

Historia

El Grupo Uvesco nace en 1993 de la fusión de dos empresas: VES, empresa cántabra y Unialco empresa vasca. Son el grupo de distribución alimentaria representado por las enseñas comerciales BM y Super Amara.

Sede social

Ctra. Irun a Oiartzun, s/n, Polígono Bidaurre Ureder, Barrio de Ventas. 20305, Irun, Guipúzcoa

Mercado

País Vasco, Cantabria, Navarra, La Rioja, Madrid y Ávila

Estrategia de diferenciación: experiencia de compra diferencial

Modelo BM, cuyos pilares son la calidad, el compromiso con el producto local, el servicio excelente y la amplitud de surtido. La estética, orden, limpieza, amplitud y lay out de las tiendas favorecen que la experiencia de compra sea diferencial y satisfactoria.



Precio y promoción

Estrategia de precios "High-Low", precios de mercado complementados con ofertas.

Destaca la promoción Marcas y Ahorro juntos y ahorra cada semana 30% en frescos. Más del 60% de las ofertas están destinadas a producto fresco.



Surtido

Amplitud de surtido con clara apuesta por la marca fabricante, marquistas.

La marca BM, con 1.200 referencias, representando el 17% de las ventas.

Son socios de la central de compras Grupo IFA



Frescos

Elemento de diferenciación y uno de los valores del modelo BM, con sus mostradores, aspiran a ser especialistas.

Su compromiso con la calidad y el producto local está presente en las secciones de manera muy especial.

Facturación 2024

1.186

Millones de euros

+10,6%

Vs. 2023

Cuota de Superficie

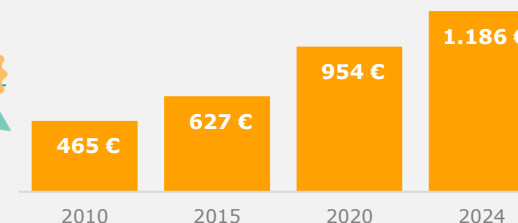
17,9%

País Vasco

4,2%

Comunidad de Madrid

Evolución Facturación M€ 2010 - 2024



Enseñas y negocios

336

establecimientos

Sigue fortaleciendo la expansión en Madrid, con **81 tiendas**. Octavo operador del mercado.

Tienda que visitar

La Finca Grand Café. Av. de Luis García Cereceda, 5, 28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid

Hoja de ruta 2025

- El producto fresco y local.
- Eficiencia, con foco en la digitalización y la innovación.
- Sostenibilidad, economía circular y desperdicio alimentario.
- Proseguir con el plan de expansión.

Este crecimiento es fruto, por un lado, de la incorporación del grupo de distribución Super Hiber, y por otro, el impulso del modelo BM basado en la calidad y el compromiso con el producto fresco y local.