapertura, **PLUSFRESC** dispone de 86 establecimientos en toda Cataluña, 72 de los cuales se encuentran en la provincia de Lleida. De esta manera, **PLUSFRESC** continúa ofreciendo una experiencia de compra exclusiva, diferencial y de proximidad a los diferentes pueblos de la demarcación leridana.

Más allá de la fruta, la verdura, la carne y el pescado, el nuevo supermercado también cuenta con una sección de panadería con pan artesano de panadero y pan horneado diariamente en el mismo establecimiento; una sección donde podrán encontrar un amplio surtido de productos envasados; y una sección de vinos, cavas y licores.

En la sección de pescado los clientes pueden encontrar el producto envasado y listo para cocer.



Torregrossa



Bellver de Cerdanya

### Bellver de Cerdanya

Primera tienda en el municipio de Bellver de Cerdanya, en la comarca de Baixa Cerdanya. El establecimiento está situado en la calle Catalunya, número 24 y dispone de una superficie de 358 m<sup>2</sup>.

### Anglesola

**PLUSFRESC** ha inaugurado su primera tienda en Anglesola, en la provincia de Lleida. El nuevo local está situado en la Avenida Cataluña nº 33 y cuenta con superficie de venta de 379 m<sup>2</sup>.

La inauguración de la primera tienda **PLUSFRESC** en Anglesola forma parte del Plan de Expansión 2022-2024 de la compañía, que durante 2024 también ha incluido otras dos aperturas significativas en la provincia de Lleida. En concreto, Bellver de Cerdanya, la primera tienda de **PLUSFRESC** en la zona, marcando un paso importante en su presencia en La Cerdanya y la reapertura de su tienda de Torregrossa tras una renovación.



Anglesola

### Primera tienda en Terrassa

**PLUSFRESC** inaugura su primera tienda en Terrassa. Con el nuevo establecimiento, situado en la Avenida del Abad, 43, la compañía coge el relevo del reconocido supermercado Talló que, tras 35 años cierra sus puertas por la jubilación de uno de los propietarios. El nuevo **PLUSFRESC**, cuenta con más de 2.000 m<sup>2</sup> de superficie de venta y la apertura se realizará en dos fases: la primera, en noviembre de 2024, con una pequeña reforma de los elementos visuales del supermercado, y la segunda en marzo de 2025, donde se reformará el establecimiento íntegramente, siguiendo la línea visual del resto de supermercados de la cadena.



Terrassa



Golmés

### Golmés

El nuevo local está situado en la calle Vilanova nº2 y cuenta con superficie de venta de 180 m<sup>2</sup>. Con esta apertura, la compañía dispone de 89 establecimientos en Cataluña, 74 de los cuales, se encuentran en Lleida, provincia que lidera con una cuota de mercado por superficie comercial del 21,5%, además de tener presencia en Barcelona y Tarragona.

De esta manera, **PLUSFRESC** cierra su Plan Estratégico 2022-2024 con siete nuevas aperturas, dos de ellas tiendas que han cambiado de ubicación.

## Reconocimiento a nuestra labor

### Rafael Pujol, presidente de honor de Plusfresc, recibe la Cruz de Sant Miquel

Nuestro presidente de honor, Rafael Pujol, ha recibido la Cruz de Sant Miquel, un reconocimiento que simboliza el esfuerzo y la dedicación de tantos años al negocio familiar y al sector de la distribución alimentaria.

El galardón fue entregado durante el acto del 30 aniversario del CEDAC (Consejo de Empresas Distribuidoras de Alimentación de Cataluña). Vivi Pujol, hija de Rafael Pujol y miembro del equipo directivo y del Consejo de Administración de **PLUSFRESC**, recogió el galardón acompañado de Jordi Oncins, Presidente de **PLUSFRESC**, y dedicó unas emotivas palabras a su padre, donde puso en valor su amplia trayectoria, destacando “su capacidad” “que nos permitió crecer y sobrevivir como empresa”. En su discurso de agradecimiento también destacó el legado más importante que dejó a la empresa: “los valores basados en el respeto por las personas, la honestidad, la humildad, el entusiasmo y la vocación de servicio, así como los compromisos con los derechos de los clientes, la calidad del producto y el entorno”.



## Sunka Premios AECOC Shopper Marketing e Innovación 2024

**SUNKA**, la tienda insignia de **PLUSFRESC**, ha sido reconocida como el supermercado más innovador en los Premios AECOC Shopper Marketing e Innovación de 2024 por su apuesta en mejorar la experiencia de compra. El supermercado **SUNKA**, flagship de **PLUSFRESC**, ha sido galardonado con el primer premio en la categoría de Mejor Innovación en Retail.

El premio reconoce el proyecto titulado ‘**SUNKA, el corazón de PLUSFRESC**’, donde se explica el relanzamiento de la tienda **SUNKA** 20 años después de su nacimiento, convirtiéndose en un laboratorio en el que se testan las tendencias en innovación para después trasladarlas a otros puntos de venta con el objetivo de mejorar aún más la experiencia de los clientes.

El Espacio Sunka es un concepto innovador de supermercado que combina la experiencia de compra con elementos culturales y gastronómicos. Con una superficie de venta de 2.000 m<sup>2</sup>, **SUNKA** se presenta como un espacio moderno y tecnológico, inspirado en modelos europeos y diseñado para ofrecer una experiencia única al cliente.

**Sunka ofrece al cliente** diferentes secciones como:

**PRODUCTOS FRESCOS**

Además de los productos frescos de proximidad, incluye una selección gourmet, con productos tales como flores de calabacín, remolachas mini o uvas con sabor a fresa. Y todo armoniosamente dispuesto por colores.

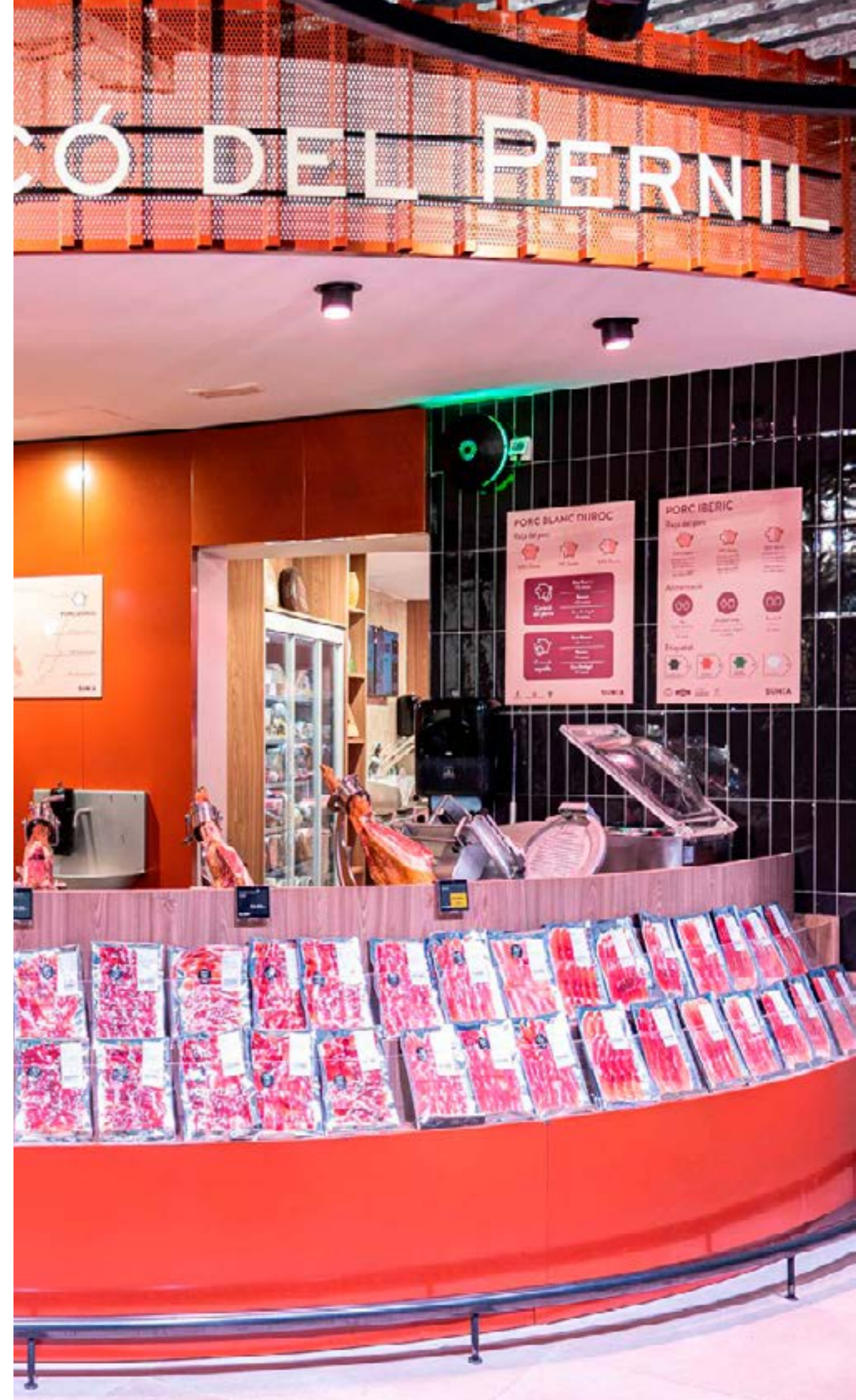


**EL TALLER DE FRUTAS Y HORTALIZAS**

Ofrece ensaladas variadas, preparados para sopas y cremas, verduras cortadas, brochetas de frutas y verduras, espaguetis de calabaza y calabacín, preparados para revueltos o para elaborar platos exóticos... Y también zumos, smoothies y aguas infusionadas.

### RINCÓN DEL JAMÓN

Además de una bien abastecida charcutería, la tienda cuenta con un espacio especial dedicado al jamón, cortado al momento a mano o ya envasado para una compra más rápida, además del Rincón del Gourmet, con una selección de foies, salmón, caviar, etc.



### LA PESCADERÍA

La gran variedad de la oferta, mucha de ella de lonjas de proximidad, se completa con un acuario de marisco vivo. Además, la sección incluye el servicio de horno, de manera que el cliente se puede llevar el producto listo para comer sin ningún coste adicional.



### LA CREMERÍA. EL MUNDO DEL QUESO

Frente a la sección de carnes se ubica la cremería, con más de 300 referencias de quesos, artesanales, de proximidad, nacionales y de importación.





### EL CELLER

La bodega cuenta con un espacio para catas y una pantalla que ayuda a encontrar el vino buscado.

### CAJAS DE AUTOCOBRO

**SUNKA** cuenta con etiquetas electrónicas de precios, wifi gratuito y 4 cajas rápidas de autocobro, 3 Plusrápid y una Plusjet, esta última para clientes con tarjeta Plusi, que podrán escanear sus productos a medida que compran y pagar al final del proceso sin necesidad de hacer cola ni de descargar los productos.

### ÀGORA

Un espacio social para lectura y eventos culturales.

### ESPACIO CULTURAL Y GASTRONÓMICO

Cocina y salas multifuncionales: Para talleres de cocina, showcookings y eventos privados.



### 3.2 Al lado de nuestros clientes

En **PLUSFRESC** queremos hacerles la vida más fácil a nuestros clientes. En un mundo en el que la falta de tiempo marca nuestro día a día queremos que hacer la compra no suponga un esfuerzo extra.

En **PLUSFRESC** apostamos por la omnicanalidad y la venta en diferido, tanto a través de nuestra app como de forma telefónica.

#### Venta on-line

Disponemos de un **servicio de compra on-line habilitado en nuestra página web**, a través del cual, se puede realizar el pedido y gestionar su envío, pudiendo ser entregado a domicilio o recogido de forma física en nuestras tiendas, a través del servicio "Clica i Recull".

#### Venta telefónica

Disponemos de un **servicio de venta que permite la realización de pedidos de forma telefónica**. Está orientado especialmente a nuestros clientes senior mayores de 65 años, y para aquellos clientes con una discapacidad reconocida igual o superior al 33%. Este servicio es gratuito para compras superiores a 35€.

#### Servicio a domicilio

- Gratuito por compras superiores a 75 €
- Gratuito + 65 años por compras superiores a 35 €  
\*\*Clientes con tarjeta **PLUSFRESC**\*\*
- Gratuito discapacidades (con discapacidad igual o superior al 33%) por compras superiores a 35 €  
\*\*Clientes con tarjeta **PLUSFRESC**\*\*

Además de **poder recoger tu compra en tu tienda más cercana**, ponemos a tu disposición otros métodos de recogida.

1. Con nuestro **servicio Click & Collect** podrás escoger la opción de recogerlo en la tienda cuando te vaya mejor.

2. **Llevamos tu compra hasta tu domicilio**. Nos adaptamos a ti y te damos soluciones personalizadas.

#### APP

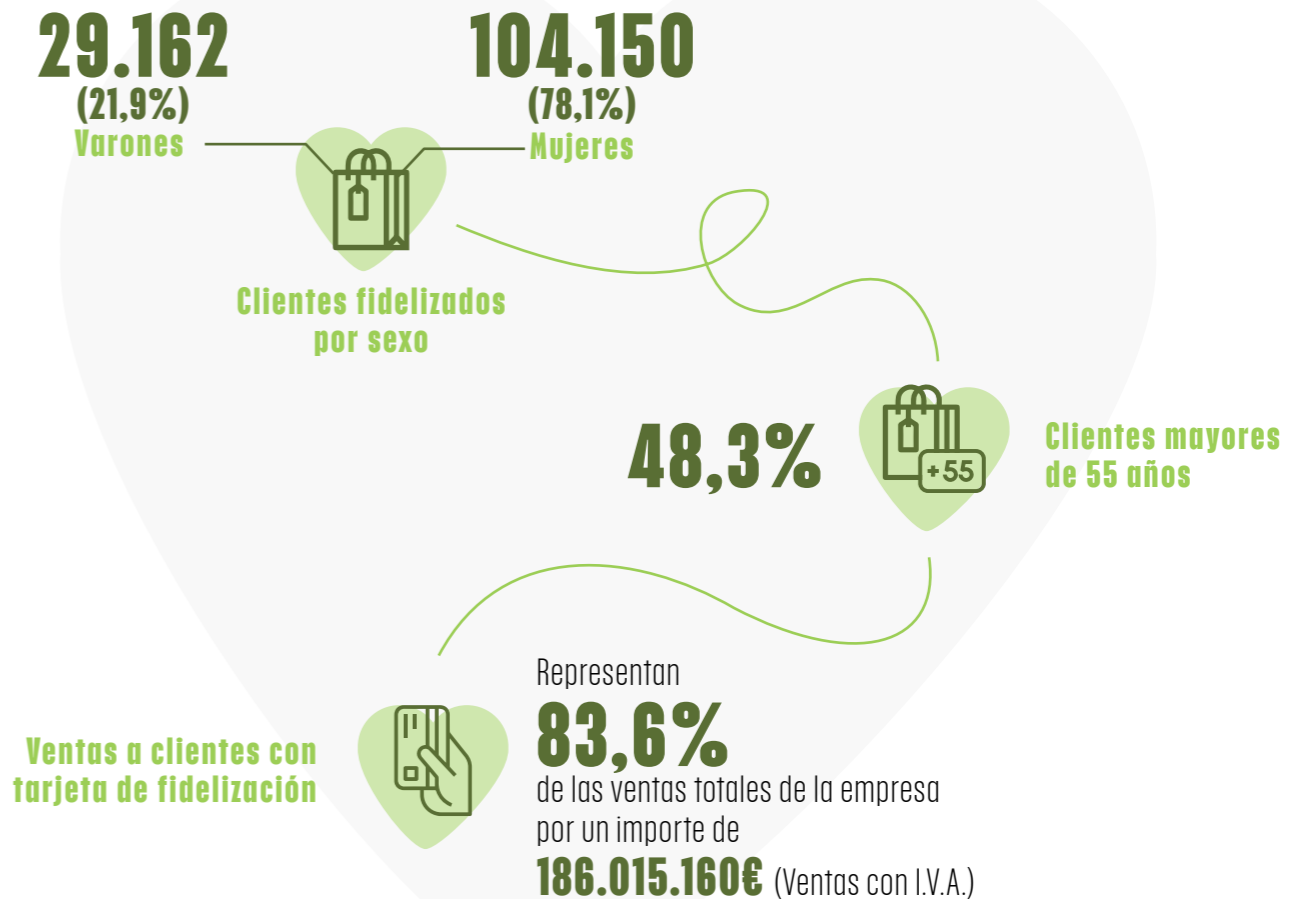
Para utilizarla es necesario tener la tarjeta **PLUSFRESC**. Nuestra APP es gratuita y está disponible para Apple y Android. Para activarla puedes comentarlo con el personal de caja, enseñar el DNI y solicitar el código de activación. Este código es único para cada móvil. Una vez activada la App recibirás los vales a través de ella, lo que nos ayuda a reducir la cantidad de papel que se consume.

Ventajas de la APP:

- Mensajes y promociones exclusivas
- Vales de descuento
- Ofertas actuales
- Lista de la compra inteligente
- Consulta de puntos
- Notas de compra
- Localización de tiendas más cercanas
- Conexión Wifi en el establecimiento
- Folletos campañas promocionales

#### Tarjeta de fidelización

En **PLUSFRESC** ofrecemos la **tarjeta de fidelización desde el año 1996**, siendo pioneros en implantarla en el mercado catalán. Fieles a los valores que nos definen como marca, las ventajas de la tarjeta cubren objetivos tan importantes como ayudar al cliente en su ahorro, así como contribuir en temas de sostenibilidad y responsabilidad social.



Con la responsabilidad y el entusiasmo que caracteriza a nuestros equipos, **seguimos focalizando los esfuerzos en la mejora de la experiencia de compra, en la que intervienen factores cruciales para nosotros como es el servicio y el trato cercano con los clientes, ofrecer productos frescos de la mejor calidad y de la tierra, un variado surtido de artículos con ofertas** para facilitar el ahorro y contribuir a la sostenibilidad, además de colaborar a diario con entidades sociales. Al mismo tiempo, seguimos trabajando para innovar en la mejora de nuestros servicios pensando en la comodidad de nuestros clientes.

En **PLUSFRESC** sabemos lo importante que es mantenernos en contacto con nuestros clientes, y por ellos **disponemos de diversos canales de comunicación que nos permiten generar una sólida conexión con cada uno de ellos**.

#### Las redes sociales

**Nuestras redes sociales son una herramienta clave para interactuar con nuestros clientes en tiempo real**. A través de plataformas como Instagram, X (Twitter), TikTok, Facebook o LinkedIn, compartimos noticias, eventos, talleres, recetas, nuevos lanzamientos, etc. Estas plataformas nos permiten una comunicación bidireccional y recibir un feedback directo de nuestros seguidores.

Las redes sociales **siguen siendo uno de los canales de comunicación más relevantes**. La que consideramos red social principal es Instagram, donde en 2024 hemos experimentado un gran crecimiento y hemos fidelizado a nuestros seguidores. Esto es fruto de un trabajo de contenidos propios afines a nuestra audiencia, con una estética y estilo visual muy cuidados. Además, en 2024 hemos afianzado una red de influencers que nos han ayudado a aumentar la visibilidad de nuestra marca. **Seguir las tendencias y buscar la interacción con el público también han sido claves para nuestro crecimiento.**

**71**  **1.872.551**  
campañas de mailing emails  
enviados

 **55.583** seguidores  
y 265 publicaciones

 **1.969** seguidores y  
363 post

 **222** seguidores

 **6.222** seguidores

• Noticias, novedades, atención al cliente y consultas.

 **47.116** seguidores **1.963** publicaciones  
desde su inicio

• Fotografías y vídeos en directo **102** newsfeed **127**  
**994** stories reels

 **200.629** visualizaciones **666** seguidores  
**228** vídeos

#### NOTAS DE PRENSA

Se han trabajado 13 notas de prensa con distintos enfoques; y 17 gestiones con medios de comunicación de distinta tipología, consiguiendo un total de 229 impactos, un 127% más que el año anterior.



### 3.3 Atención al cliente

A través de nuestro Servicio de Atención al Cliente, el cual forma parte de nuestro Customer Relationship Management (CRM), los consumidores pueden remitirnos cualquier sugerencia, queja o petición que estimen necesaria.

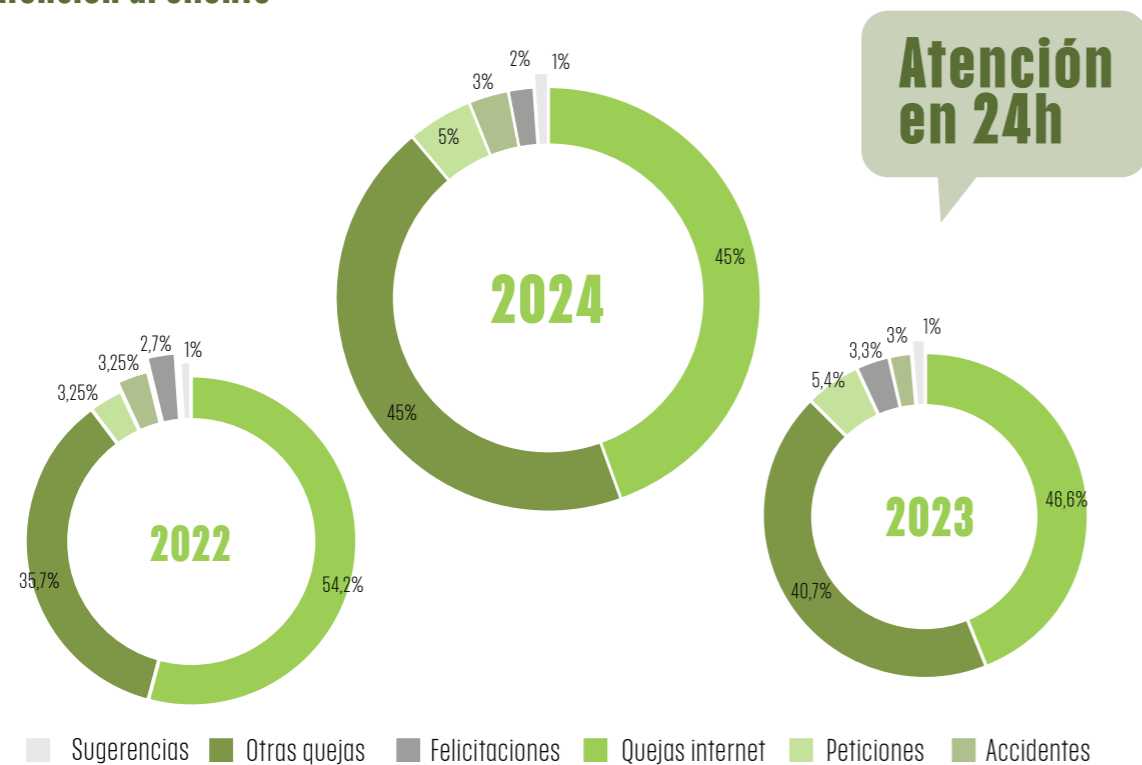
Los canales habilitados para atender a sus demandas, son muy diversos:

- Teléfono gratuito 900300192
- Correo electrónico: [contacta@plusfresc.cat](mailto:contacta@plusfresc.cat)
- Redes sociales: Google, Instagram, Twitter y Facebook
- En nuestros establecimientos

En el transcurso del año 2024 hemos registrado un total de 1.280 comunicaciones, incluyendo quejas, felicitaciones, accidentes, peticiones y sugerencias, que han descendido respecto a los 1.336 registros totales del año 2023.

Del total de registros del año 2024, 1.143 corresponden a quejas o incidencias que han reportado los consumidores de la web de compra on-line y/o las tiendas PLUSFRESC.

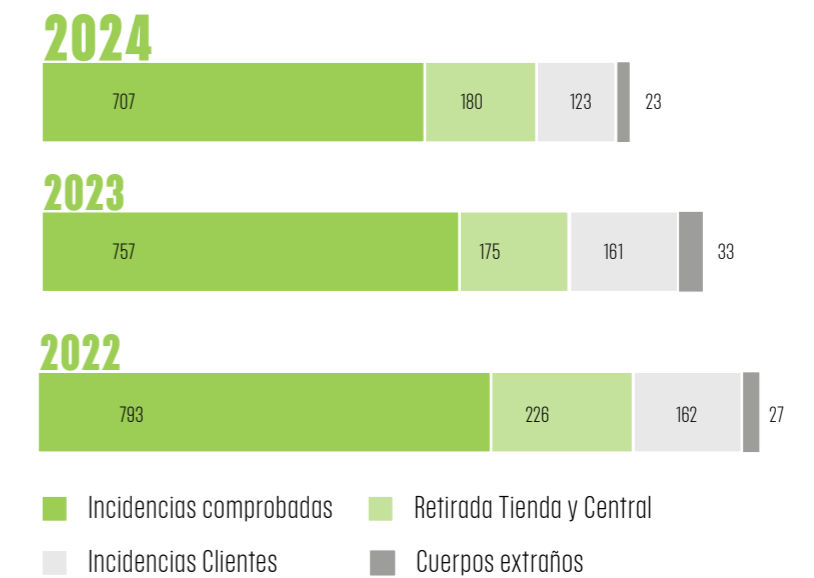
### Resultados Servicio de Atención al Cliente




Sobre las incidencias recogidas, realizamos el correspondiente seguimiento para darle respuesta lo más pronto posible, estimando como máximo 24h tras su recepción.

Si se trata de incidencias a productos, se derivan a nuestro departamento de calidad, para que puedan aplicar las acciones correctivas y/o preventivas más adecuadas a cada situación.

Los datos relativos a las incidencias de producto se relacionan a continuación.





# Comprometidos CON LA CALIDAD

## Comprometidos CON LA CALIDAD DEL PRODUCTO

### 4.1 Cercanía y calidad

En **PLUSFRESC**, mantenemos un **fuerte compromiso con los proveedores locales y con la calidad del producto**, lo que forma parte esencial de nuestra identidad corporativa. Damos especial relevancia a la calidad y al origen de los productos frescos. Nuestro tamaño reducido nos permite controlar de manera muy cercana toda la cadena de suministro, desde la compra hasta el punto de venta.

- **Priorizamos la compra de productos en origen**, trabajando con campesinos individuales y cooperativas agrarias para garantizar frescura y autenticidad.
- **Implementamos medidas para mejorar la logística y los procesos internos**, asegurando una gestión óptima desde la compra hasta el punto de venta.

#### **PLUSFRESC Referente en productos frescos**

**Optamos de forma prioritaria por la compra directa a productores**, sin intermediarios, priorizando la compra de proximidad y los productos de la zona, que nos permitan tener una buena trazabilidad en nuestra cadena de suministro. Nuestros productos son frescos y de proximidad. Apostamos por tener siempre a disposición un surtido local, sostenible y ecológico, como parte de nuestra estrategia empresarial y por ser una tendencia creciente de mercado.

Las secciones de frescos son una de las grandes fortalezas de **PLUSFRESC** y por ello son secciones muy cuidadas y atendidas por personal bien formado.



### Frutas y hortalizas

En **PLUSFRESC** tenemos una relación muy estrecha, a largo plazo con los proveedores locales de Lleida y Tarragona. De esta manera se minimiza el tiempo de transporte, el impacto medioambiental y se potencia la calidad del producto que se recoge en su punto óptimo. “Si el producto necesita una semana más en el campo, se deja, porque para nosotros el sabor es fundamental, por lo que respetamos la temporalidad.”



### Pescadería

**El pescado que llega a las tiendas ofrece la máxima frescura y procede del Mediterráneo y el Cantábrico.** Cuando el pescado llega a nuestras instalaciones de Lleida, se distribuye por los diferentes supermercados, de forma que estén disponibles en el punto de venta, en el momento de apertura de las tiendas. Cada lunes, nuestra sección permanece cerrada, dado que los sábados y domingos la pesca no está autorizada, y queremos ofrecer el producto lo más fresco posible. Cualquier excedente generado se dona a entidades sociales.

### Charcutería y carnicería

Comercializamos la marca “100% Criat a Lleida” (100% criado en Lleida), un distintivo que identifica la carne de ternera, pollo y cerdo, reforzando el compromiso de **PLUSFRESC** con los ganaderos del entorno. Disponemos de toda la información del producto de manera que existe una trazabilidad desde la granja hasta el supermercado.

**Hemos renovado la certificación Welfair® de bienestar animal** para varias familias cárnicas, incluyendo la mayor parte de pollos, cerdo, ternera al corte y, como novedad, también para el cordero. Esta certificación, otorgada por AB-AUCATEL INSPECCIÓN Y CONTROL SLU, asegura que los animales han sido criados y sacrificados bajo condiciones éticamente responsables de bienestar, conforme a los protocolos europeos Welfair Quality y AWIN (Indicadores de Bienestar Animal).





### Panadería

Nuestra sección de panadería cuenta con pan y bollería realizada por panaderos locales artesanos. Contamos actualmente con más de 20 especialidades y apostamos por panes precocidos con fermentaciones más largas, para una mayor duración y unas mejores propiedades. Contamos asimismo con productos de pastelería artesana, alimentos km0 y de proximidad.



### Bodega

Ofrecemos más de 600 referencias de surtido, de las cuales 442 son vinos de diferentes denominaciones de origen a la temperatura ideal para consumir, además de 82 cavas de todos los tipos y calidades.



### Marca propia

Los productos de marca propia **PLUSFRESC** destacan por su calidad, proximidad y compromiso con la satisfacción del cliente

Todos los productos **PLUSFRESC** se caracterizan por ofrecer:

#### 1. Calidad garantizada

Los productos **PLUSFRESC** están elaborados con materias primas seleccionadas y bajo estrictos estándares de fabricación y control de calidad. Ejemplos destacados incluyen embutidos como el jamón de york y pavo, que son 100% naturales, y la longaniza tradicional de "La Carne".



#### 2. Frescura y proximidad

Priorizamos productos frescos y locales, como frutas y verduras adquiridas directamente de productores locales en Lleida. Carnes con el distintivo 100% Criat a Lleida, garantizando que los animales han sido criados en granjas locales.



#### 3. Innovación en conservación

El pescado y marisco congelado se envasa al vacío con un glaseado máximo del 10%, asegurando que los clientes paguen solo por el peso del producto y no por agua congelada.



plusfrèsc:

#### 4. Variedad de productos

Incluye frutas como sandías, melones y naranjas con el sello Selección **PLUSFRESC** que asegura su óptimo momento de consumo.

#### 5. Compromiso ambiental

**PLUSFRESC** fomenta la sostenibilidad mediante prácticas como la reducción del transporte y el impacto ambiental asociado a sus productos.

#### 6. Enfoque en la experiencia del cliente

Transparencia en precios (sin incluir tara en balanzas) y servicios adaptados para personas con discapacidades físicas.

Descuentos exclusivos para familias numerosas, mayores de 65 años y clientes con discapacidad igual o superior al 33%.



## 4.2 Compromiso con el entorno más próximo

En PLUSFRESC mantenemos una relación estratégica y colaborativa con los proveedores locales, exigiendo altos estándares de calidad, sostenibilidad y profesionalización para garantizar productos frescos a nuestros clientes.

La confianza mutua y el diálogo continuo, así como la existencia de estándares elevados de calidad son características principales para que se fomente relaciones sólidas y duraderas con nuestros proveedores. Asimismo, valoramos mucho la adaptabilidad a las necesidades del mercado y la facilidad para el trabajo conjunto que nos permite minimizar riesgos como fluctuaciones climáticas o económicas.

Actualmente, un 88% de la carne que se puede encontrar en nuestros supermercados, procede de proveedores locales – un 30% de Lleida y un 58% del resto de Cataluña.

En nuestra zona de charcutería, un 68% de los productos ofertados proceden de Cataluña, de los cuales, un 48% procede de Lleida.

Respecto a la fruta y verdura, el 18% de las frutas y verduras que vendemos, es por compra directa, y un 41% de proveedores en origen. De ellos, el 18,3% son de Lleida y un 8,1% del resto de Cataluña.

El 34% del pescado y marisco que vendemos se compra diariamente en las lonjas. En las lonjas de Cataluña el 24%, siendo la de Tarragona la de mayor importancia.

En cuanto a la panadería, un 50% del pan que comercializamos lo compramos directamente a los panaderos, siendo un 32% proveedores con origen en Cataluña.

Los proveedores son sometidos a una sistemática de homologación para garantizar el cumplimiento de requisitos de calidad y seguridad alimentaria previamente establecidos, respetando los factores ambientales y sociales que se utilizan para evaluar la sostenibilidad y responsabilidad de los proveedores en sus prácticas comerciales y alineados con las exigencias que establecemos en PLUSFRESC.

Esta sistemática se apoya también en la realización de auditorías. En 2024 se realizaron un total de 9 auditorías externas.

Nuestro compromiso con el entorno más próximo hace que mantengamos una relación de confianza con los agricultores que nos sirven a diario. Por eso hemos querido reconocerles su esfuerzo y en 2024 celebramos el I Encuentro Agrario con productores locales de PLUSFRESC, para agradecer y fortalecer la colaboración con nuestros socios locales

En PLUSFRESC valoramos mucho la relación de tantos años que tenemos con los productores locales que abastecen las secciones de fruta y verdura de nuestras tiendas. Por este motivo, acogimos el 1º Encuentro agrario con productores locales de PLUSFRESC, porque gracias a su trabajo y esfuerzo diario podemos ofrecer a nuestros clientes fruta y verdura de proximidad y de máxima calidad.

Con este encuentro hemos querido rendir un homenaje al territorio, a las raíces y al vínculo tan especial que tenemos con cada uno de nuestros productores, por lo que cada año reconoceremos la trayectoria del productor que más años lleva trabajando con PLUSFRESC.

Este reconocimiento ha sido para tres productores que ya están jubilados y a los que hemos querido agradecer todos sus años de dedicación.

Ellos son Carles Peiretó, de Vilanova del Segrià, que nos suministraba lechugas; Juan Bertran, de Lleida, que nos traía acelgas de sus campos; y Miquel Calsals, de Soses, que nos proveía de un amplio surtido de frutas y hortalizas.

También hemos organizado, por segundo año consecutivo una visita a los campos de frutales de los productores locales, en esta ocasión de frutales de Joan Boix en Albesa, con quien trabajamos desde hace más de 30 años. Cerca de 400 personas disfrutaron de un espléndido día caminando entre los melocotoneros en flor, aprendiendo sobre las etapas de los árboles antes de producir fruta en verano. La visita incluyó una parada cultural en la Villa Romana El Romeral, del siglo IV, ubicada junto a las fincas. Los participantes también pudieron degustar fruta fresca.



# Los COLABORADORES

En **PLUSFRESC** tenemos claro que nuestro equipo de profesionales son nuestro activo más valioso y que el futuro depende del desarrollo personal y profesional de todos los que forman parte de la organización, siendo un pilar esencial para el éxito de la compañía y nuestra cara visible. Sin ellos, nada sería posible. Es por ello que trabajamos para conformar un equipo humano con las competencias y aptitudes necesarias para desempeñar el puesto asignado, así como con el compromiso de asumir como propios los valores promulgados por la compañía, dando lo mejor de sí mismos.

## 5.1 Información sobre nuestros colaboradores

En **PLUSFRESC** manifestamos un sólido compromiso con el entorno más cercano, y somos un empleador importante en Lleida y en la región de Cataluña. Nuestro importante número de establecimientos y trabajadores, así como nuestro compromiso con la economía local y el empleo en la región nos posiciona como líderes en el mercado local.

### NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS POR GÉNERO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

#### • DISTRIBUCIÓN TOTAL POR GÉNERO



**Apostamos también por el empleo de calidad.** Por ello, favorecemos la contratación a jornada completa, que ha supuesto en 2024 el 83,6% del total de trabajadores.

#### • DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO JORNADA COMPLETA



# Los COLABORADORES

Contamos con una **distribución por edades** (datos a 31/12) que asegura la pluralidad de nuestra plantilla, con personal que dispone de una amplia trayectoria y experiencia profesional, así como trabajadores y trabajadoras recientemente incorporados al mercado laboral o con poca experiencia profesional. Juntos, hacemos de **PLUSFRESC** un lugar donde todo el mundo tiene cabida.

• **DISTRIBUCIÓN POR EDAD**

	2024			2023			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Menores de 25 años	87	63	150	49	55	104	29	26	55
Entre 25 y 40 años	240	99	339	98	262	360	122	271	393
Más de 40 años	847	151	998	141	813	954	141	816	957
<b>TOTAL</b>	<b>1.174</b>	<b>313</b>	<b>1.487</b>	<b>288</b>	<b>1.130</b>	<b>1.418</b>	<b>292</b>	<b>1.113</b>	<b>1.405</b>

• **Distribución por categoría profesional y tipo de contrato**

	INDEFINIDO			TEMPORAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
	Ayudante, aux. Adm., Repartidor	250	213	306	86	47
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	735	759	644	5	14	14
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	162	235	246	6	6	6
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	213	115	117	6	4	2
Jefe administrativo, jefe de división	6	5	7	0	0	0
Encargado/a general, jefe sucursal	4	0	4	0	0	0
Diplomado/a, técnico/a	4	0	3	0	0	1
Licenciado/a, titulado superior	10	19	11	0	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>1.384</b>	<b>1.346</b>	<b>1.338</b>	<b>103</b>	<b>72</b>	<b>67</b>

• **Distribución por categoría profesional y tipo de jornada**

	COMPLETA			PARCIAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	267	199	274	69	61	76
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	613	704	525	127	69	132
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	137	222	204	31	19	48
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	203	114	112	16	6	7
Jefe administrativo, jefe de división	6	4	7	0	0	0
Encargado/a general, jefe sucursal	4	0	4	0	0	0
Diplomado/a, técnico/a	4	0	2	0	0	2
Licenciado/a, titulado superior	10	18	12	0	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>1.244</b>	<b>1.261</b>	<b>1.140</b>	<b>243</b>	<b>157</b>	<b>265</b>



**PROMEDIO ANUAL DE TIPOS DE CONTRATO POR GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL**

• **Tipo de contrato por género**

	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO TEMPORAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
HOMBRE	258,4	270,5	273,2	18,5	14,7	17,5
MUJER	1.029,8	1.085,3	1.077,1	57,4	43,4	39,2
<b>TOTAL</b>	<b>1.288,2</b>	<b>1.355,8</b>	<b>1350,3</b>	<b>76,0</b>	<b>58,1</b>	<b>56,7</b>

• **Tipo de contrato por edad**

	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO TEMPORAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
MENOR DE 25	67,1	77,4	68,0	28,6	25,0	27,5
ENTRE 25 Y 40	330,6	385,4	415,3	23,6	15,6	15,7
MAYOR DE 40	890,5	893,0	867,0	23,8	17,5	13,5
<b>TOTAL</b>	<b>1.288,2</b>	<b>1.355,8</b>	<b>1350,3</b>	<b>76,0</b>	<b>58,1</b>	<b>56,7</b>

• **Tipo de contrato por categoría profesional**

	CONTRATO INDEFINIDO			CONTRATO TEMPORAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	180,4	194,2	283,0	66,1	54,5	53,5
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	707,6	769,3	670,3	5,5	2,5	1,7
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	162,0	254,0	261,4	2,6	1,0	1,1
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	212,8	120,4	117,9	1,5	0,1	0,4
Jefe administrativo, jefe de división	6,0	3,0	3,0	0	0	0
Encargado/a general, jefe sucursal	4,0	3,0	2,8	0	0	0
Diplomado/a, técnico/a	4,5	4,0	5,0	0,1	0	0
Licenciado/a, titulado superior	10,7	7,9	6,9	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1.288,0</b>	<b>1.355,8</b>	<b>1.350,3</b>	<b>76,0</b>	<b>58,1</b>	<b>56,7</b>

## PROMEDIO ANUAL DE TIPOS DE JORNADA POR GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL

### Tipo de jornada por género

	COMPLETA			PARCIAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
HOMBRE	251,6	232,1	245,4	25,4	53,1	36,0
MUJER	943	1.012,0	981,4	144,3	116,7	144,1
<b>TOTAL</b>	<b>1.194,6</b>	<b>1.244,1</b>	<b>1.226,8</b>	<b>169,7</b>	<b>169,8</b>	<b>180,1</b>

### Tipo de jornada por rango de edad

	COMPLETA			PARCIAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
MENOR DE 25	73,2	59,8	61,3	22,5	42,6	9,00
ENTRE 25 Y 40	291,1	357,0	331,2	63,0	44,0	48,6
MAYOR DE 40	830,2	827,3	834,2	84,1	83,2	122,5
<b>TOTAL</b>	<b>1.194,5</b>	<b>1.244,1</b>	<b>1.226,7</b>	<b>169,7</b>	<b>169,8</b>	<b>180,1</b>

### Tipo de jornada por categoría profesional

	COMPLETA			PARCIAL		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	210,6	182,4	264,7	35,9	66,3	71,8
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	614,8	698,9	598,7	98,3	72,9	73,3
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	139,8	231,2	234,1	24,8	23,8	28,4
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	204,5	114,8	112,7	9,8	5,8	5,6
Jefe administrativo, jefe de división	6,0	3,0	3,0	0	0	0
Encargado/a general, jefe sucursal	4,0	3,0	2,7	0	0	0
Diplomado/a, técnico/a	4,0	3,0	4,0	0,6	1,0	1,0
Licenciado/a, titulado superior	10,7	7,8	6,9	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1.194,5</b>	<b>1.244,1</b>	<b>1.226,8</b>	<b>169,7</b>	<b>169,8</b>	<b>180,1</b>

## DESPIDOS POR GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL

### Despidos por género

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2024	19	51	70
2023	24	31	55
2022	21	40	61

### Despidos por edad

	MENOS DE 25	ENTRE 25 Y 40	MAYORES DE 40	TOTAL
2024	19	30	21	70
2023	14	27	14	55
2022	14	32	15	61



### Despidos por categoría profesional

CATEGORÍA	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	36	32	45
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	26	19	5
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	6	2	8
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	2	0	3
Jefe administrativo, jefe de división	0	1	0
Encargado/a general, jefe sucursal	0	0	0
Diplomado/a, técnico/a	0	0	0
Licenciado/a, titulado superior	0	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>55</b>	<b>61</b>

## POLÍTICA RETRIBUTIVA

SUPSA mantiene los criterios de equidad y no discriminación como pilares fundamentales de su política retributiva, de modo que mujeres que estén en una misma posición y tengan idéntica antigüedad y experiencia que un hombre, tendrán el mismo salario. Sin discriminación alguna.



## Convenios colectivos de aplicación

- Comercio en general Lleida -25000065011993 de 25 de enero de 2022.
- Supermercados y autoservicios de alimentación de Catalunya- 79222935012011, 19 abril 2021.
- Sector de detallistas y autoservicios de alimentación de Zaragoza -50001255011982 16 setiembre 2020.
- Convenio de Estaciones de Servicio nacional 99001995011981.

El 90,41% de nuestra plantilla recibe una remuneración superior a la que define el convenio colectivo aplicable, aplicándose al 9,59% restante lo estipulado según las tablas del convenio de aplicación.

**Además, como mejora, contamos con un servicio de asistencia médica en la empresa.**

### % TRABAJADORES POR CONVENIO COLECTIVO

	2024	2023	2022
SUPERMERCADO DE CATALUNYA	15%	12,3%	12,3%
COMERCIO GENERAL	84,2%	87,1%	87,1%
SECTOR DETALLISTA Y AUTOSERVICIO	0,54%	0,6%	0,6%
ESTACIONES DE SERVICIO	0,26%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**El 100% de las personas trabajadoras de SUPSA están cubiertos por convenio.**

### REMUNERACIÓN MEDIA POR EDAD Y GÉNERO

		MENOR DE 25	DE 25 A 40	MAYORES DE 40	TOTAL
2024	<b>TOTAL</b>	<b>16.573,7€</b>	<b>18.784,8€</b>	<b>19.822,1€</b>	<b>19.012,2€</b>
	HOMBRES	16.771,3€	19.458,3€	24.188,3€	20.338,7€
	MUJERES	16.441,7€	18.508,0€	19.121,3€	18.633,3€
2023	<b>TOTAL</b>	<b>16.040,4€</b>	<b>18.440,1€</b>	<b>19.457,4€</b>	<b>18.642,0€</b>
	HOMBRES	16.154,5€	19.164,7€	24.381,5€	19.782,5€
	MUJERES	15.913,2€	18.153,4€	18.699,9€	18.288,2€
2022	<b>TOTAL</b>	<b>15.627,1€</b>	<b>18.056,3€</b>	<b>18.789,0€</b>	<b>18.347,6€</b>
	HOMBRES	15.993,3€	18.895,4€	23.846,6€	20.460,1€
	MUJERES	15.253,3€	17.726,1€	17.985,9€	17.796,9€



### REMUNERACIÓN MEDIA POR CATEGORÍA PROFESIONAL

CATEGORÍA	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	16.514,4 €	16.096,2 €	15.713,3 €
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	18.831,9€	18.415,3 €	17.819,7 €
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	18.622,0 €	18.890,4 €	18.187,9 €
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	25.928,6 €	28.636,4 €	28.171,6 €
Jefe administrativo, jefe de división	27.878,3 €	27.326,6 €	25.619,2€
Encargado/a general, jefe sucursal	30.171,2 €	28.167,8 €	25.478,2 €
Diplomado/a, técnico/a	36.583,6 €	35.973,6 €	33.754,8 €
Licenciado/a, titulado superior	35.595,6 €	35.345,9 €	33.623,1 €
<b>TOTAL</b>	<b>19.012,2 €</b>	<b>18.642,0 €</b>	<b>18.347,6€</b>

**PLUSFRESC PRESENTA UN DATO RELATIVO A LA BRECHA SALARIAL(\*) DE UN 8,38% EN 2024, DEL 7,6% EN 2023 Y DEL 13,0% EN 2022.**

\*Brecha salarial= ((Salario medio hombres- Salario medio mujeres)/ Salario medio Hombres)\*100

La información sobre la retribución de los miembros del Consejo de Administración figura en la Memoria de las Cuentas Anuales de cada ejercicio. En concreto, y en relación al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2024, figura en “operaciones con partes vinculadas” epígrafe en el que aparece el importe de los sueldos, dietas, remuneraciones, anticipos, créditos, etc. de cualquier clase devengados en el curso del ejercicio por el órgano de administración y por el personal de alta dirección, y su comparativa con las cifras del ejercicio anterior.

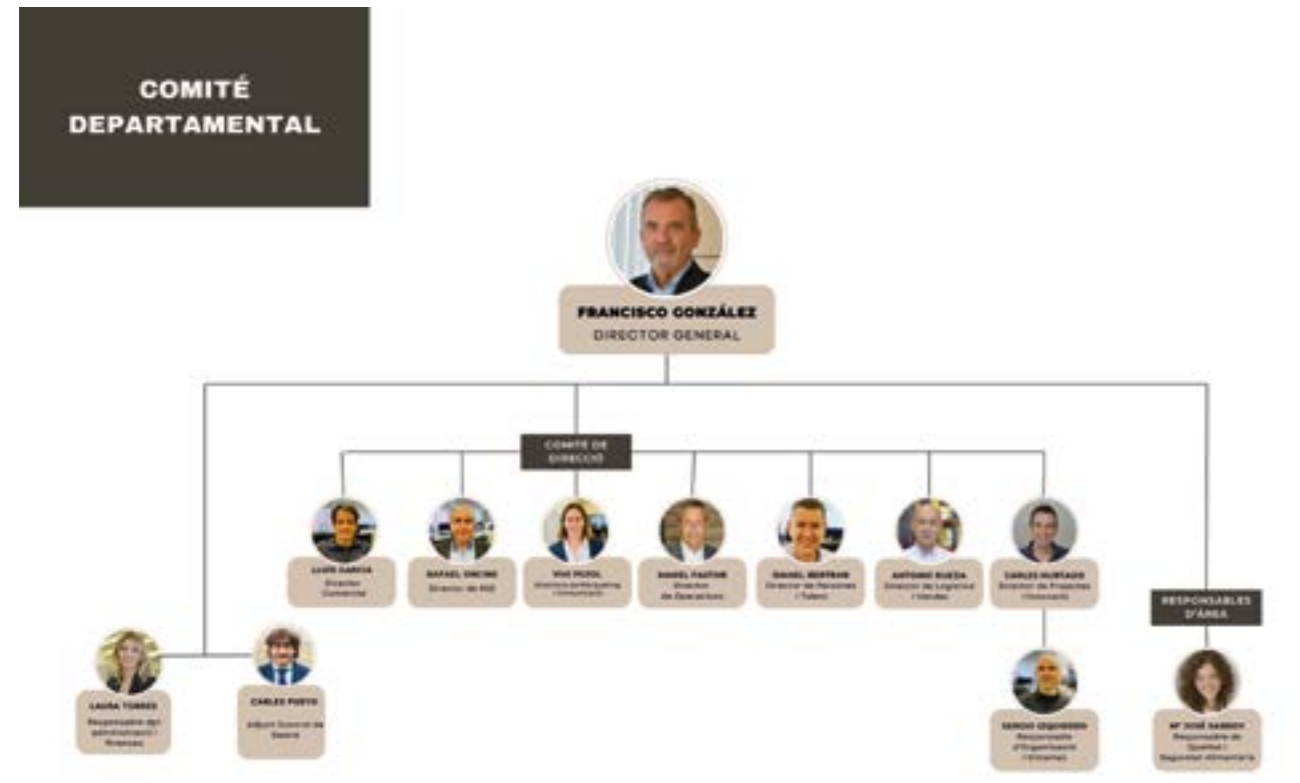
La Memoria forma parte de las Cuentas Anuales que se depositan en el registro Mercantil, siendo su contenido de acceso público.

## 5.2 Nuestro equipo

Nuestra plantilla está integrada por un amplio equipo de profesionales altamente cualificados y comprometidos con los principios fundamentales de la compañía, asumiendo como propios los valores corporativos de la marca PLUSFRESC.

Nuestro Consejo de Administración está formado por los principales accionistas de la compañía y asesores externos, que delegan las funciones directivas y ejecutivas en la figura del Director General.

Contamos con un equipo directivo consolidado, que se encuentra organizado en las siguientes áreas de actuación.



En las tiendas se mantiene la siguiente estructura:

- Director/a
- Subdirector/a
- Encargado/a de Sección (carnicería, fruta y verdura, pescadería y panadería)
- Dependientes/as · Cajeros/as · Reponedores/as · Repartidores/as

## Comisiones estratégicas

SUPSA, por decisión de su Consejo de Administración, tiene creadas diferentes comisiones para tratar varios puntos estratégicos.



### Comisión de gestión del talento, nombramientos y retribuciones

Su creación tiene como objeto la mejora de la gestión de las personas, un área clave para la empresa por la importancia que le damos al valor humano. Entre los ámbitos de actuación, se incluyen los temas relativos a la cultura y los valores, la gestión del talento, formación y comunicación interna, políticas retributivas y Responsabilidad social corporativa. Los miembros que lo forman son miembros del Consejo de Administración y de la Dirección general.



### Comisión de Innovación

Su objetivo es diseñar, evaluar y ejecutar proyectos que generen nuevas experiencias de compra en nuestros supermercados.

Los miembros que lo forman son miembros del Consejo de Administración y de la Dirección general, que cuentan con el apoyo de expertos externos especializados en cada materia.



### Comisión Eficiencia

El objeto de esta comisión es conseguir la máxima eficiencia en las diversas áreas de la compañía. Los miembros que lo forman son miembros del Consejo de Administración y la Dirección General.



### Comisión de Expansión

El objeto de esta es valorar inversiones para el crecimiento de la empresa y velar por la viabilidad de las aperturas y de la expansión. Está formada por miembros del consejo de administración y del comité de dirección, y asesores externos.



### Comisión Auditoría

Su objetivo es la interacción con los auditores externos, la designación y funcionamiento de los controles internos, la vigilancia de la información financiera, y la supervisión del riesgo penal (compliance y protección de datos personales.)

Los miembros que lo forman son miembros del Consejo de Administración y la Dirección General.

### 5.3 Organización del trabajo

La organización del trabajo requiere una estructura clara y eficiente para garantizar el buen funcionamiento de todas las áreas y ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente.

Evitar sobrecargas laborales mediante una distribución equitativa del tiempo y tratar de adaptar los horarios de las personas trabajadoras para favorecer la conciliación de la vida personal y laboral son aspectos fundamentales para el bienestar de los empleados e impactan directamente en la mejora de la productividad y la reducción del absentismo laboral. Para facilitar la conciliación el 100% de nuestra plantilla realiza jornada intensiva, de mañana o de tarde, y salvo casos excepcionales, no se trabaja en horario partido.

Todos los trabajadores conocen su calendario laboral con un mes de antelación, no pudiéndose realizar cambios por parte de la empresa, salvo aprobación previa del trabajador. De esta forma, nos aseguramos que nuestro personal esté motivado en su día a día, sin que su vida laboral pueda interferir negativamente en su vida privada.

**PLUSFREC también ofrece programas adicionales de bienestar y conciliación laboral** como: la adaptación de la jornada laboral para el cuidado de menores de 12 años y familiares con enfermedades graves; y permisos retribuidos para trámites de adopción, entre otras medidas.

Por su parte, el personal de oficinas centrales, **al no estar sujetos al horario de venta al público, disponen de flexibilidad horaria tanto a la entrada como en la salida y mantenemos la Política de Teletrabajo.**

Anualmente **PLUSFREC realiza encuestas para conocer el grado de satisfacción de las personas trabajadoras con la organización.** El resultado de la encuesta de clima laboral de 2024 refleja una valoración de 7,82 sobre 10. En relación con el teletrabajo, el 75% de las personas que utilizan esta modalidad respondió con un 5 (muy alto) y el 22,5 % con un 4 (alto), frente a los valores de 80% y 17,7% del ejercicio anterior.



### 5.4 Formación continua

La formación continuada y adaptada es una de nuestras señas de identidad. En **PLUSFREC** contamos con planes formativos anuales que responden a las necesidades formativas expresadas tanto por los propios colaboradores como por sus superiores asociadas principalmente al desempeño del trabajo y con la única finalidad de que nuestra plantilla sea la mejor en la actividad que desarrollamos.

#### Horas de formación por categoría profesional



Categoría	2024	2023	2022
Ayudante, aux. Adm., Repartidor	3.024	2.879	1.288
Dependiente/a, oficial 1., Oficial adm., Expendedor/a; vendedor/a	3.584	7.024	3.357
Cap de pescadería, carnicero/a, pescadero/a	-	-	-
Cajero/a, contable, encargado/a, jefe sección	6.425	2.739	3.162
Jefe administrativo, jefe de división	-	-	-
Encargado/a general, jefe sucursal	-	-	-
Diplomado/a, técnico/a	69	-	55
Llicenciat/da, titulat superior	179	23	92
<b>TOTAL</b>	<b>13.280</b>	<b>12.665</b>	<b>7.954</b>

## Proyectos Universidad PLUSFRESC y Escuela de Frescos

La Universidad PLUSFRESC es un proyecto innovador donde participan los 200 directores de nuestras tiendas para desarrollar su talento profesional. Orientado a la formación en diferentes áreas busca como objetivo que los directores y directoras, subdirectores y subdirectoras sean competitivos y capaces de desarrollar su talento profesional.

La formación se integra dentro del Plan Estratégico 2022-2024 de la compañía y consiste en sesiones especializadas en las diferentes áreas de la compañía con el fin de facilitarles herramientas de gestión financiera, de personal, de clientes y laboral, así como del ámbito del marketing y de la comunicación, la sostenibilidad o la digitalización, entre otros.

La Universidad PLUSFRESC se inició en septiembre de 2023 y finalizó en octubre de 2024. Las clases son impartidas por personal experto de la propia compañía con el foco en el desarrollo profesional de nuestro equipo. A corto plazo, buscamos mejorar la calidad de nuestros servicios, garantizar una mejor experiencia de compra y fortalecer el crecimiento y bienestar de nuestros trabajadores.

A largo plazo, aspiramos mejorar la profesionalidad de nuestro personal, ayudándoles a adquirir los conocimientos y capacidades necesarias para un mejor desarrollo en su puesto de trabajo, lo que, a su vez, influye positivamente en la experiencia de compra y en la satisfacción del cliente.

En nuestro programa de formación, priorizamos el servicio al cliente, dotando a nuestros directores/as de las herramientas necesarias para ofrecer una atención personalizada y gestionar eficazmente las necesidades de los clientes.

Además, un director/a bien formado puede liderar equipos de manera más eficiente, implementar estrategias de venta y servicio al cliente más efectivas, y optimizar los procesos operativos de la tienda. Esto no solo beneficia a la experiencia del cliente, sino que también mejora el funcionamiento general de la tienda.

En PLUSFRESC consideramos que nuestra Universidad aborda de manera total las necesidades de nuestros trabajadores. Además, comple-



mentamos esta iniciativa con la Escuela de Frescos, que se enfoca en la formación de profesionales de carnicería y pescadería.

La Escuela de Frescos incluye, en una duración de 8 semanas, formación teórica y formación práctica que se realizan en tienda con el apoyo de un formador experto. Esto garantiza que el alumno pueda ampliar sus conocimientos del producto, las diferentes posibilidades de presentación, sus aplicaciones culinarias y las propiedades nutricionales del mismo.

Mediante este programa queremos suplir la falta de profesionales en este ámbito, y asegurarnos de que nuestros empleados conocen el producto fresco que ofrecemos dando así un mejor servicio y atención lo que se traduce en una experiencia de compra mejorada para nuestros clientes.

En PLUSFRESC creemos que invertir en el desarrollo profesional de las personas ayuda a crear profesionales mejor cualificados y por tanto a crear empleo de calidad. Tanto la Escuela de Frescos como la Universidad PLUSFRESC, tienen la finalidad de formar a nuestros trabajadores para

desarrollar competencias tanto dentro de la empresa como fuera de ella.

La formación continua y especializada proporcionada por la Universidad PLUSFRESC y la Escuela de Frescos, juega un papel crucial en la retención y satisfacción de los empleados. Estos programas aseguran que los trabajadores no solo mejoren sus competencias profesionales, sino que también, se sientan valorados y motivados dentro de la empresa. Este proyecto se mantiene en el Plan Estratégico 2025-2027 y se amplía a un mayor número de profesionales.

En 2024, se han formado en la Escuela de Frescos un total de 50 personas durante 3.102 horas.

En PLUSFRESC, apostamos por la promoción interna, presentando los siguientes datos en los últimos ejercicios.

- Promociones internas anuales

AÑO	Nº TRABAJADORES
2024	24
2023	20
2022	25



## 5.5 Seguridad y salud en el trabajo

La modalidad preventiva elegida en **SUPSA** es la de Servicio de Prevención Ajeno para las especialidades técnicas y la vigilancia de la salud de nuestros equipos. No obstante, disponemos de una figura preventiva en **SUPSA** que se apoya en el Área de Calidad, Mantenimiento y Seguridad con el fin de hacer de nexo de unión entre nuestro personal y el servicio de prevención ajeno, y garantizar la aplicación de las medidas de prevención necesarias para garantizar la seguridad tanto de nuestro personal como de nuestros clientes.

### Datos relativos a la siniestralidad

	2024		2023		2022	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Índice de incidencia	6.880	6.269	7.625	6.977	6.323,4	10.191,1
Índice de frecuencia	44,68	40,71	47,72	43,66	35,6	57,0
Índice de gravedad	2,74	1,51	2,43	0,66	1,56	0,83
Índice de duración media	63,60	41,08	54,85	21,93	43,7	14,5

	2024		2023		2022	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Enfermedades profesionales	1	0	1	0	1	0
Accidentes con baja	88	24	100	29	91	22

### Absentismo

En **SUPSA** tenemos unos índices de absentismo en línea con la media del sector.

	TIENDAS (%)	CENTRAL (%)
2024	8,4	2,6
2023	7,9	2,2
2022	6,5	1,7

Estimándose una jornada media de 8 horas, la cifra total de absentismo de los últimos tres ejercicios se presenta a continuación:

	HORAS DE ABSENTISMO
2024	308.528
2023	290.184
2022	292.627

### Relaciones sociales

En el marco de las relaciones laborales en **PLUSFRESC**, apoyamos firmemente la **Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas**. Esto implica que:

- **Respetamos los derechos humanos**, la dignidad y la privacidad de la persona, así como los derechos de la plantilla de libre asociación, libertad de expresión y a ser oídos.
- **Rechazamos** formalmente **aquellas prácticas laborales que degraden al colectivo de personas trabajadoras**; el trabajo infantil y el trabajo forzoso u obligado de cualquier tipo.

En **PLUSFRESC** es básico el respeto a las normas laborales, los derechos de la plantilla y de sus representantes, todo ello en un marco de consenso con la parte social. **La libertad de asociación, el derecho a la representación y la negociación colectiva son derechos fundamentales de las personas tra-**

**bajadoras que en PLUSFRESC** reconocemos y respetamos conforme a las leyes locales y nacionales.

**La relación entre PLUSFRESC y las organizaciones sindicales se basa en el respeto y reconocimiento de la legitimidad** de estas instituciones como representantes de las personas trabajadoras, dentro de los principios y valores éticos que orientan las buenas prácticas sindicales. En este sentido, **la negociación se utiliza como principal forma de establecimiento de derechos y deberes** entre las partes, manteniendo **PLUSFRESC** una total neutralidad con las diferentes fuerzas sindicales presentes.

Dentro del compromiso de gestionar personas de manera responsable y sostenible y en cumplimiento de las medidas propuestas por la OIT (Organización Internacional del Trabajo), la libertad sindical y **el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva están integrados en la cultura de PLUSFRESC que:**

- **Reconoce los principios de libertad de asociación**, protección de los derechos de sindicación y negociación colectiva.
- **Respeto la libertad de pensamiento y el derecho** de las personas trabajadoras a afiliarse a sindicatos sin temor a ningún tipo de represalia.

**Los empleados de los distintos centros de trabajo cuentan con representación a través de los Comités de Empresa y Comités de Seguridad y Salud** o bien mediante línea abierta con los responsables de departamento o bien el responsable de prevención de riesgos laborales en el caso de centros de trabajo de menor tamaño.

La consulta y la participación de los trabajadores se lleva a cabo a través de sus representantes, presentes en los comités, donde se da traslado de cualquier demanda realizada por los trabajadores.

### Bienestar laboral

En el marco del Plan Estratégico 2022-2024 a través del "Proyecto Empresa Saludable", **PLUSFRESC promueve el bienestar físico y emocional de sus personas trabajadoras** mediante mejoras en el entorno laboral, equilibrio entre vida personal y trabajo, y actividades que fomentan hábitos saludables.

**Promovemos la formación en materia de salud, bienestar y consumo responsable con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores**, ofreciendo formación, asesoramiento, actividades, programas y herramientas para nuestra plantilla y sus familias.

**Durante 2024, se realizaron actividades orientadas a la mejora de hábitos saludables** entre las que podemos destacar:

- Mindfulness
- Yoga
- Torneo de pádel de empresa
- Taller de Comida sana

## 5.6 Igualdad de oportunidades

**PLUSFRESC ha aprobado en 2024 su segundo Plan de Igualdad**, que tendrá una vigencia de cuatro años. Este plan incluye medidas para promover la **igualdad de trato y oportunidades, eliminando cualquier discriminación por razón de género dentro de la empresa**. Entre las medidas destacadas se encuentran la **ampliación de licencias retribuidas para facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar, la promoción positiva de mujeres en puestos de responsabilidad, y la formación y sensibilización en materia de igualdad de género**. **PLUSFRESC** sigue avanzando hacia la igualdad de oportunidades y trabajando para garantizar la presencia equilibrada entre mujeres y hombres en todas las áreas de la empresa.



**PLUSFRESC se ha sumado a la celebración del Día Internacional de la Mujer**, difundiendo mensajes en todas sus tiendas para promover la igualdad. Recordando que tareas como hacer la compra, elegir productos o realizar las tareas del hogar son responsabilidades de todos, con mensajes visibles en las entradas, secciones de frescos y en el sistema de música de los supermercados. A pesar de los avances, persisten desigualdades de género, como la carga desproporcionada de trabajo doméstico y de cuidados sobre las mujeres, según el Índice de Igualdad de Género 2024. **PLUSFRESC** espera que iniciativas como esta contribuyan a aumentar la conciencia y a buscar el equilibrio en los derechos y responsabilidades entre las personas.



### Acceso para colectivos vulnerables

En **PLUSFRESC** trabajamos para mejorar y habilitar los medios y recursos físicos necesarios que garanticen el acceso a nuestras instalaciones de colectivos vulnerables, como parte de nuestro compromiso con diversidad, accesibilidad e igualdad de oportunidades.

En las tiendas cumplimos con las condiciones de accesibilidad para personas con movilidad reducida. Procuramos en todo momento, y siempre cuando sea posible, eliminar las barreras arquitectónicas para facilitar el acceso de nuestros clientes y que puedan tener la mejor experiencia de compra posible.

Durante el ejercicio 2024 trabajan en **PLUSFRESC** 27 personas con algún grado de discapacidad, siendo 24 en el ejercicio 2023 y 10 en el ejercicio 2022.

### Apoyo a entidades especializadas

Contamos con más de 30 convenios de colaboración con distintas entidades para la realización de prácticas y/o inserción de personal de distintos colectivos.

Nº personas en prácticas en los últimos años:

AÑO	Nº PERSONAS
2024	170
2023	137
2022	137

# Compromiso CON EL ENTORNO

## Compromiso CON EL ENTORNO MEDIOAMBIENTAL

En PLUSFRESC queremos desempeñar un papel fundamental en el impulso del desarrollo sostenible. Nuestras prácticas responsables influyen positivamente en el medio ambiente, la economía local y el bienestar social.

Medidas como la reducción del desperdicio alimentario, el apoyo a los proveedores locales o el uso eficiente de los recursos afectan al entorno. PLUSFRESC posee, por tanto, un enorme compromiso con la sostenibilidad para construir un futuro más justo, saludable y respetuoso con el planeta.

Asimismo, para combatir el cambio climático y avanzar hacia un modelo de negocio más sostenible **emprendemos acciones que abarcan áreas clave como la gestión de residuos, la generación de energía renovable y la lucha contra el desperdicio alimentario.** A continuación, se detallan las principales medidas adoptadas:

GESTIÓN RESPONSABLE DE RESIDUOS	GENERACIÓN DE ENERGÍA RENOVABLE	ELIMINACIÓN DEL PLÁSTICO
		
<b>1.300</b> toneladas gestionadas	<b>890.000</b> kWh producidos	<b>0</b> plásticos
<ul style="list-style-type: none"> <li>En 2024, PLUSFRESC gestionó cerca de 1.300 toneladas de residuos no peligrosos.</li> <li>Promueve prácticas entre sus clientes como la recogida de aceites usados y el reciclaje de cápsulas de café.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PLUSFRESC ha incrementado significativamente la producción de energía solar en sus instalaciones. En 2024, produjeron más de 890.000kWh, lo que representa un 5% del total consumido por sus tiendas y central. Esto fue posible gracias a la instalación de placas fotovoltaicas en varios supermercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En PLUSFRESC mantenemos nuestra política de eliminación del 100% de las bolsas de plástico y ofrecemos a nuestros clientes bolsas reutilizables y biodegradables tanto en caja como en las secciones.</li> <li>Uso de bandejas compostables en todas las secciones.</li> </ul>

**LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO**



**20.063**  
packs de alimentos

- En colaboración con Too Good To Go, hemos evitado el desperdicio de toneladas de alimentos.

**MOVILIDAD SOSTENIBLE**



**5.000**  
litros menos de combustible

- PLUSFRESC** ha reducido el consumo de combustibles fósiles al incorporar vehículos eléctricos en su flota para reparto a domicilio. Esto ha permitido una **disminución del consumo de diésel en más de 5.000 litros.**

Con estas acciones, **PLUSFRESC reafirma su compromiso con la sostenibilidad y se posiciona como un referente en el sector alimentario** al integrar prácticas responsables para combatir el cambio climático y proteger el medio ambiente.



**6.1 Datos cuantitativos relacionados con la sostenibilidad ambiental**

**Recursos naturales**

En **PLUSFRESC** hacemos un uso responsable de todos los recursos naturales que utilizamos para el desarrollo de nuestra actividad, optando en la medida de lo posible por su reducción.

A continuación, se proporcionan datos cuantitativos sobre nuestros principales consumos de recursos naturales, realizando una comparativa respecto a los años anteriores:

CONSUMO	2024	2023	2022
Energía eléctrica de red (kWh)	17.249.123	16.737.667	16.733.232
Electricidad generada por placas solares (kWh)	891.386	786.105	267.479
Total energía consumida en Supsa (kWh)	18.140.509	17.523.770	17.000.711
% Energía renovable/total energía consumida	4,9 %	4,5 %	1,6 %
Gasolina (l)	1.052,9	1.571,6	2.053,2
Diésel (l)	27.537,1	32.731,5	42.233,2
Gas Natural (m3)	2.052	2.431,6	1.944
Autogas (l)	0	0	1.773,68
Agua (m3)	31.029,1	37.567,1	34.414

**Residuos generados**

El consumo de materiales que se producen en las tiendas (papel, cajas, bolsas, etc.) son gestionados desde central, por lo que se ejerce un control homogéneo y sistemático sobre la totalidad de los centros de trabajo.

Durante el 2024 hemos producido un total de 1.290,17 Tn de residuos no peligrosos, como se detalla a continuación:

RESIDUOS (TN)	2024	2023	2022
Papel y cartón	1.068,92	1.043,94	1.073,24
Envases de madera	32,12	39,94	79,93
Mezcla de residuos	9,97	16,24	8,44
Ferralla/chatarra	25,15	28,04	17,12
Polietileno	121,91	124,30	29,81
Poliestireno	31,04	29,232	28,12
Residuos tecnológicos	1,06	1,26	0,81
<b>TOTAL</b>	<b>1.290,17</b>	<b>1.282,95</b>	<b>1.237,47</b>

## Materias primas

**PLUSFRESC** realiza una actividad comercial y logística en la que no se producen procesados de materias primas. No obstante, podemos tener en cuenta las materias primas empleadas para los materiales de embalaje/packaging priorizando los envases compostables.

CONSUMO	2024	2023	2022
Envase de aluminio (uds)	257.800	245.600	272.800
Envase de cartón (uds)	543.096	292.330	290.720
Envase compostable (uds)	4.863.936	4.051.886	6.574.340
Madera (uds)	495	190	-
Papel (uds)	14.423	5.990	36.610
Envases de plástico (uds)	653.854	321.846	620.680
Papel de Oficina (Kg)	31.980	29.879	28.067
<b>TOTAL</b>	<b>6.365.584</b>	<b>4.947.721</b>	<b>7.823.217</b>

**Impulsamos la reducción del consumo de papel en todas nuestras tiendas**, dando la opción a nuestros clientes de no imprimir sus tickets de compra, pudiendo ser consultados en tiempo real a través de la APP o de la página web, con el consiguiente ahorro en el consumo de papel. Con esta decisión, la compañía pretende dar un paso más en su objetivo de eliminar totalmente el papel de sus establecimientos.

## Digitalización y sostenibilidad

Acompañando los nuevos tiempos que corren, desde **PLUSFRESC** nos hemos sumado a la innovación tecnológica como proceso de mejora continua y para estar en sintonía con nuestros clientes. Esto nos ha llevado a aplicar nuevas mejoras en nuestro modelo de negocio, ya que concebimos la transformación digital como un medio puesto al servicio de nuestros colaboradores y clientes, que nos permite mantener nuestra posición frente a los competidores, siendo cada vez más eficientes y sostenibles.

- Papel Zero**  
**Desde 2021 hemos trabajado en la mejora y desarrollo de nuestros procesos para ser cada vez más eficaces**, de manera que se refleje en una reducción notable en la impresión de documentos. En el marco de nuestra campaña de Papel Zero hemos logrado una reducción significativa desde el inicio del proyecto.

### Reducción en impresiones desde 2021:

Pedidos de compra	-16%
Albaranes	-12%
Facturas de proveedor	-11%
Facturas de cliente	-28%
Depósitos	-10%

Nº de documentos digitalizados	2024	2023	2022
Pedidos de compra	151.723	136.000	135.000
Albaranes	37.463	32.000	31.000
Facturas de proveedor	59.448	56.000	57.000
Facturas de cliente	20.736	19.000	18.000
Depósitos	442.872	436.000	424.000

- Etiquetado Linerless**

En **PLUSFRESC** hemos continuado con el etiquetado Linerless. Con esta medida ya implantada en el 2021, se ha logrado implantar Etiquetadoras Linerless en un total de: 47 tiendas de manera que se elimina el etiquetado tradicional de tipo autoadhesivo.

- Etiquetado electrónico**

Las etiquetas electrónicas permiten automatizar la gestión de cambios de precio, mejorar la comunicación y señalización en los puntos de venta, destacar los productos en promoción, ofrecer información más clara y completa al cliente, reducir mermas y, especialmente, mejorar la experiencia de compra en los puntos de venta.

**Esta medida incorporada en un total de 22 tiendas, nos ha permitido también reducir nuestro consumo de papel.** En total, contamos con 159.682 etiquetas electrónicas en nuestras tiendas.

- Lectores de código de barras**

En 2024 disponemos de un total de 167 lectores de código de barras. Estos dispositivos ayudan a los negocios a mejorar la gestión de inventarios, a agilizar el punto de venta y a reducir errores. Asimismo, **facilitan al personal de tienda toda la información necesaria en tiempo real.**



## 6.2 Reducción de residuos y valorización

En PLUSFRESC trabajamos para minimizar nuestro impacto ambiental, y entre las actuaciones desarrolladas se encuentra la **minimización de residuos**, contribuyendo siempre que sea posible a optar por su reducción en origen, reutilización y reciclaje.

- **Clasificamos los residuos atendiendo a su naturaleza y composición**, para facilitar el posterior tratamiento por parte de los gestores autorizados.
- Facilitamos a nuestros clientes la **recogida de aceites de cocina usados, pilas y bombillas en nuestros establecimientos**.
- **Empleamos cajas reutilizables**, alargando su vida útil y minimizando la generación de residuos.

Destacamos en 2024 la **participación de PLUSFRESC** en un proyecto de revalorización de subproductos dentro del **“Programa de Innovación Abierta PIA” de AECOC**. En este proyecto tenemos como compañeros de proyecto a Mahou San Miguel y se desarrolla en colaboración con el Hub de Bioeconomía de Catalunya BioHubCAT.

Asimismo, **hemos colaborado con la concejalía de Medio Ambiente y la Fundación Lleida 21**, en una campaña para promover la **recogida de aceite de cocina usado**. Además en los **9 Supermercados PLUSFRESC con contenedores de recogida de aceite**, durante unos días, una educadora ambiental informaba a los peatones y a los clientes que en ese PLUSFRESC se podría depositar el aceite de cocina usado.



## 6.3 Desperdicio alimentario

En PLUSFRESC siempre **hemos trabajado para minimizar los alimentos que acaban en la basura** porque creemos que no es ético tirar comida que es comestible. Para evitar el desperdicio alimentario destacamos dos iniciativas principales:

- **Too Good To Go:** para hacer nuestra organización más sostenible y ejercer un impacto positivo en el entorno **nos unimos a esta iniciativa, tras una prueba piloto, ya en 2023**. Hemos **salvado 42.128 packs desde que activamos esta alianza con Too Good To Go, 20.063 packs en 2024**.



- **Donación de alimentos:** En PLUSFRESC somos conscientes de las necesidades que tienen diferentes colectivos de personas. Por ello **hemos trabajado a fondo para intentar minimizar la cantidad de comida comestible que se tira a la basura**. En la mayoría de establecimientos y en nuestro almacén central **tenemos entidades que recogen los productos que consideramos que no son comercializables** (pocos días de margen hasta la fecha de caducidad o consumo preferente, defectos en el embalaje...), que posteriormente se distribuyen entre las personas a las que estas entidades apoyan. Por ejemplo, la carne y el pescado que se encuentran bajo estas condiciones se congelan y se donan a diferentes entidades, que pasan a recoger los alimentos por las tiendas.



También **donamos productos que son perfectamente comercializables a entidades con las que tenemos convenios de colaboración y que tienen necesidades** constantes por el número de personas a las que asisten. Asimismo, participamos en campañas de recogida de alimentos.

A nivel interno, **trabajamos para poder ajustar el aprovisionamiento**, controlar el inventario, gestionar las caducidades y mejorar la gestión de los productos para reducir la cantidad de alimentos desperdiciada invirtiendo en innovación y desarrollo tecnológico. **Ajustamos la oferta y la demanda para evitar sobrantes, especialmente de aquellos alimentos con fecha de caducidad temprana** y cuyas propiedades organolépticas puedan verse deterioradas con mayor rapidez.

En **PLUSFREC también ofrecemos diferentes formatos de producto para que el cliente se pueda llevar a casa la cantidad que realmente consumirá** o bien productos a granel para que en casa tampoco se desechen alimentos.

## 6.4 Cambio climático y eficiencia energética

Como parte de nuestro compromiso para cuidar el medioambiente, contribuir a la transición energética y el desarrollo de actuaciones que impacten en las emisiones a la atmosfera **continuamos incorporando instalaciones fotovoltaicas** en nuestras tiendas. En 2024 hemos desarrollado un proyecto para la instalación de placas fotovoltaicas en la tienda de Baró de Maials de 44,69 kwp que se suma a la larga lista de inversiones en energías renovables, eficiencia energética y sostenibilidad de **PLUSFREC**.

El importe total que **SUPSA** destina a prevenir los riesgos medioambientales asciende a 102.949 €, siendo el porcentaje de la inversión anual de 2024 destinado a eficiencia energética de un 1,20%.

**La reducción de la inversión destinada a proyectos medioambientales responde a la culminación de los objetivos previamente establecidos.** Durante los últimos ejercicios, se ha mantenido una inversión sostenida y significativa que ha permitido alcanzar un nivel óptimo de cumplimiento de las metas medioambientales. Se considera que se ha llegado a un punto de madurez ambiental en el cual los niveles actuales de inversión garantizan su mantenimiento.

En **PLUSFREC** promovemos el uso de energías renovables e invertimos en tecnologías de autoconsumo para impactar en nuestra huella de carbono. Nuestras instalaciones fotovoltaicas nos permiten abastecernos de energía verde y evitar emisiones de carbono.

**Hemos reducido el consumo de combustibles fósiles de nuestros vehículos** y optamos por productos de proximidad, lo cual contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al desplazamiento de los vehículos de transporte.

RESUMEN PROYECTO 2024 CENTRAL + TIENDAS	POTENCIA INSTALADA (Kwp)	Producción solar anual (kw)
BALAGUER 3	100,1	136.296
MOLLERUSSA 2	91	109.277
TÀRREGA	38,2	41.085
CERVERA	35,1	44.698
ALGUAIRE	32,4	34.419
ALCOLETGE	31,3	-
ALCOLETGE (AMPLIACIÓN)	16,3	55.873
BELL-LLOC	29,1	44.379
MOLLERUSSA 1	27,5	-
MOLLERUSSA 1 (PÉRGOLAS)	51,1	101.252
ALMENAR	24,9	29.775
BORDETA	21,9	24.389
ALPICAT	11,9	17.368
TARRAGONA	11,9	10.312
AGRAMUNT	19,4	22.577
BORGES BLANQUES (PÉRGOLAS)	43,0	47.838
BARÓ DE MAIALS	44,6	43.419
TOTAL TIENDAS	629,7	762.936
SUPSA CENTRAL	99,5	128.450



Asimismo, trabajamos para utilizar en nuestras instalaciones gases fluorados con bajo potencial de calentamiento global (PCG) de manera que no afecten a la capa de ozono y sean respetuosos con el medioambiente.

HUELLA DE CARBONO 2024		↑ CO <sub>2</sub>	KG CH <sub>4</sub>	KG N <sub>2</sub> O	↑ CO <sub>2</sub> e
Emisiones directas (Alcance 1)		75,18	0,70	1,98	1.506,03
Emisiones indirectas por energía comprada (Alcance 2) Market based		-	-	-	4.467,52
<b>TOTAL</b>		<b>75,18</b>	<b>0,70</b>	<b>1,98</b>	<b>5.973,55</b>

HUELLA DE CARBONO 2023		↑ CO <sub>2</sub>	KG CH <sub>4</sub>	KG N <sub>2</sub> O	↑ CO <sub>2</sub> e
Emisiones directas (Alcance 1)		90,06	0,91	2,36	1.556,46
Emisiones indirectas por energía comprada (Alcance 2) Market based		-	-	-	4.335,06
<b>TOTAL</b>		<b>90,06</b>	<b>0,91</b>	<b>2,36</b>	<b>5.891,52</b>

HUELLA DE CARBONO 2022		↑ CO <sub>2</sub>	KG CH <sub>4</sub>	KG N <sub>2</sub> O	↑ CO <sub>2</sub> e
Emisiones directas (Alcance 1)		113,72	1,20	3,09	2.258,73
Emisiones indirectas por energía comprada (Alcance 2) Market based		-	-	-	4.551,44
<b>TOTAL</b>		<b>113,72</b>	<b>1,20</b>	<b>3,09</b>	<b>6.810,17</b>

HUELLA DE CARBONO		2024 ↑ CO <sub>2</sub> e	2023 ↑ CO <sub>2</sub> e	2022 T CO <sub>2</sub> e
Emisiones indirectas por energía comprada (Alcance 2) Location based		4.484,77	2.008,52	4.568,174.5

Para el cálculo de la huella de carbono corporativa se ha utilizado la calculadora del Ministerio para la Transición Ecológica que, a la fecha de realización de esta memoria no dispone de los factores de emisión actualizados para el año 2024, por tanto, el cálculo se realiza utilizando los factores de 2023 ya que son los que están en vigor.





Comprometidos  
**CON EL ENTORNO SOCIAL**

7

Comprometidos  
**CON EL ENTORNO SOCIAL**

El compromiso social de **PLUSFRESC**, se refleja en la implicación en diversas iniciativas enfocadas en la **sostenibilidad, la inclusión social y laboral, el apoyo a colectivos vulnerables y la promoción de valores solidarios**. A continuación, se destacan las principales áreas de su responsabilidad social corporativa.

**7.1 Inclusión laboral y apoyo social**

En **PLUSFRESC** ponemos de manifiesto el **compromiso social con nuestra presencia en las actividades de las personas de nuestra comunidad local**. Queremos generar un impacto positivo patrocinando eventos de diversas entidades y ámbitos muy diversos que estén alineados con nuestros valores.

**Hace años que trabajamos con distintas entidades para fomentar la inclusión y promover la inserción sociolaboral de personas con algún tipo de discapacidad intelectual**. Colaboramos con entidades como Fundación Aura, Down Lleida y Down Tarragona, integrando a estas personas en nuestra plantilla y promoviendo su desarrollo personal y profesional. Destacamos en 2024 las siguientes colaboraciones:

**PLUSFRESC Y ASPROS EMPRESA**

**PLUSFRESC y Aspros Empresa se alían para impulsar la inclusión laboral** de las personas con discapacidad intelectual. Mediante un convenio de colaboración se pone en marcha un proyecto pionero en las tierras de Lleida para impulsar la inclusión laboral de las personas con discapacidad intelectual, un colectivo que, históricamente, ha mostrado más dificultades a la hora de acceder al mercado laboral ordinario.

Gracias a esta iniciativa, **PLUSFRESC cuenta con una tienda con una plantilla formada por personas con discapacidad intelectual de Aspros Empresa**. Concretamente, se trata del establecimiento ubicado en la Avenida Blondel, 96 de Lleida.





**PLUSFRESC** continúa su compromiso con la inclusión social y laboral de colectivos vulnerables, y en 2024 ha contratado a una persona con síndrome de Down. Se trata de Jordi Balcells, quien, tras realizar un periodo de prácticas, forma parte del equipo de la tienda de Les Borges Blanques. Además, es el undécimo empleado contratado por **PLUSFRESC** gracias a las asociaciones Down Lleida y Aura Fundació.



## GALA ANUAL ASEDAS

Bajo el lema 'Darlo todo', Asedas ha celebrado su Gala anual con 19 deportistas como grandes protagonistas.

Para **PLUSFRESC** fue un gran honor contar con la representación de Ángela Mora, deportista leridana que ha marcado la diferencia en la gimnasia deportiva. Ángela es la primera deportista con Síndrome de Down en competir en el Campeonato de España absoluto de gimnasia artística.

Gracias a ASEDAS por este acto tan especial en el que quedó patente el bonito vínculo que existe entre el deporte y las empresas de distribución alimentaria, que, dentro de su labor hacia la comunidad, destinan recursos para apoyar el deporte y fomentar hábitos de vida saludables.

## Premios FET

En 2024 patrocinamos los Premios Fet en Catalunya galardones que reconocen la trayectoria empresarial y el compromiso social de las personas y empresas de Cataluña.

**PLUSFRESC colabora activamente en iniciativas educativas**, acogiendo visitas de distintos centros formativos para dar a conocer su funcionamiento. Dieciocho alumnos del Máster en Gestión e Innovación en la Industria Alimentaria de la Universidad de Lleida visitaron PLUSFRESC como parte de su formación en el módulo de Calidad y Consumidor. Durante cuatro horas, profesionales de la compañía impartieron sesiones sobre Gestión de Seguridad Alimentaria en la Distribución y explicaciones técnicas en las áreas de Logística, Pescadería y Frutas y Verduras.



## 7.2 PLUSFRESC solidario

**Generar un impacto positivo en las comarcas donde PLUSFRESC está presente, es algo que forma parte de nuestro ADN desde nuestros inicios.** Por eso, a lo largo del año aportamos ayuda económica y alimentos a entidades que operan en los mismos territorios que nosotros, por qué así, entre todos, contribuimos a mejorar la calidad de vida de los más vulnerables y ayudamos a mejorar el entorno más próximo.

Entre las iniciativas que llevamos a cabo hay: campañas de recogidas de alimentos, donaciones diarias de alimentos y otras entidades benéficas, recogida de donativos para emergencias humanitarias, y donativos a ONG y entidades sociales. Además, a través de la campaña "Apoya a quien llevas en el corazón", los clientes pueden donar el cheque descuento de la tarjeta Plusi a las organizaciones sociales que ellos escojan.

En el ejercicio 2024 destacamos la colaboración con el Banco de Alimentos en el Gran Recapte, actuando como puntos de recogida de productos de primera necesidad. La participación de todas las personas que, durante los días 22 y 23 de noviembre, hicieron sus donaciones, ha permitido repartir alimentos a quienes más lo necesitan. Además, este año, la mitad de los productos recogidos se destinaron a ayudar a los damnificados de las zonas afectadas por la DANA.

Asimismo, hemos hecho una campaña de recogida de juguetes en este caso a beneficio de Sant Joan de Déu.

## 7.3 Colaboraciones y patrocinios

Desde siempre en PLUSFRESC colaboramos con las actividades deportivas, culturales y sociales que se organizan en Lleida, lo que demuestra nuestra implicación con el territorio y el apoyo a todas aquellas iniciativas que fomentan el estilo de vida saludable, la participación ciudadana, la solidaridad y la conservación de nuestro entorno.

En el año 2024 han sido muchas las actividades en las que PLUSFRESC ha estado presente, destacando las siguientes:

- **Caminata** entre viñedos en Raimat Natura con la participación de más de 400 personas.
- **Pedalada** popular por las calles de Lleida, en el marco de la Semana Sostenible, con una gran afluencia de público en concreto 1.200 participantes. Desde PLUSFRESC hemos aportado el avituallamiento, así como una degustación de fruta de temporada, siempre haciendo alusión a la cultura, los hábitos saludables y la sostenibilidad.
- **Fiesta infantil** Plusicastañada, en Lleida, con la participación de 800 personas.
- **Patrocinio Carrera nocturna** Seu Vella, con la participación de 350 personas.
- **Patrocinio Carreras infantiles** Bomberos Lleida con la participación de 700 personas a beneficio de Aremi.
- **Patrocinio de la Marcha Parálisis Cerebral** a beneficio de FEPCCA.
- **La carrera PLUSFRESC San Silvestre** de Lleida es el evento deportivo perfecto para despedir el año de manera activa, festiva y solidaria. Con un ambiente lleno de energía y alegría, esta carrera popular reúne a participantes de todas las edades y niveles para recorrer un circuito urbano por las calles emblemáticas de Lleida para disfrutar de una experiencia única donde el deporte, la diversión y la magia del último día del año se unen para crear recuerdos inolvidables.
- **Patrocinio de equipos deportivos** como:
  - Lleida Llista Blava
  - Lleida Esportiu
  - Lleida Bàsquet (HIOPOS LLEIDA). Patrocinio temporada 2024-2025
  - Sedis Bàsquet.
  - Rugby inef Lleida
  - Miniatletisme Lleida



### Proyecto empresa saludable: visita a la Granja Pifarré

Más de 120 personas del equipo humano de PLUSFRESC y sus familias disfrutaron de una actividad de ocio, dentro del proyecto Empresa Saludable de PLUSFRESC.

Los participantes pudieron recorrer el laberinto de la Granja Pifarré mientras aprendían temas sobre la Huerta de Lleida y el mundo rural. Además, al acabar, disfrutaron de una merienda con productos de PLUSFRESC y los más pequeños disfrutaron de juegos rurales y el circuito de tractores.

### Fiesta de la Fruta Fresca

Por tercer año consecutivo, PLUSFRESC ha celebrado la Fiesta de la Fruta Fresca en Lleida para conmemorar el aniversario de su tienda en Parc de L'Aigua, con una gran acogida por parte del público.



Los asistentes, tanto mayores como pequeños, disfrutaron de una merienda saludable con fruta de agricultores locales de PLUSFRESC. Además, se sortearon lotes de fruta de temporada, destacando la fruta de hueso de proveedores locales.

En PLUSFRESC hemos renovado por 25 año consecutivo nuestra colaboración con el Instituto de Investigación Biomédica de Lleida (IRB), con el objetivo de continuar ayudando a promover y desarrollar la

investigación que realiza el instituto sobre enfermedades relevantes como el cáncer, el ictus, la esclerosis múltiple o la diabetes. Para PLUSFRESC, empresa comprometida con la sociedad y el entorno, es muy importante apoyar a entidades como el IRB, que tienen un impacto muy positivo en la salud y la calidad de vida de la población gracias a su labor en materia de investigación.

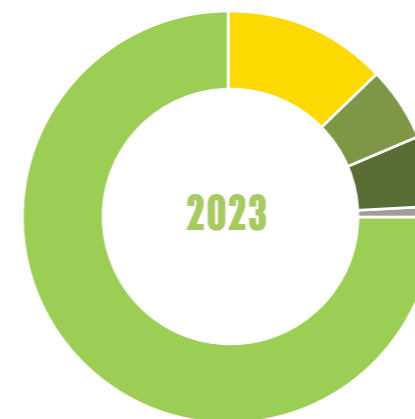
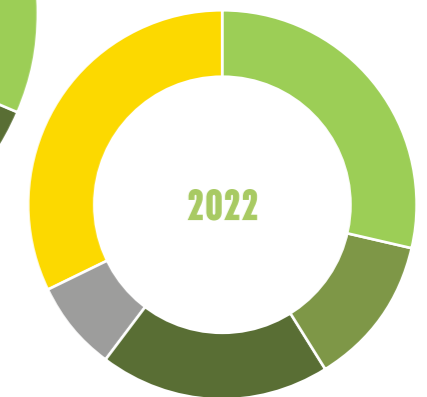
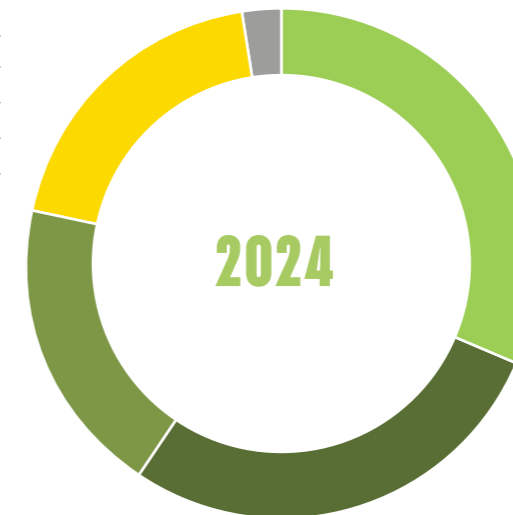
En el ámbito medioambiental también colaboramos con la entidad Proyecto Bosques de Montaña que trabaja para la conservación y mejora de los bosques y paisajes de montaña en los Pirineos catalanes. Proyecto Bosques de Montaña forma parte de la Fundación Bergwaldprojekt, nacida en Suiza en 1987, que hoy en día está presente en Suiza, Austria, Alemania y Cataluña.

Respecto a los patrocinios culturales destacamos:

- Fundación Teatro de La Llotja de Lleida
- Orfeón Lleida.
- Festival Camp de Mart de Tarragona
- Festival Dansa Neu
- Musiquem
- Fira de Titelles
- First Lego League Lleida

### % de donaciones y patrocinios en términos económico a diferentes causas

Cultura/Institucional	31,48%
Educació/Salut	19,12 %
Esport/Social	27,99 %
Medi Ambient	2,35%
Solidaritat	19,06%



Cultura/Institucional	39%
Educació/Salut	18%
Esport/Social	17%
Medi Ambient	3%
Solidaritat	23%

Cultura/Institucional	29%
Educació/Salut	13%
Esport/Social	19%
Medi Ambient	8%
Solidaritat	32%

## Cumplimiento NORMATIVO

## 0 Cumplimiento NORMATIVO

Las actuaciones en materia de compliance de PLUSFRESC están orientadas a garantizar el cumplimiento normativo, prevenir riesgos legales y promover una cultura organizativa basada en la ética y el respeto.

Entre las principales iniciativas que hemos desarrollado en el ámbito del buen gobierno corporativo destacan:

- **Programa de Cumplimiento Normativo:** PLUSFRESC ha implementado un programa integral de Corporate Compliance **obligatorio para empleados, directivos y empresas afiliadas**. Este programa incluye políticas como el Código Ético, la Política Anticorrupción, el Código Telemático, y la Política de uso de redes sociales. Durante 2024 se ha procedido a la actualización del mapa de riesgos, realizando un exhaustivo análisis de los mismos mediante reuniones de trabajo con cada representante de los distintos departamentos con el fin de determinar la idoneidad de los riesgos identificados, así como de las medidas establecidas para prevenir, detectar y gestionar riesgos penales.
- **Canal ético:** contamos con un canal ético en nuestra página web que garantiza la objetividad e imparcialidad en la recepción de cualquier tipo de comunicación lo que permite identificar y gestionar posibles irregularidades o conductas contrarias a nuestros valores. En nuestro proceso de bienvenida se traslada la información necesaria al nuevo personal laboral sobre las vías para denunciar cualquier incumplimiento normativo.
- Hemos procedido a la **actualización de los siguientes documentos:** Código ético, Política Anticorrupción, Whistleblowing Policy, Protocolo de gestión, investigación y respuesta de incumplimientos de SUPSA.
- Se ha procedido al **cambio del Responsable del Sistema Interno de Información**, para concentrar estas responsabilidades en la misma persona, siendo también el Compliance Officer.
- **Comunicación a todo el personal de PLUSFRESC** mediante la aplicación "SOM PLUS" sobre **la normativa interna de la empresa**, con el fin de facilitar su acceso y consulta.
- **Todos los lunes se hace formación de Cumplimiento Normativo** al nuevo personal laboral de PLUSFRESC, con ulterior cuestionario con la finalidad de que comprendan lo expuesto en la formación.

Estas actuaciones reflejan nuestro compromiso con la transparencia, el respeto a la ley y la promoción de valores éticos en nuestra actividad empresarial.

En cuanto a nuestra relación con los proveedores, **disponemos de código ético del proveedor**, donde se recoge el comportamiento que el proveedor debe tener con los derechos humanos y laborales de sus empleados, con la protección y respeto al medio ambiente, y el compromiso con la calidad y seguridad alimentaria del producto. Asimismo, **incluimos cláusulas para que se respeten los derechos humanos, las normas laborales y medioambientales en los contratos de la ley de la cadena alimentaria**.

**SUPSA no ha recibido ninguna denuncia o comunicación por casos de vulneración de derechos humanos.**

**SUPSA** participa de la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas y se compromete con los Diez Principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción que se refleja en diferentes medidas adoptadas por la compañía

PRINCIPIOS ÉTICOS	MEDIDAS ADOPTADAS
Derecho a un trabajo digno y rechazo del trabajo forzoso y a la mano de obra infantil	SUPSA busca ofrecer a sus personas trabajadoras un empleo de calidad y mejoras continuas. No se permite la contratación de empleados menores de 16 años ni llevar prácticas de trabajo forzoso. Nuestro código ético refleja el comportamiento exigido en la compañía antes estas prácticas.
Conciliación familiar	SUPSA pone a disposición de sus empleados medidas para la fomentar la conciliación. Mediante los diversos canales de comunicación, se pone a disposición de todas las personas trabajadoras los derechos y medidas de conciliación que establece la compañía.
Protección de la seguridad y la salud de los trabajadores	SUPSA dispone de un servicio de prevención ajeno y personal en las tiendas que garantiza la seguridad y la salud de las personas trabajadoras. Asimismo todo el personal dispone de la formación que le permite conocer los riesgos asociados a su puesto de trabajo.
Libertad de asociación	Todas las personas trabajadoras de SUPSA pueden ejercer libremente su derecho a sindicarse para ejercer y defender sus derechos sociales y económicos.
Igualdad de oportunidades y no discriminación	SUPSA dispone de un plan de igualdad y de un protocolo contra el acoso sexual, por razón de género y orientación sexual a disposición de sus empleados/as.
Retribución Justa	La política retributiva de SUPSA tiene en cuenta los criterios de equidad y no discriminación de modo que mujeres que estén en una misma posición y tengan idéntica antigüedad y expedición que un hombre, tendrán el mismo salario, sin ningún tipo de discriminación.
Seguridad alimentaria y calidad de los productos	Garantizamos productos de calidad que cumplen con todas las normas de seguridad alimentaria. Asimismo disponemos de sistemáticas internas basadas en analíticas, planes de control y auditorías que nos permiten garantizar la calidad y seguridad de los alimentos.
Protección de medioambiente	Nuestras actividades se desarrollan en el marco de las sostenibilidad y protección ambiental, priorizando la gestión de los recursos y las medidas de adaptación al cambio climático.
Cumplimiento normativo y compliance	Nuestro código ético refleja las prácticas de cumplimiento normativo que hacemos extensivas a todos los miembros de la organización y a los proveedores.



## Información FISCAL Y ANEXOS

A continuación, se muestran los datos financieros de la sociedad, en virtud de lo establecido por la Ley 11/18 sobre Estados de Información No Financiera y Diversidad:

	2024	2023	2022
Resultado antes de impuestos	4.131.698 €	4.043.173 €	2.439.959 €
Impuestos sobre beneficios pagados	572.041 €	880.785 €	206.959 €
Subvenciones recibidas	0 €	14.760 €	13.247 €
Donaciones	363.489,50 €	597.027,39 €	658.753,88 €
Acciones de asociación y patrocinio	138.732 €	86.088,18 €	85.814,67 €

## Anexo I PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME

Para la elaboración del presente Estado de Información No Financiera (EINF) o Memoria de Sostenibilidad, se han tenido en cuenta los asuntos materiales para **PLUSFRESC**. Estos han sido seleccionados fundamentalmente, a partir de las conductas, protocolos y procedimientos relacionados con la actividad de la compañía.

Esta información ha sido proporcionada en apartados anteriores del presente informe. A modo esquemático se presenta la siguiente descripción de la metodología de definición de información a incorporar en el presente Informe o memoria.



Además de las fuentes de información anteriormente señaladas, para la incorporación y priorización de contenidos en el presente Informe se han tenido en cuenta los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como las orientaciones proporcionadas por el “Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de Informes de Sostenibilidad”. En este sentido, se han tenido en consideración los criterios de Materialidad y Exhaustividad en línea con el citado estándar.

A continuación, se relacionan los principios de calidad utilizados para la determinación del contenido de la memoria:

### MATERIALIDAD

Con el fin de definir aquellos aspectos e identificadores más relevantes a incluir en el presente informe, **PLUSFRESC** ha identificado sus grupos de interés y ha definido e implementado canales de comunicación estables con ellos. Con la información recabada por estas fuentes y, a partir de un proceso de reflexión interno, se han fijado los aspectos más relevantes sobre los que la compañía debe informar.

### EXHAUSTIVIDAD

La totalidad de los datos cuantitativos aportados en este informe se refiere a toda actividad realizada por **PLUSFRESC**.

### COMPARABILIDAD

La información incluida en el informe permite a los grupos de interés analizar la evolución que **PLUSFRESC** ha experimentado con respecto a sus anteriores ejercicios, pudiendo ser asimismo comparable con otras empresas del mismo sector y de actividad.

### PRECISIÓN

La información incluida en el presente documento se presenta con el grado de precisión y detalle oportunos y, dependiendo de la naturaleza de lo explicado, se ofrece en forma cuantitativa y/o cualitativa.

### CLARIDAD

La información incluida en el Informe se presenta de forma comprensible y fácil de localizar.

## Anexo II ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018

El índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En la siguiente tabla se evalúa el grado de cumplimiento de los requisitos de la citada ley, así como su correlación con la guía de indicadores en materia de sostenibilidad Global Reporting Initiative. Los indicadores señalados se refieren a la temática abordada en el informe. En ningún caso se asegura la publicación exhaustiva de los mismos, sino que se emplean como referencia, al no tratarse el presente documento de una memoria de GRI sujeta a evaluación.

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
Breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura.	N/A	Carta Presidente. Carta Director General. 2.2. PLUSFRESC cerca de ti 5.2. Nuestro equipo	GRI 2-1 GRI 2-6 GRI 2-23
Mercados en los que opera.	N/A	2.1 Contigo desde 1929. 2.4. Análisis de materialidad. 2.6. Retos no financieros. Carta del Presidente. Carta del Director General.	GRI 2-24
Objetivos y Estrategias.			
Principales factores y tendencias que afectan a la evolución futura.		2.4. Análisis de materialidad. 2.5 Factores y tendencias del mercado. Principales riesgos	

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
Marco de reporting utilizado.	ANEXO I: PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME. ANEXO II: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI DE CONFORMIDAD.		GRI 1
Análisis de materialidad.	N/A	2.4. Análisis de materialidad.	GRI 2-29 GRI 3-1 GRI 3-2
<b>EMPLEO</b>			
Número y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional.	PRINCIPIOS 4,5 y 6	5.1. Información sobre nuestros colaboradores. 5.2. Nuestro equipo.  Los datos relativos a la remuneración de Directivos y Consejo de Administración no se reportan por ser información sensible.	GRI 2-6 GRI 2-7 GRI 405-1
Distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual por sexo, edad y clasificación profesional.			GRI 2-7 GRI 2-8
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.			GRI 401-1
Remuneraciones medias y su evolución desagregadas por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.			GRI 405-1 GRI 405-2
Remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.			GRI 405-1
Brecha salarial.			GRI 405-1 GRI 405-2
Implantación de políticas de desconexión laboral.			5.3. Organización del trabajo. PLUSFRESC no tiene de momento instaurada una Política de desconexión laboral propiamente dicha, pero sí dispone de una política de teletrabajo con flexibilidad horaria, facilitando la conciliación entre su personal.
Porcentaje de empleados con discapacidad.	5.6. Igualdad de oportunidades.	GRI 405-1	
<b>ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO</b>			
Organización del tiempo de trabajo.	PRINCIPIOS 4,5 y 6.	5.3. Organización del trabajo.	GRI 3-3 GRI 401-3
Número de horas de absentismo.		5.5 Seguridad y salud en el trabajo.	GRI 403-2
Medidas para facilitar la conciliación.	PRINCIPIOS 4,5 y 6.	5.3 Organización del trabajo.	GRI 401-3
<b>SALUD Y SEGURIDAD</b>			
Condiciones de seguridad y salud en el trabajo.	PRINCIPIOS 4,5 y 6.	5.5 Seguridad y salud en el trabajo.	GRI 403-1 al 403-4
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales.	PRINCIPIOS 4,5 y 6.	5.5 Seguridad y salud en el trabajo.	GRI 403-2

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
<b>RELACIONES SOCIALES</b>			
Organización del dialogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	PRINCIPIOS 3,4,5 y 6.	5.6. Igualdad de oportunidades.	GRI 3-3 GRI 403-1 GRI 403-4
Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos por país.		5.1. Información sobre nuestros colaboradores.	GRI 2-30
Balance de los convenios en el campo de la seguridad y salud.	PRINCIPIOS 4,5 y 6.	5.5. Seguridad y salud en el trabajo.	GRI 403-4
Políticas implementadas en el campo de la formación.	N/A	5.4. Formación continua.	GRI 3-3 GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional.		5.4. Formación continua.	GRI 404-1
Integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	PRINCIPIO 6	5.6. Igualdad de oportunidades	GRI 3-3
<b>IGUALDAD</b>			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	PRINCIPIO 6	5.6. Igualdad de oportunidades. 8. Cumplimiento normativo.	GRI 3-3 GRI 405-2
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.			
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.			
<b>MEDIOAMBIENTE</b>			
Enfoque de gestión: Descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los riesgos relacionados a las actividades de la organización.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	6. Compromiso con el entorno medioambiental	GRI 3-3
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa, en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.			GRI 3-3 GRI 304-2
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	PLUSFRESC no dispone de certificaciones ambientales, pero sí aplica a nivel interno buenas prácticas para reducir su impacto en el medio ambiente.	GRI 3-3
Aplicación del principio de precaución.			GRI 2-23 GRI 3-3
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.			GRI 3-3

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
Contaminación: Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	6.1. Datos cuantitativos relacionados con la sostenibilidad ambiental 6.2. Reducción de residuos y valorización. 6.4. Cambio climático y eficiencia energética  La actividad desarrollada por PLUS-FRESC no se considera como foco de emisiones acústicas significativas, en lo que se refiere a ruido ambiental. La actividad desarrollada por PLUS-FRESC no se considera como foco de contaminación lumínica.	GRI 3-3
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	6.2. Reducción de residuos y valorización.	GRI 3-3 GRI 306-1 GRI 306-2
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.		6.3. Desperdicio alimentario.	GRI 3-3
<b>USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS</b>			
Consumo de materias primas y medidas adaptados para mejorar la eficiencia de su uso.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	6.1. Nuestra estrategia medioambiental.	GRI 301-1
Consumo directo e indirecto de energía.		6.4. Eficiencia Energética.	GRI 302-1
Consumo de agua.			GRI 302-1
Medidas para mejorar la eficiencia energética.		GRI 3-3 GRI 302-4	
Uso de energías renovables.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	2.6. Retos no financieros. 6.4. Cambio climático y eficiencia energética	GRI 302-1
<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>			
Emisiones de gases efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	PRINCIPIOS 7,8 y 9	6. Compromiso con el entorno medioambiental	GRI 305-1 GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.		6.4. Cambio climático y eficiencia energética	GRI 201-2
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.			GRI 303-5

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
<b>PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD</b>			
Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	PRINCIPIOS 7,8 y 9	Ninguno de nuestros centros de trabajo se encuentra en zonas protegidas o áreas que dispongan de una figura de protección especial. Nuestras tiendas se asientan sobre terrenos urbanizables y en centros comerciales, por lo que no se estima la necesidad de llevar a cabo medidas para su restauración.	GRI 304-1 GRI 304-2 GRI 304-3
Impactos causados por la actividad.		2.5. Factores y tendencias del mercado. Principales riesgos	GRI 304-2 GRI 304-3
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS</b>			
Enfoque de gestión: Descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la organización.	PRINCIPIOS 1 Y 2	8. Cumplimiento normativo.	GRI 3-3 GRI 2-23 GRI 2-26
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.			GRI 2-23 GRI 2-26
Denuncias por casos de vulneración de los derechos humanos.	PRINCIPIOS 1 Y 2	8. Cumplimiento normativo.	GRI 2-25 GRI 2-26 GRI 3-3 GRI 406-1
Medidas implantadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.			GRI 2-23 GRI 3-3 GRI 407-7 GRI 408-1 GRI 409-1
<b>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>			
Enfoque de gestión: Descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la organización.	PRINCIPIO 10	8. Cumplimiento normativo.	GRI 3-3
Medidas para prevenir la corrupción y el soborno.			GRI 3-3 GRI 2-23 GRI 2-25 GRI 2-26 GRI 205-3
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.			
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	PRINCIPIO 10	7.3. Colaboraciones y patrocinios.	GRI 201-1

CONTENIDO	CAPÍTULO	APARTADO	MARCO DE REPORTING
<b>COMPROMISO SOCIAL</b>			
Enfoque de gestión: Descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la organización	N/A	2.6. Retos no financieros	GRI 3-3
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.		7.1. Inclusión laboral y apoyo social 4.2. Compromiso con el entorno más próximo.	GRI 3-3
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.		4.1. Así son nuestras tiendas. 3.2. Al lado de nuestros clientes 7. Comprometidos con el entorno social.	GRI 3-3 GRI 203-2 GRI 413-1
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos		2.4. Análisis de materialidad. 7.3. Colaboraciones y patrocinios	GRI 3-3 GRI 413-1
Las acciones de asociación o patrocinio			GRI 3-3 GRI 201-1 GRI 413-1
<b>SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES</b>			
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;	PRINCIPIOS 1,2 y 8	4.1. Cercanía y calidad 4.2 Compromiso con el entorno más próximo 8. Cumplimiento normativo.	GRI 3-3
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	PRINCIPIOS 1,2 y 8		GRI 2-6 GRI 3-3
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	PRINCIPIO 8		GRI 2-6 GRI 308-2
<b>CONSUMIDORES</b>			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	N/A	4.1. Cercanía y calidad 3.3. Atención al cliente.	GRI 3-3 GRI 2-25
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.			
<b>INFORMACIÓN FISCAL</b>			
Los beneficios obtenidos por país	9. INFORMACIÓN FISCAL		GRI 201-1
Los impuestos sobre beneficios pagados			
Las subvenciones públicas recibidas			

**plusfrés:**  
de Lleida