



SEMARK
AC GROUP, S.A.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2025

ÍNDICE

GOBERNANZA	3
Quiénes somos	3
Tendencias del mercado	5
Objetivos y estrategia	6
Alianzas con otras organizaciones	7
Número de tiendas por provincia y distribución geográfica	8
Evolución de cifra de negocio	8
Contribución tributaria	9
Inversiones	9
Evolución de número de empleados	9
Misión	10
Visión	10
Análisis de riesgos de la compañía	11
Continuidad de negocio	12
Código ético	13
Seguridad de los datos	14
Protección de datos	14
Compromiso de escucha	15
Compromiso medioambiental	15
Compromiso de bienestar animal	15
Compromiso social	16
Compromiso de seguridad alimentaria	16
Cultura de inocuidad	17
MEDIO AMBIENTE	18
Consumo energético	18

Eficiencia energética	19
Autoconsumo, instalación de placas solares	20
Economía circular. Gestión y valorización de residuos	21
Puntos de reciclaje	22
SOCIAL	23
Producto de cercanía. Proveedores locales	23
Marca propia	24
Productos frescos	28
Riesgos para los consumidores	32
Seguridad alimentaria	32
Desperdicio alimentario	33
Too Good To Go	33
Donaciones	34
Recogidas para alimentos	35
Alimentación saludable	36
Servicios al cliente	37
Nuestros trabajadores. Nuevos empleos	38
Empleo de calidad	39
Composición de plantilla	40
Formación y promoción interna	42
Plan de igualdad	43
Protocolo de acoso	43
Colaboraciones con entidades sociales	44
Tarjeta Club Lupa, App y canastilla	45
Atención al cliente	47

QUIÉNES SOMOS

Semark AC Group S.A. es una empresa de capital español dedicada a la distribución alimentaria. **Lupa** es la principal marca comercial de Semark AC Group S.A. Tiene su actual sede social en el municipio cántabro de Marina de Cudeyo.

Para el desarrollo de su actividad, dispone de las siguientes marcas comerciales:

- ✓ **Lupa** es la enseña minorista de Semark AC Group, dedicada a la venta al por menor de una amplia variedad de productos, incluyendo alimentos frescos, productos de despensa, artículos de limpieza y artículos para el hogar. En las secciones de frescos tenemos venta asistida de las mejores carnes, embutidos, quesos, pescados y mariscos.
- ✓ **Top Cash** es la enseña mayorista de Semark AC Group, especializada en la venta de productos de alimentación, artículos domésticos y de limpieza. Nuestro objetivo es proporcionar a nuestros clientes mayoristas una amplia gama de productos de alta calidad a precios competitivos.



En la actualidad, Semark AC Group tiene una amplia presencia en las comunidades de **Cantabria, Castilla y León y La Rioja**, y dispone de dos centrales logísticas ubicadas en **Cantabria (Orejo) y Palencia (Villamuriel de Cerrato)**.

Hemos iniciado la primera fase de la construcción de un nuevo centro logístico en el Parque Empresarial de Magaz de Pisuerga en Palencia.

Esta plataforma logística que contará con una superficie total de casi 65.000 m.² se edifica sobre una parcela de 100.000 m.² y está previsto que cuente con una plantilla de más de 500 personas. Está situada en un lugar estratégico para poder dar servicio a los supermercados de Castilla y León y así hacer frente al crecimiento de la empresa en esta comunidad.



Semark abrió Top Cash 1 en 1982 y Lupa abrió su primer supermercado en 1984 en Torrelavega. Al cierre de 2025 sumamos 234 supermercados en tres comunidades autónomas: Cantabria (94), Castilla y León (120) y La Rioja (20), tras la apertura de 8 nuevas tiendas con unas inversiones totales en tiendas nuevas y reformas de 33.245.841 €.

Actualmente Semark AC Group tiene 7.155 trabajadores, la plantilla ha crecido un 5 % este año.

TENDENCIAS DEL MERCADO

- ✓ **Transformación digital:** La digitalización del proceso de compra, incluyendo el aumento del comercio electrónico y las estrategias omnicanal, donde los consumidores pueden comprar en línea y en tiendas físicas de manera integrada.
- ✓ **Experiencia del cliente:** Los minoristas están enfocándose en brindar experiencias de compra memorables y personalizadas para diferenciarse de la competencia y fomentar la fidelidad del cliente.
- ✓ **Sostenibilidad:** Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental y social de sus compras, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de productos y marcas sostenibles.
- ✓ **Tecnologías emergentes:** El uso de tecnologías como la inteligencia artificial, realidad aumentada y realidad virtual está transformando la forma en que los minoristas interactúan con los clientes, mejoran la eficiencia operativa y optimizan la cadena de suministro.
- ✓ **Adaptación a la demanda cambiante:** Los minoristas deben ser ágiles y capaces de adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado y las preferencias del consumidor, especialmente en un entorno económico volátil.

En cuanto a los aspectos internos y externos que afectan al sector de la distribución en España, son los siguientes:

✓ Aspectos internos:

- ▶ Estrategias de marketing y promoción.
- ▶ Eficiencia operativa y gestión de inventario.
- ▶ Cultura organizacional y gestión del talento.
- ▶ Innovación en productos y servicios.
- ▶ Políticas de precios y rentabilidad.

✓ Aspectos externos:

- ▶ Condiciones económicas y fluctuaciones en el poder adquisitivo del consumidor.
- ▶ Competencia en el mercado, tanto de empresas establecidas como de nuevas empresas y modelos de negocio disruptivos.
- ▶ Regulaciones gubernamentales y políticas fiscales.
- ▶ Cambios en las preferencias y comportamientos del consumidor.
- ▶ Tendencias demográficas y sociales, como el envejecimiento de la población y la urbanización.
- ▶ La capacidad de los minoristas para adaptarse a estas tendencias y factores internos y externos determinará en gran medida su éxito en el mercado.



OBJETIVOS Y ESTRATEGIA

Para seguir creciendo de manera sostenible los objetivos y estrategias son los siguientes:

✓ Objetivos:

- ▶ **Crecimiento responsable:** Establecer metas de expansión que equilibren el crecimiento con la minimización del impacto ambiental y social de las operaciones.
- ▶ **Eficiencia energética y reducción de emisiones:** Implementar medidas para reducir el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero en todas las tiendas y centros de distribución.
- ▶ **Promoción de productos sostenibles:** Aumentar la oferta de productos orgánicos, de comercio justo y con certificaciones ambientales en los supermercados, fomentando así un estilo de vida más sostenible entre los consumidores.
- ▶ **Inversión en la comunidad:** Comprometerse a contribuir positivamente a las comunidades locales donde operan los supermercados, mediante programas de donaciones, voluntariado corporativo y apoyo a iniciativas sociales locales.
- ▶ **Mejora continua en gobierno corporativo:** Reforzar las prácticas de buen gobierno corporativo, incluyendo la transparencia en la toma de decisiones, la rendición de cuentas y la gestión ética de los recursos.

✓ Estrategias:

- ▶ **Optimización de la cadena de suministro:** Trabajar con proveedores para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad en la cadena de suministro, priorizando la adquisición responsable y la reducción de residuos.
- ▶ **Diseño de tiendas sostenibles:** Implementar medidas de diseño y construcción sostenible en nuevas tiendas y renovaciones, incluyendo la eficiencia energética, la gestión del agua y la utilización de materiales ecoamigables.
- ▶ **Formación y compromiso de los empleados:** Capacitar a los empleados sobre prácticas comerciales sostenibles y fomentar su participación en iniciativas de sostenibilidad dentro de la empresa.
- ▶ **Colaboración con organizaciones externas:** Establecer alianzas con organizaciones ambientales, grupos comunitarios y otras partes interesadas para abordar conjuntamente desafíos sociales y ambientales locales.
- ▶ **Reporte y divulgación transparente:** Proporcionar informes periódicos sobre el desempeño en materia de sostenibilidad, comunicando los logros alcanzados y los desafíos que aún se deben abordar de manera transparente y accesible.



Al adoptar estos objetivos y estrategias, Semark AC Group puede seguir creciendo de manera sostenible y alineada con los criterios ESG, demostrando su compromiso con la responsabilidad social y ambiental mientras continúa expandiendo su negocio.

ALIANZAS CON OTRAS ORGANIZACIONES

Semark AC Group está asociada a **Euromadi Ibérica**, la primera central de compras de España por volumen. El **Grupo Euromadi** nació de la unión de intereses entre asociados y proveedores cuya relación transcurre por la vía del mutuo beneficio. A lo largo de todos estos años el grupo ha logrado consolidarse en Europa, expandir el negocio en Portugal y establecer un alto índice de competitividad en la distribución. Esta asociación refuerza su capacidad competitiva en el sector de la distribución. A su vez, **Euromadi Ibérica** es miembro de **EMD (European Marketing Distribution)**, la mayor central de compras de productos de gran consumo en Europa. El Grupo **Euromadi** está desarrollando un plan de descarbonización para reducir la huella de carbono un 25% para 2030.

Una de las principales características del Grupo Euromadi radica en la fuerza de la unión de sus asociados. Referente en el sector de la distribución y siempre fiel a su misión de prestar el mejor servicio a sus asociados tiene como principales objetivos:

- ▶ Obtener el máximo beneficio para sus asociados.
- ▶ Aportar las mejores ventajas y prestaciones para sus negocios.
- ▶ Dotar a los asociados de mayor capacidad competitiva, facilitando el acceso del producto desde el fabricante hasta el consumidor en las mejores condiciones para su venta y comercialización.



Pertenece a **ASEDAS**, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados que es la primera organización empresarial de distribución alimentaria de España. Las empresas de **ASEDAS** suman más de 344.000 trabajadores, 19.400 establecimientos de distribución minorista, 619 de distribución mayorista y un total de más de 11 millones de metros cuadrados de superficie comercial de alimentación y gran consumo, lo que representa el 75,4 por ciento de la distribución alimentaria en España. **ASEDAS** representa los intereses de las empresas de supermercados, mayoristas y centrales de compra asociadas ante las administraciones públicas, los agentes sociales y otras organizaciones públicas y privadas. Hoy, **ASEDAS** está presente en todos los órganos de consulta y decisión que afectan a nuestro sector en la Unión Europea, en nuestro país y en todas las Comunidades Autónomas a través de sus organizaciones territoriales.

Además, debido a nuestra presencia en Castilla y León pertenecemos a **Asucyl**, Asociación de Empresarios de Supermercados de Castilla y León, que representa a las dos terceras partes de la superficie de alimentación en Castilla y León.



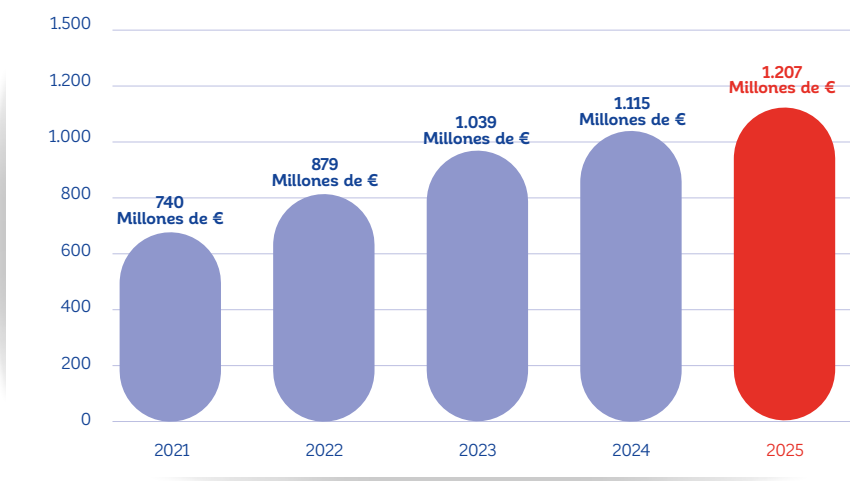
NÚMERO DE TIENDAS POR PROVINCIA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



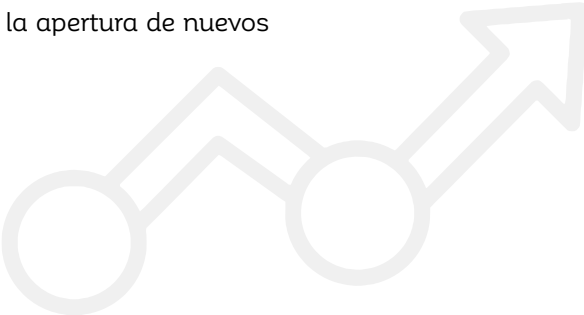
234 establecimientos
7.155 empleados

EVOLUCIÓN DE CIFRA DE NEGOCIO

EVOLUCIÓN DE LA CIFRA DE NEGOCIO EN MILLONES DE EUROS



La cifra de negocio de Semark sigue una trayectoria ascendente, prevista también para los próximos ejercicios. Esto se consigue tanto por el aumento de ventas a metros constantes, como por la apertura de nuevos establecimientos.



CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

La contribución tributaria de Semark a las administraciones públicas en 2025 ha sido de más de 24 millones de euros.

INVERSIONES

Semark ha invertido más de 60 millones en 2025 para continuar con la implantación del modelo de tienda eco-eficiente con aperturas y reformas de los puntos de venta. También incluido en esa inversión están las mejoras en sus centros logísticos y en el desarrollo de proyectos en el ámbito de la transformación digital y mejora de los procesos de negocio, apostando por herramientas informáticas que mejoren la eficiencia en los pedidos y el control de stock para reducir el desperdicio alimentario.

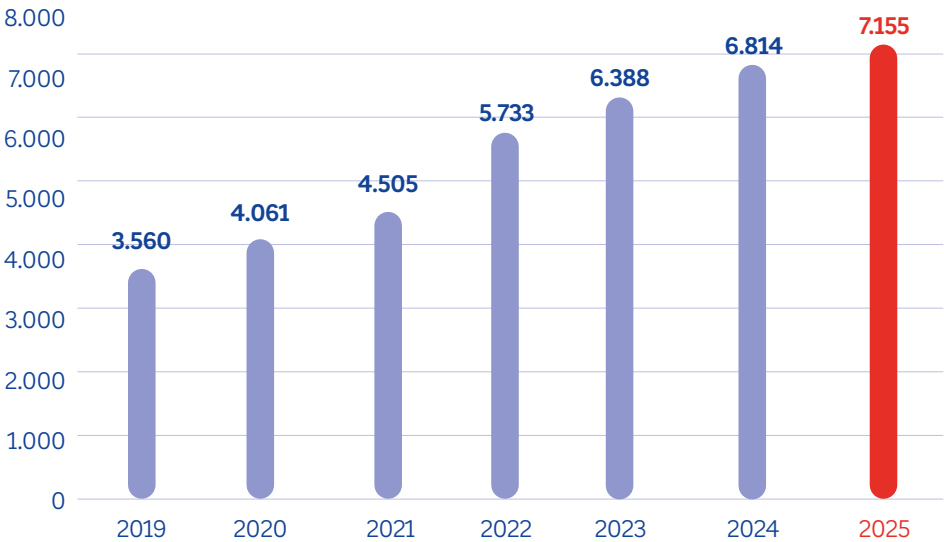
Pago de impuestos
24.352.395 €

Inversiones
61.441.212 €

EVOLUCIÓN DE NÚMERO DE EMPLEADOS

El número de empleados también mantiene una tendencia ascendente debido a la apertura de nuevos puntos de venta dentro de los planes de expansión ya definidos.

EMPLEADOS



MISIÓN

Nuestra misión es poner al alcance de nuestros clientes los mejores productos para sus necesidades diarias, su bienestar y su salud. Nos diferencia la calidad de nuestros productos frescos. Bajo el eslogan **“Tus Vecinos de Confianza”** resumimos nuestro compromiso fundamental: proporcionar un servicio cercano, atento y de confianza.

El principal objetivo de la compañía es poner a disposición del cliente una oferta equilibrada, en la que pueda elegir productos de marcas de fabricante o de nuestras marcas propias.

En nuestros establecimientos destaca la adaptación del surtido a los gustos y necesidades de cada zona en la que están implantados. Los lineales ofrecen un valor añadido al cliente ya que dan protagonismo a los productos locales y regionales. Y toma especial relevancia el producto fresco, seleccionado por profesionales para que el cliente disponga siempre de la mejor calidad.

VISIÓN

Tenemos el objetivo de consolidar nuestra posición en las comunidades autónomas en las que estamos presentes (**Cantabria, Castilla y León y La Rioja**) con la apertura de nuevos puntos de venta.

En cuanto a los establecimientos existentes, está prevista su actualización constante para mantenerlos adaptados a las necesidades de los clientes, la exigencia del mercado, la reducción de emisiones de dióxido de carbono y la optimización del consumo energético.

Continuamente buscamos el desarrollo de nuestros programas de formación continua para nuestros empleados, implantados con éxito desde hace años. Queremos ofrecer a nuestros clientes los profesionales más cualificados.

Todas y cada una de las decisiones que se toman en la compañía estarán orientadas a completar las necesidades de un cliente cada vez más exigente. La apuesta por la innovación y la tecnología está permitiendo la apertura de nuevos canales de comunicación directa con los consumidores que otorgan la capacidad de ofrecerles una respuesta más rápida y ajustada a sus demandas, mejorando de forma sustancial la experiencia de compra en los establecimientos.



Todas y cada una de las decisiones que se toman en la compañía estarán orientadas a completar las necesidades de un cliente cada vez más exigente



ANÁLISIS DE RIESGOS DE LA COMPAÑÍA

Semark AC Group S.A. tiene un análisis de riesgos desarrollado en función del siguiente esquema de trabajo:

- ✓ **Análisis de Impacto en el Negocio**, identificando los procesos más críticos sobre los que Semark tiene que implantar medidas preventivas y planes de continuidad, determinando los tiempos máximos que la organización es capaz de asumir ante la interrupción de un proceso, valorándose el impacto que sufriría en diferentes ámbitos. Este análisis aplica a los procesos principales de Semark, es decir, actividades cuya interrupción puede poner en peligro la continuidad del negocio de la organización en un corto periodo de tiempo.
- ✓ **Análisis de Riesgos**, llevando a cabo un proceso de evaluación del riesgo aplicado a los recursos de los procesos involucrados en las actividades esenciales de Semark, es decir, actividades cuya interrupción pueden poner en peligro la continuidad del negocio de la organización en un corto periodo de tiempo, los cuales vienen determinados por el Análisis de Impacto en el Negocio. El objetivo final de este análisis es evaluar la situación en relación a cada una de las amenazas que se han considerado relevantes desde el punto de vista de continuidad de negocio y su probabilidad de ocurrencia para posteriormente elaborar los posibles escenarios de tratamiento del riesgo.



- ✓ **Escenarios, estrategias y planes**, identificando los principales escenarios de desastre en las instalaciones de Semark incluidas en el alcance y se han desarrollado las correspondientes estrategias y planes de continuidad para reanudar cada proceso en los tiempos marcados.
- ✓ Se establece el **Plan de Pruebas** recomendado en función de los Escenarios de Desastre y Planes de Recuperación correspondientes.
- ✓ Gestión de Crisis & Comunicación, estableciendo el **Plan de Gestión de Crisis** para respuesta ante incidentes de Semark y el Procedimiento de Comunicación Externa en caso de materialización de una crisis que afecte directa o indirectamente a Semark.
- ✓ **Mejora Continua**, realizando una serie de recomendaciones de cara al mantenimiento y actualización periódica del SGCN de Semark.

CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Semark Ac Group S.A. consciente de la necesidad de satisfacer de manera continuada y responsable las necesidades y expectativas de sus clientes, así como salvaguardar los intereses de terceros y otros grupos de interés, ha optado por la implantación de un Sistema de Gestión de Continuidad de Negocio de acuerdo a la Norma ISO 22301.

Por este motivo y con el fin de poner de manifiesto el compromiso público de Semark en este ámbito, se exponen a continuación los siguientes principios y compromisos:

- ▶ Salvaguardar la integridad física de las personas en todo momento y ante cualquier toma de decisiones.
- ▶ Establecer los Planes de Continuidad de Negocio necesarios, teniendo en cuenta las áreas y los grupos de interés implicados, así como los servicios críticos del negocio.
- ▶ Mejora continua de los Planes de Continuidad de Negocio mediante su actualización.
- ▶ Formar y comunicar sus responsabilidades a todas las personas implicadas en la elaboración, implantación, revisión, prueba y actualización de los Planes de Continuidad de Negocio.
- ▶ Llevar a cabo, en caso de incidentes, las acciones establecidas en los Planes de Continuidad de Negocio con el fin de recuperar el nivel mínimo de actividad en los tiempos previamente establecidos.
- ▶ Garantizar la seguridad de terceros que desarrollen sus funciones en las instalaciones y formarles en las prácticas de Continuidad de Negocio en la medida que sea necesario.
- ▶ Mantener los acuerdos necesarios para disponer medios técnicos e industriales indispensables para el desarrollo de las actividades críticas en situación de contingencia.
- ▶ Cumplir con todas las políticas SEMARK AC GROUP S.A. durante el desarrollo de las actividades de contingencia y recuperación hasta que se alcancen los niveles de actividad habituales.

Asimismo, Semark AC Group S.A. se compromete a revisar anualmente los Planes de Continuidad de Negocio establecidos para asegurar que son adecuados.

Esta política será hecha pública, explicada y asumida por todos los integrantes Semark y actualizada, a través de un proceso de mejora continua.



CÓDIGO ÉTICO

Las normas que deben guiar el comportamiento de todos los empleados, representantes y administradores de Semark A.C Group las proporciona el código ético, el cual se ha entregado a cada empleado de la compañía.

Con la aplicación del Código se pretende que las personas que desempeñan sus actividades en nuestra empresa demuestren un comportamiento íntegro, ético y profesional en todo momento y contribuyan al buen ambiente y al compromiso de la organización, informando de aquellas conductas que puedan dañar su imagen y/o reputación, así como las relaciones con los proveedores y/o clientes.

Los principios presentes en el código que tienen que seguir de guía para cada miembro de la empresa son:

1 Compromisos Éticos

La Dirección se compromete a dar cumplimiento a las leyes y regulaciones laborales, cumplir y respetar siempre los derechos humanos de las personas, respetar y propiciar el respeto por las diferencias de opiniones, promover la igualdad de oportunidades, sin importar razón de nacimiento, sexo, etnia, condición social o sexual, estado civil, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.

2 Conflictos de interés

Debemos identificar, evitar e informar de situaciones de conflicto de interés, tanto potenciales como reales, sin anteponer en ningún caso los intereses personales a los intereses colectivos de Semark AC Group S.A., incluidas las situaciones derivadas de relaciones de parentesco u otras afines

3 Prohibición de corrupción

Debemos rechazar cualquier forma de corrupción, prohibiéndose de forma expresa toda actuación de esta naturaleza. No pudiendo aceptarse o realizarse ningún regalo, atención, descuento o invitación que, por su valor, frecuencia u otras características, pueda entenderse que condiciona el criterio objetivo en la toma de decisión de la persona que lo recibe.

4 Uso responsable de bienes e instalaciones

Los empleados, Alta Dirección, representantes y administradores tienen la obligación de hacer un uso responsable de bienes e instalaciones, con el máximo cuidado y diligencia y destinándolos únicamente al uso para el que han sido entregados o destinados.

5 Secreto Profesional

Cualquier persona, empleado, representante, administrador, o tercero que participe en la actividad de la empresa están obligados a guardar secreto profesional respecto a las informaciones y datos que la empresa pone a su disposición y que conozcan en el ejercicio de su actividad profesional y/o laboral, tanto relativas a la empresa, como a los proveedores, cliente o a cualquier otro tercero que mantenga relación con Semark AC Group S.A.

6 Protección de datos

Los datos personales serán tratados de forma confidencial, leal y lícita. Semark se obliga a dar cumplimiento a la normativa vigente en materia de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales.

7 Normas de conducta en el mercado

La selección de proveedores se realizará garantizando la aplicación de criterios objetivos y ponderados. Semark espera de sus proveedores que comprendan y compartan nuestra normativa en materia de ética empresarial.

Con el fin de promover la aplicación de los valores en la organización y de estructurar la manera de resolver los dilemas éticos, Semark pone a disposición de sus Empleados, Alta Dirección, Representantes, Administradores y Terceros un canal confidencial y anónimo para que hagan llegar sus comunicaciones.

SEGURIDAD DE LOS DATOS

La protección de activos de negocio y la seguridad en Semark AC Group ha sido un ámbito de actuación atendido en los últimos años a efectos de proporcionar una protección tanto proactiva como reactiva.

Cada año aumenta el número de incidentes de seguridad, su complejidad y personalización. La primera respuesta es crítica.

Semark realiza un análisis técnico del estado de seguridad de grupo. Dicho análisis, realizado con carácter bianual, nos permite obtener evidencias de mejora en una serie de áreas que en función de su criticidad se cubren mediante la ejecución de un Plan de Seguridad.

La política de la empresa desde hace años implica que, tras el análisis de las soluciones de seguridad desplegadas para protección de activos de negocio, se sugieren una serie de acciones asociadas a dar continuidad y, en algunos casos evolucionar, tecnologías ya implantadas (mejora continua y adaptación a amenazas) así como la introducción de nuevas barreras (continuidad y evolución).



PROTECCIÓN DE DATOS

El Código Ético de nuestra entidad proporciona las normas que deben de guiar el comportamiento de todos los empleados, Alta Dirección y Administradores de la entidad. Y recoge dentro de las pautas de conducta el firme compromiso de la organización con la protección de datos al indicar que los datos personales serán tratados de forma confidencial, leal y lícita.

Semark AC Group se obliga a dar cumplimiento a la normativa vigente en materia de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales, especialmente en lo que respecta a facilitar a terceros el ejercicio de sus derechos (acceso, rectificación, oposición, supresión, portabilidad o limitación que recibamos).

Todas las actividades de tratamiento de datos personales implican un riesgo para las personas cuyos datos son tratados, y en particular, para sus derechos y libertades, incluso en aquellos casos en los que el responsable, ya sea por la tipología del dato o por el tipo de actividad de la organización, pudiera asumir la existencia de un riesgo escaso para los interesados o incluso la inexistencia de riesgo. Todo lo antes expuesto implica la firme convicción de la organización de la necesidad de implementar políticas de gestión de los riesgos.

El RGPD no establece un criterio práctico-metodológico para la gestión de los riesgos. En ese aspecto, el RGPD deja libertad para que esta gestión del riesgo para los derechos y libertades se integre con el resto de los recursos de gestión de riesgo, políticas y gobernanza de la organización. La gestión del riesgo no puede realizarse de forma aislada, independientemente o después del diseño y/o implementación de un tratamiento. La gestión del riesgo para los derechos y libertades ha sido integrada en la gobernanza y políticas de Semark AC Group para que sea eficaz y eficiente y no meramente un simple trámite formal.

Nuestra razón de ser se resume en el compromiso que asumimos con nuestros clientes para proporcionar los mejores productos, el mejor servicio y una excelente experiencia de compra.



COMPROMISO DE ESCUCHA

La política Corporativa de Marketing y Comunicación con el cliente basa sus líneas de actuación en el respeto a los compromisos que se adquieren con los mismos y en la honestidad en las relaciones tanto verbales como escritas, así como la integridad en todas las actuaciones profesionales en este ámbito. De esta manera se marcan las directrices a seguir en relación a la comunicación con los clientes, basando sus principios generales en la transparencia, cercanía, igualdad y calidad.

Lupa pone a disposición del cliente un teléfono gratuito de **Atención al Cliente** (900 200 328). A través del mismo, es posible realizar consultas, sugerencias o reclamaciones. Además, en la web lupa.com se dispone de un formulario de contacto, y un chat para conversar de forma directa con nuestros agentes.

COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

Nuestros nuevos puntos de venta responden a un **modelo de tienda ecoeficiente**, que minimiza el impacto medioambiental. Este modelo se extenderá a la totalidad de establecimientos con las reformas y actualizaciones previstas.

Asimismo, estamos desarrollando distintas medidas encaminadas a **eliminar el plástico** de nuestros centros, buscando opciones más sostenibles y con menor impacto sobre el medio ambiente.

Además, formamos parte del movimiento Too Good To Go para combatir el **desperdicio de alimentos**, reduciendo así la emisión de CO2 a la atmósfera.

EN LUPA

#LACOMIDANOSSETIRA



Too Good To Go

COMPROMISO DE BIENESTAR ANIMAL

El bienestar animal es un compromiso adquirido a favor de la protección y el cumplimiento de la legislación vigente y las normas de bienestar animal. En este sentido trabajamos en el fomento de la protección de los animales tanto en las granjas como durante el transporte y el sacrificio por medio de diferentes programas, entre ellos destaca la colaboración con la IGP Carne de Cantabria, que implica entre otras cuestiones que los animales son criados en libertad, pastando en los meses de crecimiento activo de la hierba tanto en praderas como en pastizales de zonas altas. En cuanto a la pesca, llevamos años trabajando con proveedores para garantizar la sostenibilidad de los productos de la pesca en todas las compras realizadas a nuestros proveedores de Bonito y Bocarte procedentes de las lonjas cántabras certificadas de Laredo, Santoña y Colindres.

En Lupa nos preocupamos por ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad, garantizando los más altos estándares de bienestar animal y sostenibilidad.

Con ello queremos expresar la importancia que tiene para nosotros el bienestar animal, y las demandas del consumidor moderno, que cada vez está más sensibilizado en este aspecto.

COMPROMISO SOCIAL

Colaboramos activamente con asociaciones deportivas y culturales ayudándoles a desarrollar eventos deportivos y populares destinados a los jóvenes. Contamos con un **Programa de Responsabilidad Social Corporativa**, a través del cual colaboramos con fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro en actividades destinadas a financiar proyectos sociales.



COMPROMISO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

Es nuestra voluntad asegurar que la inocuidad alimentaria es considerada de forma consistente en cada una de las prioridades, contemplándose como prioridad estratégica. Debe enfocar la asunción de la inocuidad alimentaria como parte de nuestros compromisos a todos los niveles, y así poder conseguir que la responsabilidad de la inocuidad alimentaria se traslade a todos nuestros servicios y productos a lo largo de toda la cadena de suministro.



CULTURA DE INOCUIDAD

La Cultura de Inocuidad Alimentaria son valores, creencias y normas compartidas que afectan la forma de pensar y el comportamiento con relación a la inocuidad alimentaria en, a través y a lo largo y a lo ancho de una organización (definición de GFSI).

Codex Alimentarius comunica que “La cultura de seguridad alimentaria” fomenta la seguridad alimentaria mediante el aumento de la sensibilización y la mejora del comportamiento de los trabajadores de los establecimientos alimentarios.

Este plan se traduce en actuaciones predefinidas y planificadas enfocadas a mejorar y evolucionar cada año la cultura de inocuidad alimentaria del grupo Semark.

La dirección de Semark está decidida a implementar políticas y estándares de inocuidad alimentaria, en alineación con la dirección estratégica de la compañía, sin embargo, somos conscientes que las políticas en sí mismas son sólo documentos y requisitos.

El verdadero significado se ve plasmado cuando las políticas se encuentran traducidas en expectativas claras de comportamiento para nuestros colaboradores, apostando claramente por un compromiso de liderazgo consistente, visible y creíble hacia la inocuidad alimentaria y su responsabilidad. Esta directriz la consideramos un elemento fundacional de nuestra cultura de inocuidad alimentaria.



Desde la dirección de Semark hemos optado por declarar una política de inocuidad alimentaria que coloque a los requisitos de inocuidad alimentaria alineados con la dirección estratégica de la compañía y en consecuencia la hemos dotado del respaldo de la alta dirección de Semark.

Para Semark la política de inocuidad alimentaria debe enfocar la apropiación de esta política como parte de nuestros colaboradores a todos los niveles y así poder conseguir que la responsabilidad de la inocuidad alimentaria se traslade a todos nuestros servicios y productos a lo largo de toda la cadena de abastecimiento.

Desde la dirección de Semark trabajaremos en establecer una política de denuncia de irregularidades, la cual debe incluir la educación de nuestros colaboradores sobre los pasos apropiados a utilizar para comunicar los posibles problemas éticos relacionados con la inocuidad alimentaria al personal adecuado de la compañía. Asimismo, es nuestro interés poner los medios para que los colaboradores entiendan y estén convencidos que sus preocupaciones se tomarán en serio y serán investigadas con el rigor oportuno.



CONSUMO ENERGÉTICO

El modelo de negocio y las operaciones asociadas generan una serie de impactos medioambientales, por lo que nuestro **compromiso con la sostenibilidad** debe ser reducir la huella ambiental y trabajar hacia modelos eficientes en el transporte, la mejora en la gestión de residuos, la optimización de los recursos energéticos y la reducción del consumo de agua.



Desglosado por fuentes de energía

Fuentes de Energía	Consumo 2025 (MWh)
Suministro FV	5.480
Suministro eléctrico	77.103
TOTAL	82.583



Desglosado por consumo

Consumo Eléctrico	Año 2025 (MWh)
Consumo Eléctrico Furgonetas Reparto	25,5
Centros Logísticos y Oficinas Centrales	6.296
Tiendas	70.807
TOTAL	77.128,5

EFICIENCIA ENERGÉTICA



Consideramos imprescindible la reducción del gasto energético estableciendo un conjunto de medidas que tienen como objetivo una gestión eficiente de la energía y el aumento de la eficiencia energética.

Para ello hemos desarrollado un proyecto de **Monitorización, Automatización y Control del 100% de tiendas**. Esto nos está permitiendo implementar una serie de **mejoras** dirigidas a evitar los malos usos y las anomalías de funcionamiento que generan un **consumo energético indeseado**:

- ✓ Automatizar los encendidos y apagados de los sistemas de iluminación de forma centralizada evitando sobreconsumos por funcionamiento fuera de los horarios establecidos.
- ✓ Crear horarios de permiso de funcionamiento de climatizaciones de forma centralizada, de forma que se evita que se queden encendidas fuera de los horarios indicados.
- ✓ Fijar SET de trabajo de los sistemas de climatización de forma centralizada, de esta forma se evitan malos usos en cuanto a la definición de las condiciones de confort.

La mejora sobre el control de las instalaciones de **frío industrial** ha permitido establecer políticas de mejora de la eficiencia energética:

- ✓ Aseguramiento de la aplicación de condensación flotante en centrales de frío bajo parámetros estandarizados, aumentando el rendimiento del ciclo frigorífico.
- ✓ Aumento de rendimiento de ciclos de frío industrial por regulaciones de SET de evaporación de forma centralizada.

La **monitorización a tiempo real** y el acceso a históricos de temperatura de los servicios de frío industrial nos permiten:

- ✓ Mejorar el aseguramiento de la calidad del mantenimiento de la cadena de frío en producto refrigerado y congelado.
- ✓ La disminución drástica de desperdicio alimentario por siniestros relacionados con la pérdida de temperatura de producto refrigerado y/o congelado.

Por otra parte, se han desarrollado diversos proyectos de **Ahorro y Eficiencia Energética** que han permitido aumentar la eficiencia energética del grupo en un 1,5% en 2025 (un 29,6% desde el año 2015). El ahorro energético anual es de 2,4 GWh/año.

- ✓ Se han sustituido islas de congelado abiertas alimentadas con circuito frigorífico en sala de máquinas con GAS con alto PCA (poder de calentamiento atmosférico) por muebles con puertas y con GAS de bajo PCA, generando un ahorro energético de más de un 50% de media con respecto de la situación anterior, además de reducir las fugas de gas refrigerante.
- ✓ Colocación de puertas en mobiliario de frío positivo, consiguiendo ahorros de energía térmica de más de un 60 % con respecto de la situación anterior.



Se ha diseñado un nuevo modelo de tienda **ECOeficiente** que se ha implementado en un total de 145 tiendas (62% del total) 12 más que en 2024. Este modelo de tienda consigue una reducción de consumo de entre un 40 y un 50% sobre la tienda tradicional. Además de lo indicado anteriormente, incorporan otros sistemas que permiten mejorar la eficiencia energética de las tiendas:

- ✓ Empleo de vidrios de baja conductividad térmica, equipados con cámara de aire con gases nobles y vidrios bajo emisivos.
- ✓ Empleo de mejoras en el aislamiento de cerramientos opacos y cubiertas que reducen la necesidad de climatización.
- ✓ Utilización de refrigerantes naturales.
- ✓ Sistema de iluminación LED inteligente (regulación por presencia y luz natural).
- ✓ Empleo de sistema de recuperación de calor para ACS.
- ✓ Otros.

El **impacto global de las medidas de Ahorro y Eficiencia Energética** implantadas es el siguiente con respecto al año 2015:



AUTOCONSUMO, INSTALACIÓN DE PLACAS SOLARES



A final de 2025 ya disponemos de 6,1 MW (cumpliendo ampliamente con el objetivo fijado para este año), que nos va a permitir generar unos 7 GWh/año, evitando 1.820 Tn CO₂ equiv/año (calculado con el factor – 0,26 kgCO₂e/kWh). Esto equivale al consumo de entre 18 y 24 tiendas año.

Durante 2025 hemos generado 5.479.625,92 kWh/año con nuestras instalaciones fotovoltaicas. Energía que hemos autoconsumido en nuestros propios centros, disminuyendo su huella de carbono.



ECONOMÍA CIRCULAR.
GESTIÓN Y VALORIZACIÓN
DE RESIDUOS

Estamos comprometidos con la **economía circular**. En las tiendas separamos los residuos generados, reciclando el 100% del cartón, plásticos y envases de porex, que diariamente retoman a central para su gestión, evitando de esta manera su tirado a vertedero.

En 2025 se han reciclado 6.300,48 toneladas de cartón, 453,95 toneladas de plásticos y 156,51 toneladas de Porex. Se han transportado 1.241.249 palets.

En las tiendas se han entregado a los gestores autorizados 1.033.567 kilos de residuos de carne y 973.799 kilos de residuos de pescado.

Datos de reciclado en 2025



PUNTOS DE RECICLAJE

Disponemos de **puntos de reciclaje** de pilas y luminarias por asociaciones que tienen como objetivo la recogida y reciclaje de productos contaminantes mediante la instalación de contenedores que se recogen periódicamente.

También contamos, desde 2023, con contenedores de reciclaje de cápsulas, tanto de plástico como de aluminio, en nuestro compromiso con el medioambiente para facilitar a nuestros clientes un fácil acceso a un lugar donde depositar las cápsulas usadas.



Cápsulas
de café
15.055
kilos
recogidos



3.315,78
kilos
recogidos



Disponemos de **puntos de donación de ropa en colaboración con Humana Fundación Pueblo para Pueblo** que se dedica al desarrollo de proyectos de cooperación con los recursos obtenidos de la gestión de residuos textiles.

A través de la reutilización textil, no solo se protege el medio ambiente, sino que se mejoran las condiciones de vida de las comunidades en vía de desarrollo, tanto a nivel nacional como internacional, a través de programas basados en la solidaridad y la organización activa de las personas, con especial atención a los más jóvenes.

En 2025, la diseñadora Agatha Ruiz de la Prada presentó, en la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, una colección de moda "upcycling" con prendas no reutilizables donadas por Humana. Esto ejemplifica cómo el residuo textil se puede convertir en un recurso gracias a la recogida selectiva del textil, su procesamiento y su transformación en moda de altísimo valor añadido.



HUMANA
Fundación Pueblo para Pueblo



PRODUCTO DE CERCANÍA. PROVEEDORES LOCALES

En Semark AC Group creemos firmemente en el poder de apoyar a nuestros proveedores locales y promover productos de cercanía como una prioridad fundamental en nuestra estrategia empresarial. Reconocemos que al colaborar con proveedores locales no solo fomentamos el crecimiento económico en nuestras comunidades, sino que también contribuimos significativamente a la sostenibilidad ambiental al reducir la huella de carbono asociada con el transporte de mercancías. Al priorizar la adquisición de productos locales, no solo estamos fortaleciendo los lazos con nuestros proveedores y clientes, sino que también estamos impulsando el desarrollo local al generar empleo y mantener viva la economía de nuestras regiones. Esta apuesta por lo local no solo se alinea con nuestros valores fundamentales de responsabilidad social y sostenibilidad, sino que también nos permite ofrecer a nuestros clientes productos frescos y de alta calidad, cultivados y producidos con amor y cuidado en nuestra propia comunidad.



MARCA PROPIA

En los productos de nuestra marca propia se ha trabajado en la reformulación de los mismos para hacerlos más saludables de acuerdo a la estrategia NAOS de las Naciones Unidas, reduciendo sal, azúcar y grasas saturadas en los productos y eliminando el glutamato, sustituyendo el aceite de palma y colorantes y conservantes artificiales.

En 2025 hemos seguido mejorando referencias en diferentes aspectos relacionados con la sostenibilidad, como el cuidado a los bosques de procedencia, el uso de materiales reciclados, incluyendo aceite de palma de cultivos sostenibles o de bosques certificados FSC que permite verificar y acreditar que la materia prima de origen forestal utilizada por la industria procede de bosques gestionados de acuerdo a criterios de sostenibilidad.

Los nuevos productos siguen un proceso de validación del producto y homologación del proveedor y continúa con el desarrollo de la ficha técnica y el etiquetado al cliente y envasado. Se realiza el seguimiento con un plan de control analítico, catas internas y gestión de incidencias.

Se realiza seguimiento de producto puesto en el mercado como verificación de ficha técnica, control del fraude y cumplimiento de la legislación vigente.

Se monitoriza el posicionamiento del producto frente al referente en base a catas internas con el objetivo de garantizar la calidad percibida, generando una mejora continua, y llegan a la reformulación de productos en base a incidencias, bajadas de ventas o control de productos con cambios de campañas, orígenes o proveedores.

La venta de marca propia en 2025 ha representado un 24,20% del total.



✓ Salud y bienestar

Seguimos trabajando de forma continuada para conseguir un surtido adaptado a las necesidades y demandas de nuestros clientes para llegar hacia una alimentación consciente, saludable, equilibrada y de calidad para toda la familia. Y en productos más sostenibles y cuidadosos con el medio ambiente.

SIN Gluten

La celiaquía es una enfermedad autoinmune en la que el sistema defensivo de nuestro organismo (el sistema inmunitario) reacciona frente al gluten, una proteína presente en algunos cereales. Además, esta reacción inmunitaria inapropiada, puede llegar a ocasionar daños al propio organismo, fundamentalmente a nivel intestinal pero también en otros órganos (hígado, piel, sistema nervioso...).

En el contexto de proporcionar salud y mejorar la calidad de vida de los consumidores del colectivo celiaco en la actualidad disponemos de más de 360 artículos de la marca **Altega** y **Deleitur** publicados en el listado que la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) publica anualmente.

SIN Lactosa

La intolerancia a la lactosa se manifiesta en la totalidad de los casos con síntomas digestivos como dolor o hinchazón abdominal y flatulencias. Además, pueden aparecer otros, tales como estreñimiento, diarrea o vómitos, incluso dolor de cabeza, fatiga, irritabilidad, úlceras bucales o dolor muscular.

Entre los productos **Altega** podrás encontrar una amplia gama de productos sin lactosa como leche, yogures, queso, bases para pizza, helados...

Bio



Los productos **Altega Bio** son un compromiso con la sostenibilidad y la calidad concebidos para una alimentación equilibrada, natural y rica para toda la familia. Nuestra gama de productos procede íntegramente de cultivos ecológicos, ingredientes que han sido cultivados sin plaguicidas ni pesticidas químicos, empleando técnicas tradicionales, lo que conlleva la sostenibilidad del ecosistema agrario, la apuesta por la biodiversidad y el respeto al medioambiente. El sistema ecológico de cultivo significa que los productos crecen y se desarrollan de acuerdo con las condiciones naturales, sin forzar la productividad.

Por eso son más sabrosos, conservan mejor sus propiedades naturales, sus nutrientes y su aportación vitamínica.

Quiérete +

Cada vez es más evidente la eclosión de los valores de salud y bienestar y la preponderancia que adquieren en la sociedad actual. Por eso la alimentación healthy y de calidad formula otro reto que hemos interiorizado para dar la respuesta oportuna a los consumidores a través, principalmente, del proyecto de sanificación implementado en los productos de alimentación de nuestras marcas propias.

El proyecto de sanificación comporta la reformulación de los productos de acuerdo con las expectativas actuales. Por ello, no solo estamos trabajando para cumplir con la estrategia NAOS, sino que vamos más allá reduciendo ciertos ingredientes no beneficiosos y resaltando aquellos que aportan beneficios nutricionales.

Y todo esto a través de dos vías: por un lado, mediante una propuesta específica de reducción de ingredientes no recomendables (grasas, azúcares, sal, grasas hidrogenadas, etc.) y, por otro lado, a través de una planificación de potenciación de propiedades saludables (fuente de calcio, ácidos grasos omega-3, fuente de proteínas, etc.). Los beneficios nutricionales de los productos **Altega** son fácilmente identificables mediante el sello Quiérete+.

✓ Bienestar animal

Leche de pastoreo

La leche de pastoreo **Altega** está certificada con el sello AENOR de bienestar animal garantizando que las vacas pastan libremente en el prado alimentándose de hierba natural por lo menos 5 horas al día y por lo menos 150 días al año.

Los certificados AENOR de Bienestar Animal y Pastoreo ayudan a las organizaciones del sector alimentario a asegurar la buena alimentación, el buen estado de salud de las vacas y el control de las parcelas y tiempo de pastoreo, o accesibilidad, de los pastos. La biodiversidad de los pastos, manejo y digestibilidad de la hierba influyen directamente en la producción y en el perfil nutricional de la leche, debido al aumento en el contenido de ácidos grasos mono y poliinsaturados, y a la reducción de los ácidos grasos saturados.



CERTIFICADO POR

AENOR

La certificación de Bienestar Animal de AENOR desarrollada junto con Welfare Quality® Network contempla la implantación de un sistema de trazabilidad que asegure que únicamente los productos que han superado favorablemente los criterios de certificación puedan hacer uso de la Marca AENOR Conform en los envases de producto final.

Pesca sostenible

Nuestras marcas están comprometidas con la utilización sostenible de los mares, los océanos y los recursos acuáticos, por eso continuamos trabajando con el objetivo de seguir ampliando nuestro surtido de productos pesqueros certificados con el sello azul MSC. Los proveedores de nuestros productos **Altega** y **Deleitur** son conscientes de la importancia de la sostenibilidad de los recursos marinos, por ello su actividad está encaminada a trabajar de una forma ética, responsable e impactando de la manera más leve posible en el medioambiente



La ecoetiqueta azul MSC, otorgada por la organización internacional Marine Steward Council, tiene como principal misión proteger la vida en los océanos y reconocer a aquellas empresas distribuidoras y proveedoras que, a lo largo de toda la cadena de valor, desde el mar hasta la mesa del consumidor, cumplen con una política de pesca sostenible según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación) y la ISEAL (Asociación Mundial para Estándares de Sostenibilidad).

✓ Medio Ambiente

Papel y celulosa reciclados

Junto a los proveedores de nuestras marcas propias, hemos asumido el compromiso de llegar a una gestión de las materias primas más responsable con el medio ambiente y la sociedad. Así en los próximos años iremos cambiando los productos que contengan celulosa por el uso de materiales reciclados siempre que sea posible.

Nuestros productos ecológicos **Selex**, papel higiénico, papel de cocina, servilletas y multiusos son 100% reciclados, la materia prima que se utiliza en la fabricación proviene de papel recuperado y en su proceso de fabricación ahorramos un 50% de agua, un 50% de CO₂ y un 20% de energía.

Así mismo el certificado FSC garantiza que toda la materia prima utilizada en la fabricación de nuestros productos proviene de fuentes sostenibles, desde el punto de vista ambiental, pero también social y económico.



Envases plásticos reciclados

Con el compromiso de reducción de plástico virgen, los envases de celulosa **Selex**, servilletas, papel de cocina y papel higiénico, contienen un 50% de plástico reciclado y disponen de las certificaciones ecológicas ECOLABEL, que identifican los productos más respetuosos con el medio ambiente que aseguran un bajo impacto ambiental, considerando todo el ciclo de vida.

Así mismo los envases de nuestros fregasuelos **Selex** están hechos con un 25% de PET reciclado y hemos sustituido los vasos, platos y canutillos de plástico, por vasos, platos y canutillos de papel biodegradable.

Certificación UTZ

Los productos con certificación UTZ Certified representan la agricultura sostenible, lo que se traduce en la obtención por parte de los agricultores de mejores perspectivas para sus familias, su entorno y el ecosistema en general.

Gracias a los programas de sostenibilidad de UTZ se capacita a los agricultores para que mejoren la productividad de sus cultivos, la calidad y eficiencia de los productos cuidando su entorno y al medio ambiente, algo que repercute directamente en una mejora de la calidad de vida de estos agricultores.

Seguimos trabajando con nuestros proveedores para ir ampliando los productos **Altega** con certificado UTZ como parte de nuestro firme compromiso con la sociedad y el medioambiente.



PRODUCTOS FRESCOS



Aspiramos a generar una relación de confianza con nuestros clientes a través de un sistema que garantice de forma escrupulosa el correcto tratamiento y gestión de todos los productos que ofrecemos en las tiendas. Apostamos por la variedad, ofreciendo al cliente un surtido de productos de las primeras marcas y productos de marca propia de calidad, ofreciendo una oportunidad de compra completa.



La apuesta por los productos frescos de la mayor calidad y frescura es la razón de ser de la compañía, siendo una de nuestras señas de identidad la atención por parte de nuestros profesionales. Apostamos por los proveedores locales, fomentando el desarrollo sostenible y potenciando el valor y categoría de nuestros productos, apoyando el futuro de la comunidad y reduciendo el impacto medio ambiental. Nos adaptamos a las necesidades de los clientes con una amplia gama de productos sin gluten, lactosa, veganos o alimentos funcionales.

✓ Carne

Participación activa en el proyecto **IGP Carne de Cantabria**, garantizando el seguimiento de métodos tradicionales de razas autóctonas donde los animales son criados en libertad, pastando en los meses de crecimiento activo de la hierba tanto en praderas como en pastizales de zonas altas y fomentando la conservación del paisaje y la vida rural.

Durante el año 2025 hemos vendido 2.900 terneras IGP Carne de Cantabria con un total de 675.000 kilogramos.

Trabajamos corderos y lechazos nacionales con diferentes proveedores de Castilla y León y La Rioja llegando a 350.000 kilogramos.

En Cantabria trabajamos lechazos vinculados al proyecto de conservación del quebrantahuesos en Picos de Europa. Es premio de la Comisión Europea por la contribución al desarrollo socioeconómico en áreas de la Red Natura 2000, a través de la marca de garantía Pro-biodiversidad y con el que colaboramos con 16 ganaderos locales.



✓ Pescado

Apostamos por la compra de cercanía en los puertos del cantábrico a nuestros proveedores de las lonjas certificadas de Laredo, Santoña y Colindres, distribuyendo 821.130,95 kilos de productos de temporada como el bocarte, la sarda y el bonito. Asistimos a la subasta de la lonja de Santander a por el pescado fresco del día donde se han comprado 34.368 kilos.

Además, trabajamos con proveedores de marisco KM 0.

Trabajamos con los mejores proveedores de pescado de cultivo, apostando por la sostenibilidad y por una pesca responsable.



✓ Frutas y verduras

Destacamos nuestro compromiso con la promoción de productos frescos y saludables. Nos enorgullece apoyar a proveedores locales y promover la producción de temporada, garantizando la calidad y frescura de nuestros productos para nuestros clientes.

Ofrecemos productos locales de las regiones en las que estamos arraigados. Tomates y productos de la huerta de Cantabria, arándanos, calabazas y patatas de Valderredible. En La Rioja la pera de Rincón de Soto, las setas y hongos, el espárrago blanco y las verduras de invierno como el cardo, la borraja o el romanescos. En Castilla y León las legumbres, patatas y verduras, además de las fresas de Segovia.



PROVEEDORES LOCALES CANTABRIA

- Campaña de Tomate de Cantabria: Primavera - Verano
- Campaña Arándanos: Primavera - Verano
- Campaña Calabaza de Cantabria: Otoño - Invierno
- Campaña Patata Valderredible: Otoño - Invierno

PROVEEDORES LOCALES LA RIOJA

- Campaña de Pera Conferencia D.O.P.: Todo el año
- Campaña Setas y Hongos: Todo el año
- Campaña Espárrago Blanco: Primavera
- Campaña Romanesco, Cardo, Borraja: Invierno

PROVEEDORES LOCALES CASTILLA Y LEÓN

- Campaña de Tomate: Primavera - Verano
- Campaña de Patatas: Primavera - Verano
- Campaña de verduras (Cebolletas, pimientos, ...): Verano
- Campaña de fresa de Segovia: Otoño - Invierno
- Campaña de Legumbres: Otoño - Invierno



Charcutería y Quesos

En nuestra sección de charcutería y quesos ofrecemos una amplia variedad de productos artesanales y de calidad. Colaboramos estrechamente con más de 50 marcas de queso locales, destacando tres Denominaciones de Origen Protegidas (DOP): Bejes-Tresviso, queso nata Cantabria y quesucos de Liébana. Estos quesos no solo representan la excelencia gastronómica de la región, sino que también respaldan a los productores locales y promueven la preservación de las tradiciones culinarias.



En cuanto a la charcutería, en Castilla y León nos asociamos con proveedores locales para ofrecer una selección excepcional de embutidos y quesos que reflejan la riqueza gastronómica de la región. Desde los sabrosos chorizos hasta los exquisitos quesos, cada producto resalta los sabores auténticos y la herencia culinaria única de Castilla y León.

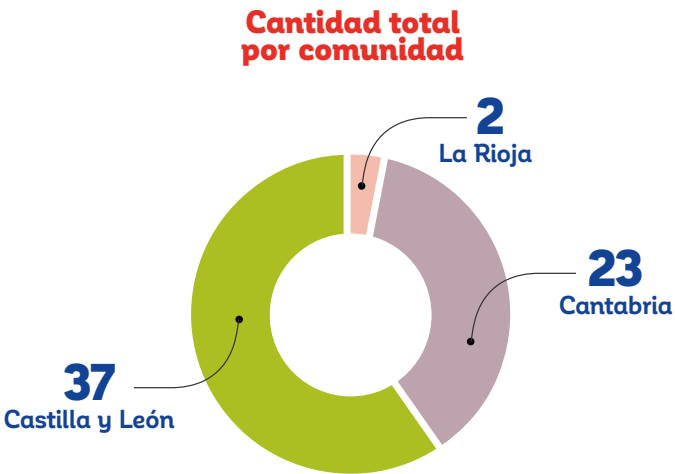
Nuestros clientes encontrarán una gran variedad de productos de charcutería y quesos, cuidadosamente seleccionados para satisfacer sus paladares exigentes. Nuestro compromiso con la calidad y la excelencia se refleja en cada bocado, mientras apoyamos a los productores locales y contribuimos al desarrollo económico de las comunidades donde operamos.

Y por eso, además, participamos en diferentes eventos que dan apoyo y visibilidad a estos colectivos tanto a nivel regional como nacional. En 2025 volvimos a participar como jurado en el Concurso AFCA de productos de Cantabria elaborados con leche de vaca cuyo objetivo es poner en valor el trabajo de los ganaderos, productos y transformadores de Cantabria.



Panadería y Pastelería

En nuestra sección de panadería y pastelería, nuestros clientes disfrutan de un amplio surtido de panes, empanadas y bollería recién horneados. Colaboramos estrechamente con más de 62 proveedores locales, quienes nos suministran los ingredientes frescos y de alta calidad. Al trabajar con proveedores locales, no solo garantizamos la frescura y autenticidad de nuestros productos, sino que también apoyamos a la economía regional y fomentamos la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro.



RIESGOS PARA LOS CONSUMIDORES

En l apartado de Riesgos para los Consumidores, es importante identificar y describir los posibles riesgos que los productos o servicios pueden representar para los clientes.

- ✓ **Riesgos**
 - ▮ Identificación de Riesgos.
 - ▮ Salud y Seguridad: Riesgos asociados con el consumo de productos que pueden afectar la salud física de los consumidores.
 - ▮ Información y Etiquetado: Riesgos derivados de una información inadecuada o engañosa en el etiquetado de los productos.
 - ▮ Calidad del Producto: Riesgos relacionados con la calidad y durabilidad de los productos ofrecidos.

- ✓ **Medidas de Mitigación**
 - ▮ Controles de Calidad: Procesos implementados para asegurar la calidad y seguridad de los productos.
 - ▮ Transparencia en la Información: Políticas para garantizar que la información del producto es clara y precisa.
 - ▮ Atención al Cliente: Servicios de atención al cliente para gestionar quejas y devoluciones de manera efectiva.

- ✓ **Estrategias de Comunicación**
 - ▮ Campañas de Concienciación: Iniciativas para educar a los consumidores sobre el uso seguro y responsable de los productos.
 - ▮ Etiquetado Claro: Esfuerzos para mejorar la claridad y visibilidad de la información en las etiquetas.

- ✓ **Seguimiento y Evaluación**
 - ▮ Sistema de Feedback: Mecanismos para recoger y analizar la opinión y experiencia de los consumidores.
 - ▮ Auditorías Regulares: Inspecciones periódicas para evaluar la eficacia de las medidas de mitigación.

SEGURIDAD ALIMENTARIA



Estamos comprometidos con la **seguridad alimentaria** controlando el origen de los mismos desde proveedor y garantizando la **trazabilidad** durante toda la cadena de suministro.

Mantenemos la **cadena de frío** de los productos refrigerados de manera que se establecen controles en la distribución, transporte y exposición. De esta manera podemos asegurar el acceso a los productos en perfectas condiciones y con todas las garantías.

Realizamos 1.874 auditorías internas y 1.905 tomas de muestras de productos y superficies para garantizar la seguridad de los productos puestos a la venta en nuestras tiendas.

En el año 2025 hemos renovado el certificado **IFS Logistics** en nuestra plataforma de Orejo con una nota del 93,52%.



DESPERDICIO ALIMENTARIO



Fruto de nuestro compromiso con los objetivos de desarrollo sostenible seguimos trabajando en la mejora de procesos a lo largo de toda la cadena de suministros desde que un producto se compra hasta que llega al cliente.

Hemos conseguido reducir los días de stock en los almacenes logísticos un 7% respecto a 2024. Respecto a 2023 el descenso en los días de stock ha sido de un 21%. Este dato se traduce en una reducción de las mermas de productos.

Por otra parte, la inversión en formación y la mejora en las herramientas de gestión han **conseguido mejorar la disponibilidad de productos en tienda en un 1,11%**. En el caso de secciones de productos perecederos como fruta y pescado, la mejora ha sido de un 4%.

Durante el pasado ejercicio hemos seguido avanzando en la mejora de nuestros sistemas de pedido especialmente en las secciones de frescos. Esto nos va a permitir reducir el desperdicio alimentario en tienda reduciendo también el stock de los almacenes centrales.

Disponemos de un **sistema de gestión de vida** útil del producto para minimizar el desperdicio de alimentos en la cadena. Este seguimiento de las fechas de caducidad establece una serie de avisos en almacén y tienda para ofrecer al cliente la máxima vida útil y establecer unos días de liquidación para reducir el precio de los productos que se acerquen a su fecha de caducidad, fomentando el aprovechamiento de productos que todavía se encuentran en buen estado para su consumo. **En 2025 la venta de referencias próximas a caducar ha descendido un 0,03%.**

A lo largo de 2026 seguiremos trabajando en implantar nuevos sistemas predictivos que permitirán mejorar las previsiones y detectar los cambios en la demanda en tiempo con mayor antelación. Disponer de la última tecnología al servicio de los procesos es clave para seguir mejorando.

Tenemos diferentes **niveles de surtido** para optimizar referencias y ventas, fomentando un aprovisionamiento eficiente con el uso de herramientas informáticas, utilizando formatos de preparación y servicio adaptados al cliente.

Seguimos trabajando para ofrecer formatos de producto que reduzcan el desperdicio, por mejora de la conservación o volúmenes más fáciles de gestionar a lo largo de toda la cadena.

TOO GOOD TO GO

Para reducir el desperdicio alimentario en las tiendas tenemos un acuerdo con la plataforma **Too Good To Go**, que es una aplicación que posibilita la venta de packs de alimentos en buen estado pero que han sufrido algún desperfecto en el packaging o están al límite de su vida útil. Esto supone el aprovechamiento de cientos de miles de productos recuperados para el consumo y evitando su desperdicio.

En 2025 se han salvado 133.430 packs



DONACIONES



Los productos en perfecto estado de consumo que no se pueden vender en las tiendas al estar próximo su fin de vida útil, o por tener defectos de envasado que no hagan posible su venta, se donan a entidades sociales.

En 2025 se han donado 112.529,27 kilos de alimentos a diversas entidades benéficas.



Donaciones	Orejo	Villamuriel	Total
Unidades	84.245	74.049	158.294
Kg.	51.026,83	61.502,44	112.529,27

RECOGIDAS PARA ALIMENTOS

Todos los años nos unimos a la gran recogida junto a la Federación Española de Bancos de Alimentos-FESBAL en la que participan todos los supermercados como centro donde los clientes y clientas pueden hacer sus donaciones. Esto supone un gran apoyo en la lucha contra el hambre.

En 2025 se realizaron 2 recogidas donde se recaudaron 19.870 € y 55.354 € respectivamente.



En 2025
recogimos más de

75 mil
euros
en donaciones



Dentro del compromiso social que llevamos a cabo, año tras año seguimos colaborando con la Asociación Española Contra el Cáncer en la recogida de fondos para la investigación y servicios gratuitos de apoyo a pacientes y familiares. Y también donamos alimentos para la realización de eventos deportivos de la AECC para ayudar en la recaudación.

En 2025 se recaudó un total de 5.629 €.



Conscientes de la importancia de estas acciones sociales, mantenemos comunicaciones de todas estas colaboraciones en nuestras redes sociales para hacer partícipes a nuestros clientes del valor de contribuir a la sociedad y el bienestar de los menos favorecidos a través de donaciones o participando en los eventos benéficos.



ALIMENTACIÓN SALUDABLE



Formamos parte de la Asociación para la Promoción del Consumo de Frutas y Hortalizas “5 al día”, un movimiento internacional que promueve el consumo diario de al menos 5 acciones entre frutas y hortalizas. “5 al día” surgió en Estados Unidos en 1989 como respuesta al preocupante deterioro de los hábitos de la población, su bajo consumo de estos productos y un mayor riesgo para la salud asociado a la alimentación. Ahora está presente en más de 30 países, lo que supone una de las mayores estrategias para fomentar el consumo de frutas y verduras frescas, y contribuir así a reducir el riesgo de las enfermedades crónicas como la diabetes, las enfermedades cardiovasculares o el cáncer.

Además, esta asociación, persigue defender los intereses del sector hortofrutícola basándose en las bondades de las frutas y hortalizas para garantizar una alimentación saludable.

En Semark compartimos los objetivos de “5 al día” para fomentar el consumo de estos productos realizando diferentes acciones: campañas de frutas y



“Más frutas y verduras, la mejor opción para tu salud”

verduras de temporada tanto en folletos como en medios digitales en las tiendas, web y newsletters, visitas de alumnos de colegios a las tiendas para conocer de primera mano el amplio surtido y sus beneficios, reseñas en redes sociales sobre las propiedades y beneficios de las frutas y verduras, así como consejos y recetas, etc.

OBJETIVOS “5 AL DÍA”



INCREMENTAR EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

España se encuentra por debajo del consumo recomendado de frutas y hortalizas, a pesar de ser el primer país productor de la Unión Europea.



FOMENTAR HÁBITOS ALIMENTARIOS SALUDABLES

Una alimentación saludable rica en frutas y hortalizas, es clave en la prevención de enfermedades crónicas como la diabetes, las enfermedades cardiovasculares o el cáncer.



DIVULGAR NUESTRO MENSAJE DE SALUD

Mantener a la sociedad informada de los beneficios del consumo de frutas y hortalizas, especialmente a niños y jóvenes pues son los consumidores del futuro.



LUCHAR CONTRA LA OBESIDAD INFANTIL

Actuar de manera eficaz, educando en estilos de vida saludables y modificando los hábitos de las familias, para mejorar los entornos alimentarios.

SERVICIOS AL CLIENTE

Dentro de los servicios ofrecidos a nuestros clientes tenemos máquinas de zumo natural, cocedero gratuito de marisco y rebanadora de pan.



También tenemos en nuestros supermercados pantallas digitales que, además de marcar los turnos en las secciones de pescadería, carnicería y charcutería, dan información sobre ofertas, recetas, promociones, sorteos, trucos, consejos, servicios, etc. Todas las nuevas aperturas ya cuentan con estas nuevas tecnologías y cada año se van instalando en los supermercados ya existentes. Es otro medio con el que mantener al cliente informado en tiempo real de todo lo que le ofrecemos.



Además, algunos centros también cuentan con kioscos digitales en la zona de línea de cajas, tanto para informar de servicios y ofertas, como para que el cliente pueda pedir turno para los mostradores de frescos antes de acceder al supermercado.



Las balanzas de pesado también ofrecen información importante al cliente.



NUESTROS TRABAJADORES NUEVOS EMPLEOS

Esta política se constituye como el marco de referencia a nivel corporativo para la gestión de personas, conteniendo los ámbitos de actuación que dan respuesta al compromiso de Semark con la generación de empleo y sus profesionales, siempre bajo el paraguas de los valores corporativos que definen a la compañía. A través de esta política se persigue a su vez el fomento del compromiso a largo plazo con un orgullo de pertenencia, adecuándose a las diferentes realidades culturales, laborales y de negocio de todos los lugares donde opera la compañía.



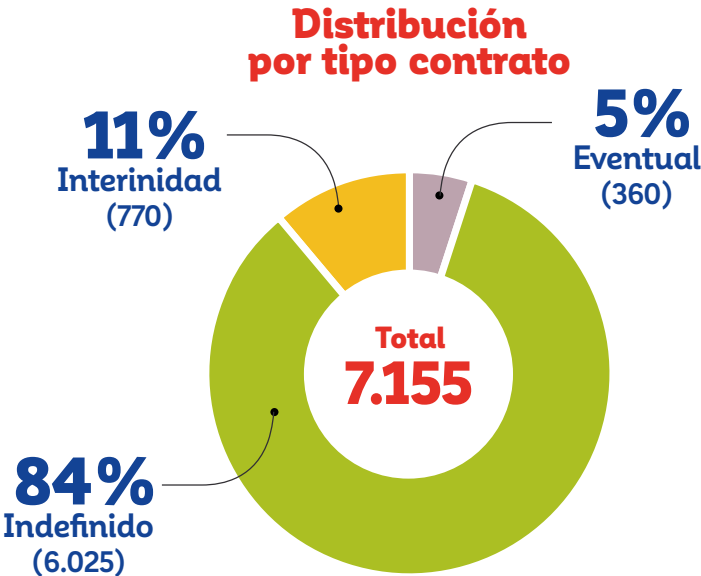
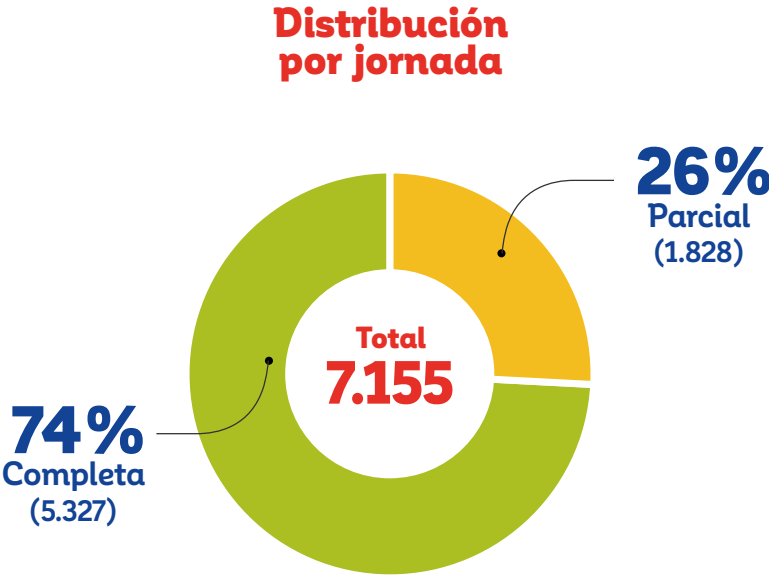
341
nuevos puestos
de trabajo en 2025



La gestión de Recursos Humanos da soporte a todas las diferentes áreas, generando y transmitiendo nuestra **cultura y nuestros valores**, impulsando el compromiso, promoviendo una apuesta por el desarrollo y la carrera profesional del talento de la organización, alineando a las personas con los objetivos estratégicos de la compañía en cada momento. Todas las acciones están orientadas a poner a la persona en el centro del negocio y protagonista activo de la ejecución de la estrategia. Creemos en el desarrollo del talento e invertimos en la formación acompañando el desarrollo de sus habilidades, consciente del impulso que ello supone para el crecimiento de la empresa.

Las 7.155 personas que forman nuestra plantilla hacen posible nuestro proyecto y crecimiento. Por ello, sentimos una gran responsabilidad y agradecimiento por su implicación, compromiso y trabajo diario. Crecemos año tras año en centros de trabajo y en plantilla, con el objetivo de continuar siendo “Tus vecinos de Confianza”, ofreciendo un surtido y atención de calidad. Trabajamos día a día con el compromiso de desarrollar conocimientos, aptitudes y habilidades a nuestra plantilla, ayudándoles a conseguir un excelente nivel de profesionalización, independientemente del área funcional en el que se integren.

EMPLEO DE CALIDAD



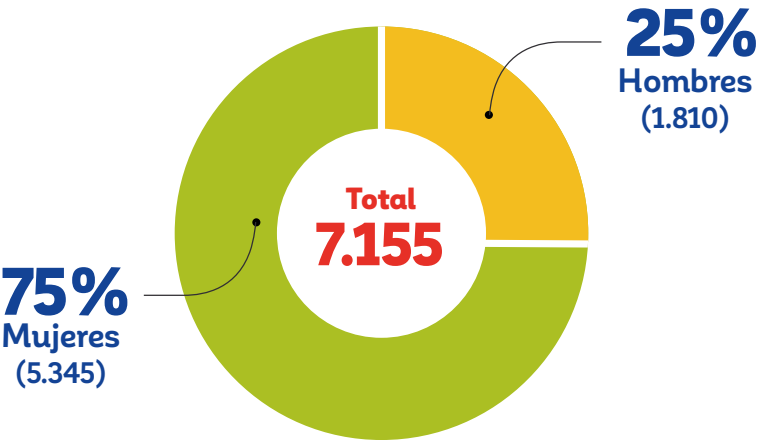
Reducciones de Jornada y Concreciones horarias

317 CONCRECIONES HORARIAS, de las cuales 24 son por cuidado de familiares y 293 por cuidado de hijos, las cuales son disfrutadas en términos generales por 20 hombres y 297 mujeres.

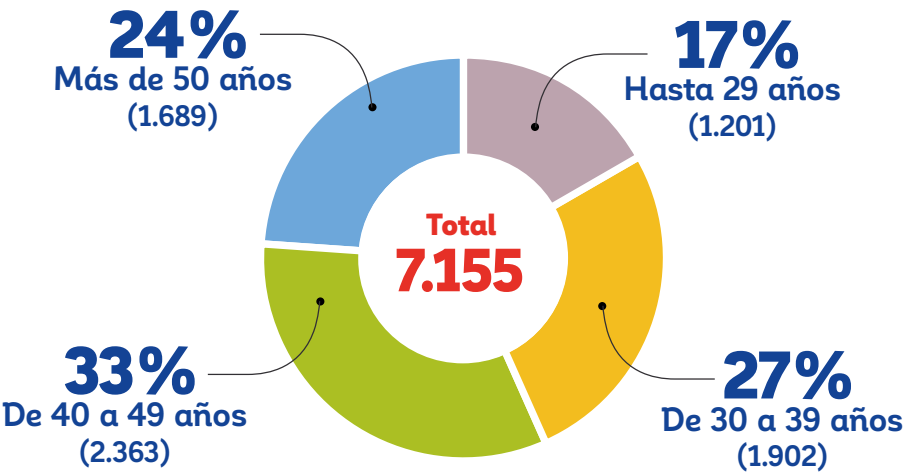
485 REDUCCIONES DE JORNADA, de las cuales 32 son por cuidado de familiares y 453 por cuidado de hijos, las cuales son disfrutadas en términos generales por 16 hombres y 469 mujeres.

COMPOSICIÓN
DE LA PLANTILLA

Distribución
por sexo



Distribución
por edades



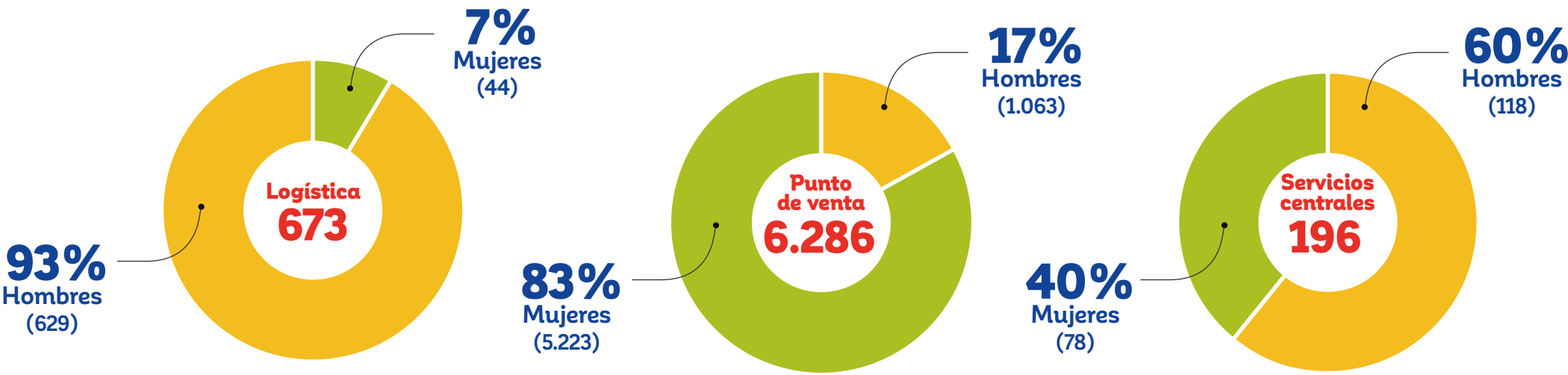
Edad media
de la plantilla

41,08
años

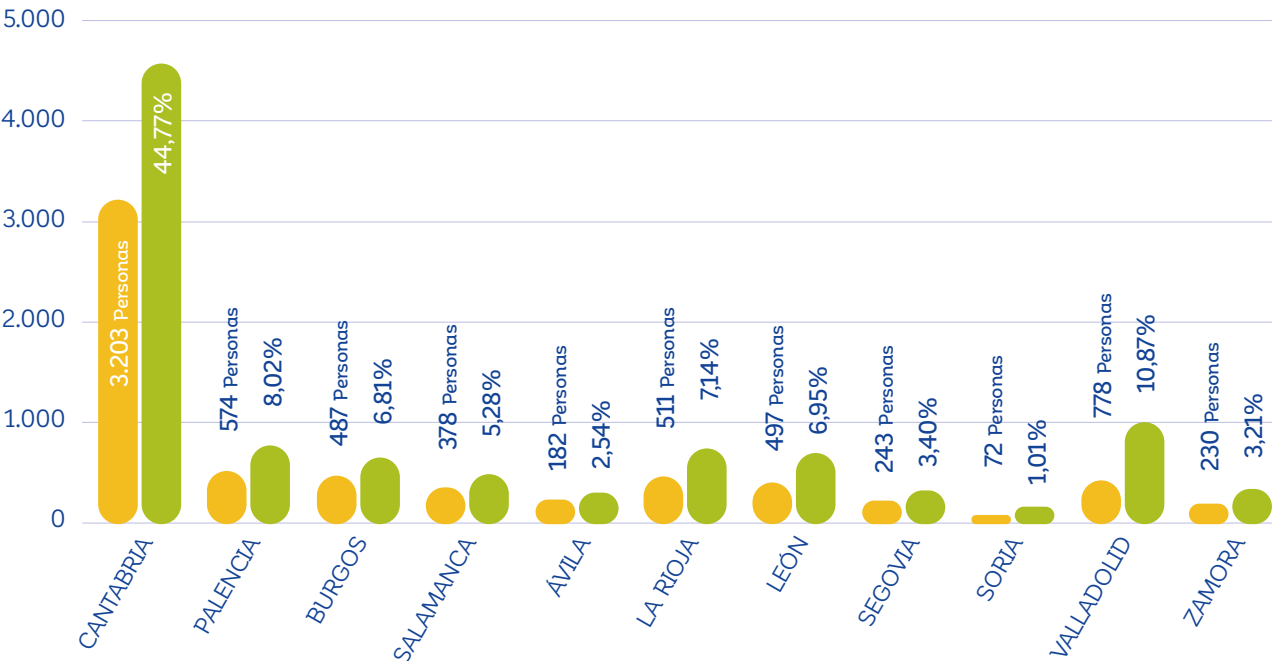
Países representados
en la plantilla

37
nacionalidades

Distribución por sexo y área



Distribución por zona



FORMACIÓN y PROMOCIÓN INTERNA



Las personas y su talento son el mayor activo de Semark, creemos que la **formación** es clave para acompañar a nuestros trabajadores en su **crecimiento profesional y desarrollo personal**.

Desarrollamos **programas de formación inicial con personal de nueva incorporación** implicándonos en su acogida y aprendizaje práctico. Disponemos de un equipo de profesionales designados como formadores, que acompañan al personal recién incorporado en sus primeras semanas en su puesto. Además, también desarrollamos **programas de formación interna y reciclaje**, independientemente de su antigüedad, ubicación y puesto de trabajo, facilitando todos los medios necesarios para desarrollarse profesionalmente en la adquisición de nuevas competencias y habilidades.



La **formación continua** es esencial, hemos ejecutado **38 acciones formativas** con **18.860 asistentes**, **56.131 horas** y una inversión de **446.240 euros**.

Formación
continua
13.971
horas
presenciales

Formación
continua
42.160
horas
online



PLAN DE IGUALDAD



Para Semark la **igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres** es un compromiso y prioridad, considerándose como un principio fundamental de las relaciones laborales y de la gestión de los recursos humanos.

Desde **nuestro primer Plan de Igualdad firmado en 2016** y con la firma de un nuevo Plan de Igualdad en 2023, continuamos nuestro compromiso con la igualdad, implantación y desarrollo de procedimientos en materia de contratación, promoción, formación, conciliación de vida laboral y personal, retribución y salud laboral.



PROTOCOLO DE ACOSO



Semark consciente de la necesidad de proteger los derechos fundamentales de las personas y especialmente su dignidad en el ámbito laboral, dispone de un elaborado Protocolo de Prevención y Actuación ante el acoso moral, sexual y por razón de sexo. El objetivo se centra en reconocer, prevenir y, en su caso erradicar todos aquellos comportamientos y factores organizativos que pongan de manifiesto conductas de acoso en el ámbito laboral, promoviendo un ambiente y clima laboral saludable, tanto físico como psicológico. Además, en 2023 se actualizó este protocolo extendiendo su aplicación a todas las situaciones de acoso por orientación sexual, expresión y/o identidad de género, reconociéndose expresamente que nadie podrá ser discriminado por su orientación sexual o expresión de género.

Establecemos aquellas **medidas necesarias para prevenir y evitar que se produzca el acoso moral, sexual o por razón de sexo**, por orientación sexual, expresión y/o identidad de género, así como determinamos concretamente las actuaciones de instrucción y sanción internas y sus garantías en caso de que alguna persona trabajadora presente queja en estas materias.

Implantamos un **Código de Buenas Prácticas** que tiene por objeto proporcionar a toda persona trabajadora, una orientación práctica sobre la protección de mujeres y hombres en el desempeño de su trabajo y además de establecer pautas claras para evitar situaciones de acoso moral o psicológico en el entorno laboral.

Garantizamos que todas las personas trabajadoras que considere que es objeto de acoso moral, sexual y por razón de sexo, **tenga derecho a presentar una denuncia internamente** y ello, sin perjuicio de ejercer las acciones legales oportunas, asegurando la protección del derecho a la salud física y psicológica. Asimismo, impulsamos que todo el personal de la empresa conozca la existencia del protocolo y se implique en la prevención de conductas susceptibles de acoso moral, sexual o acoso por razón de sexo, por orientación sexual, expresión y/o identidad de género.

COLABORACIONES CON ENTIDADES SOCIALES



En Lupa colaboramos en iniciativas en las que organizaciones benéficas utilizan nuestras tiendas para campañas de sensibilización, captación de socios, recogidas de alimentos, etc.

Dentro de las actuaciones para mejorar el bienestar en todos los ámbitos de la sociedad, cabe un lugar destacado el apoyo a la igualdad de oportunidades, a la incorporación de la mujer al mundo laboral y su reconocimiento en todos los ámbitos sociales. Por ello colaboramos con los Premios Mujer Cantabria que dan visibilidad y premian a mujeres que por diferentes motivos han sido reconocidas en su labor social o profesional. En 2025 el premio fue para la teniente coronel de la Guardia Civil María Pilar Villasante, la primera cántabra en ascender a ese puesto, siendo un referente de liderazgo y servicio público.

Además una año más renovamos el acuerdo de colaboración con la Asociación Mujer y Talento, que desarrolla programas de gran impacto para impulsar el talento de niñas, jóvenes y mujeres para su empoderamiento, crecimiento y protagonismo dentro de la transformación social hacia la igualdad. El objetivo principal es apoyar el desarrollo del talento de la mujer en el ámbito educativo, social, cultural, deportivo, artístico y profesional. En Lupa nos hemos sumado a uno de sus proyectos más relevantes porque creemos en la importancia de iniciativas que impulsen el talento, la igualdad y el aprendizaje. El proyecto es Stem Talent Girl, una propuesta educativa para el fomento del talento y las vocaciones científico-tecnológicas para que las niñas y adolescentes desarrollen brillantes carreras STEM (Science, Technology, Engineering y Mathematics) mentorizadas por mujeres que trabajan en el ámbito de la ciencia y la tecnología.

Colaboramos con asociaciones o ayuntamientos de las localidades donde estamos ubicados donando productos para actos sociales, eventos deportivos o benéficos organizados por motivos solidarios para la recaudación económica que se destine a fines sociales. En 2025 las colaboraciones que se hicieron para estos fines tuvieron un valor de más de 128 mil euros.

Mantenemos la colaboración desde hace ya varios años con Pyfano, una asociación de padres, familiares y amigos de niños oncológicos de Castilla y León que luchan contra el cáncer infantil.

Colaboramos con **Cruz Roja** a través de prácticas en formaciones de actividades comerciales y reposición y en prácticas en formaciones de carnicería y pescadería.

Colaboramos también con Institutos de algunas zonas siendo centro de formación de prácticas en **Grados Medios y Superiores** de formaciones de la rama de Actividades Comerciales y Comercialización de Productos Alimentarios.

Colaboramos también con la **Universidad de Cantabria** y con la **Universidad Europea del Atlántico** siendo centro de formación de prácticas en Grados Universitarios de Administración de Empresas, Derecho, Economía, Relaciones Laborales, Ingenierías, etc.

En 2025 nos hemos unido al proyecto Auara. Una iniciativa para construir pozos de agua potable en aquellas zonas de África donde más lo necesitan. Gracias a esta primera colaboración, en 2026 se construirá un pozo en Benín.



TARJETA CLUB LUPA APP y CANASTILLA

Lupa frece a sus clientes la posibilidad de formar parte del **Club de Clientes** con su Tarjeta de fidelización gratuita. A través de ella se van acumulando puntos con todas las compras realizadas y el registro de esos puntos se puede ir viendo en el ticket de compra. Cada cuatro meses se suman todos los puntos y se convierten en euros. Y ese importe se manda al cliente en un cheque descuento para canjear en el supermercado en una compra. Además con la tarjeta se consiguen descuentos en promociones, vales descuento y se puede participar en numerosos sorteos.

La tarjeta, se puede tener de forma virtual en la App Lupa y también de forma física. Con la aplicación, además de tener todos los beneficios de la tarjeta física, se pueden conseguir cupones descuento exclusivos y se puede canjear el cheque descuento cuatrimestral directamente desde ella.



Seguimos avanzando en la mejora de la aplicación, incorporando nuevas funcionalidades que nos permitan un ahorro de papel, que gracias a la App Lupa se consigue a través de los tickets, cupones y cheque cuatrimestral digitales. Con la opción de papel cero se dejan de emitir los tickets de compra y los cupones descuento por caja y también la impresión del cheque cuatrimestral, lo que supone una ayuda para reducir el efecto invernadero, la deforestación y se reduce el consumo de agua y petróleo necesarios para la fabricación de ese papel.

También se puede pedir el turno para el despacho de carnicería, pescadería, charcutería y Llevar y Comer a través de la aplicación.

Y reservar la franja horaria para el servicio a domicilio de los pedidos realizados en el supermercado.

Y podrás consultar el ahorro y puntos acumulados, ver el folleto de oferta y recibir notificaciones de promociones.



¡APUESTA POR EL MEDIO AMBIENTE!

Activando las nuevas opciones **PAPEL CERO** en tu **App Lupa**





Tus Tickets digitales



Tus Cupones digitales

Si eliges no imprimir tus tickets, cupones y cheque cuatrimestral reduces el efecto invernadero, la deforestación y ayudas a reducir el consumo de agua y petróleo.

6 toneladas menos de papel

12 toneladas menos de agua

13 toneladas menos de CO2

15 toneladas menos de petróleo

Pequeñas acciones para cuidar el planeta.

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2025

En la empresa estamos muy concienciados con el apoyo a las familias, y dentro de la política de cercanía hacemos un regalo a los clientes y clientas que han tenido un bebé en todas aquellas provincias donde estamos implantados. Esta canastilla está compuesta por productos necesarios para el cuidado del bebé, pero también para el hogar. También se incluyen vales descuento en otros productos.

En 2025 se entregaron un total de 5.101 canastillas.

En 2025
5.101
canastillas entregadas



CANASTILLAS	2025
ENERO	431
FEBRERO	411
MARZO	417
ABRIL	449
MAYO	423
JUNIO	407
JULIO	426
AGOSTO	434
SEPTIEMBRE	441
OCTUBRE	452
NOVIEMBRE	416
DICIEMBRE	394
TOTAL	5.101

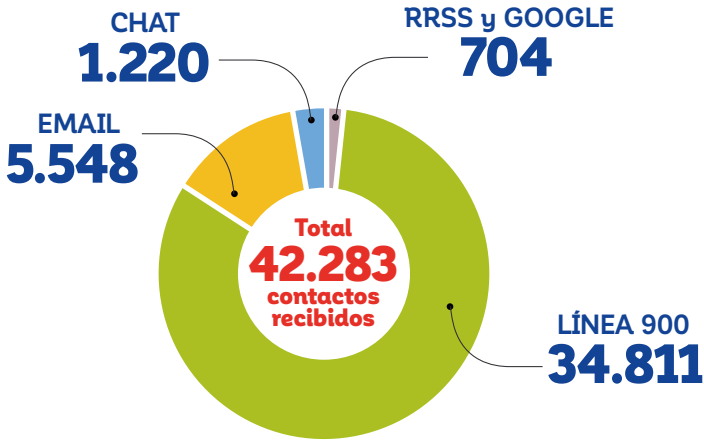
ATENCIÓN AL CLIENTE

En Lupa contamos con diferentes canales de comunicación con el cliente a través de los cuales nos pueden hacer llegar sus consultas, sugerencias, quejas y reclamaciones: un teléfono gratuito, chat online, correo electrónico y redes sociales (Facebook, Instagram y X). Y también hacemos control de los comentarios recibidos a través de Google y su posterior gestión en caso de ser necesario.

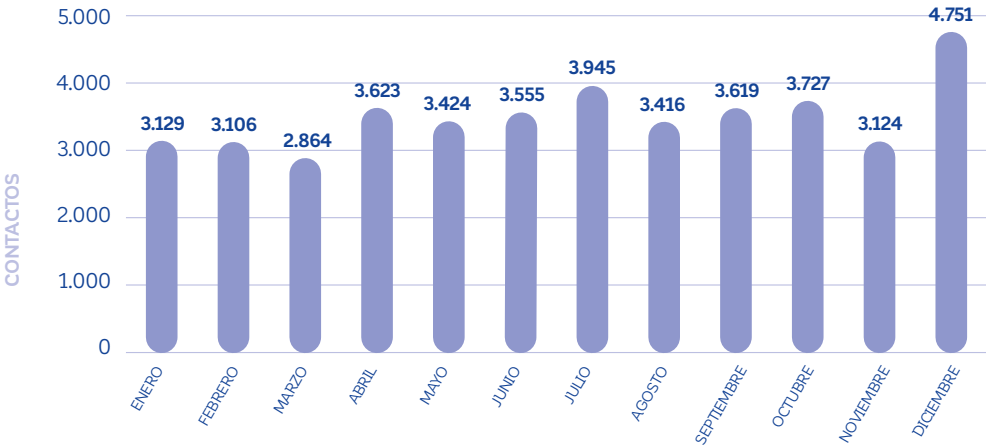
En todos los soportes se hace un registro y seguimiento de cada uno de los contactos recibidos y se da respuesta en menos de 48 horas.

En 2025 se recibieron un total de 42.283 contactos siendo el medio más utilizado el teléfono 900 200 328.

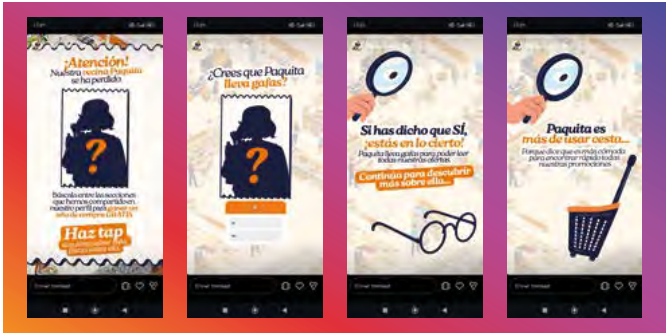
Registro de contactos recibidos por cada uno de los medios en 2025

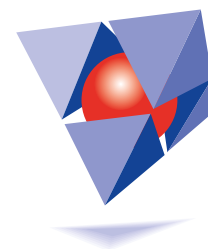


Comparativa contactos mensuales 2025



Es importante comunicar a nuestros clientes toda aquella información que les aporte herramientas para mejorar su calidad de vida. A través de la redes sociales informamos de novedades, de cambios en la composición de artículos, de productos de temporada, damos consejos, recetas y hábitos saludables. Desde abril de 2025 también estamos presentes en TikTok.





SEMARM
AC GROUP, S.A.

Parque Empresarial Marina - Medio Cudeyo
C/ Rubayo, 2 - 39719 OREJO (Cantabria)



Telf. 942 295 295



www.lupa.com
www.top-cash.com

