

2 FROIZ

2 4

MEMORIA CORPORATIVA 2024

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL



MEMORIA CORPORATIVA 2024

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA,
SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

ÍNDICE



Acerca de este informe 4

1. INFORMACIÓN GENERAL SOBRE GRUPO FROIZ 6

- 1.1. Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor 9
- 1.2. Historia 24
- 1.3. Compromiso de Froiz con la sostenibilidad 26

2. MEDIOAMBIENTAL 30

- 2.1. Gestión responsable de recursos: consumos y emisiones 34
- 2.2. Economía circular 37
- 2.3. Desperdicio alimentario 40

3. SOCIAL 42

- 3.1. Profesionales Froiz..... 46
- 3.2. Proveedores 50
- 3.3. Consumidores 51
- 3.4. Compromiso con la sociedad 56

4. BUEN GOBIERNO 62

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL 2024

Este informe es un resumen del desarrollado en conformidad con lo establecido en la Ley 11/2018, de 28 diciembre, en materia de información no financiera.

El objetivo es informar sobre temas medioambientales, sociales y de personal, así como otra información importante para el grupo de acuerdo con el análisis de relevancia de aspectos no financieros, basándose fundamentalmente en los Estándares GRI de la Global Reporting Initiative (GRI) y en los requerimientos de la Ley 11/2018.

DATOS ESPAÑA Y PORTUGAL 2024



Puntos de venta

244

Supermercados

7

Hipermercados

11

Cash and carry

79

Franquicias

2

Tiendas online
España y Portugal



194.270 m²

Supermercados

20.996 m²

Hipermercados

18.500 m²

Cash and carry

15.420 m²

Franquicias



Logística

8

Plataformas logísticas

43.150m²

Superficie

430

Flota de vehículos



Economía

943.148.000€

Cifra de negocio sin IVA

+650

Proveedores locales



Personas

6.670

Profesionales

82%

Contrato indefinido

89%

Promoción interna

69%

Mujeres

28.034

Horas de formación

II Plan de Igualdad

Código ético



Sociedad

1.900

Colaboraciones

Cultura

Deporte

Solidaridad

Educación



Sostenibilidad

Reciclamos

6.609,40

Toneladas de residuos

Sello "Zero, a vertedero"
plataformas Lourido

01

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE **GRUPO FROIZ**



01. INFORMACIÓN GENERAL SOBRE GRUPO FROIZ

Froiz es una empresa familiar gallega dedicada a la distribución alimentaria.

Desde sus inicios, en 1968, su objetivo es ofrecer a los clientes calidad a los mejores precios, con un buen servicio y atención en centros de proximidad; además, de un amplio surtido en frescos, productos de marcas líderes y marca Froiz. Ha sabido evolucionar sin perder su esencia, donde el cliente está en el centro de todas las decisiones intentando dar respuesta a sus demandas y necesidades y ofreciendo una experiencia de compra completa.

Actualmente, desarrolla su actividad en España y Portugal a través de su red de establecimientos en los formatos supermercado, hipermercados, cash&carry, tienda online y tiendas franquiciadas. Se sitúa entre las 20 principales empresas del sector a nivel nacional. Forma parte de la central de compras Euromadi Ibérica.



1.1. Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor

1.1.1. Cultura corporativa

Froiz construye sus valores empresariales sobre una base sólida de compromiso con el cliente, responsabilidad con el entorno y apuesta por la calidad en cada aspecto de su actividad. Esta forma de entender la distribución alimentaria se refleja en su propósito, en cómo proyecta su futuro y en los principios que guían cada decisión del día a día.

Misión. Ofrecer a los clientes la mejor calidad a los mejores precios, con un buen servicio y atención en centros de proximidad; y con un amplio surtido en frescos, productos de marcas líderes y marca Froiz.

Visión. Generar valor para los clientes y riqueza en el entorno. Nuestro compromiso con la calidad de los productos, establecimientos, servicio y atención al cliente, y, por supuesto, con los profesionales y proveedores Froiz, creando relaciones de confianza y empleo de calidad. Somos una empresa comprometida a nivel social, económico y medioambiental, donde una de nuestras máximas empresariales es invertir y generar impacto positivo local.

Valores.

- **Calidad:** productos, atención y establecimientos.
- **Servicio y atención:** atención personalizada, venta asistida en secciones de frescos.
- **Los mejores precios:** óptima relación calidad-precio de productos y servicios.
- **Surtido amplio:** ofrecemos un surtido amplio y eficiente compuesto por más de 10.000 referencias en productos de alimentación general, frescos, bodega y droguería de marcas líderes y también de marca Froiz, para que sea el cliente quien elija y decida, qué comprar y qué cantidad.
- **Proximidad / comodidad:** somos establecimientos mayoritariamente de proximidad, cercanos a nuestros clientes.



Calidad



**Servicio y
atención**



**Los mejores
precios**



**Surtido
amplio**



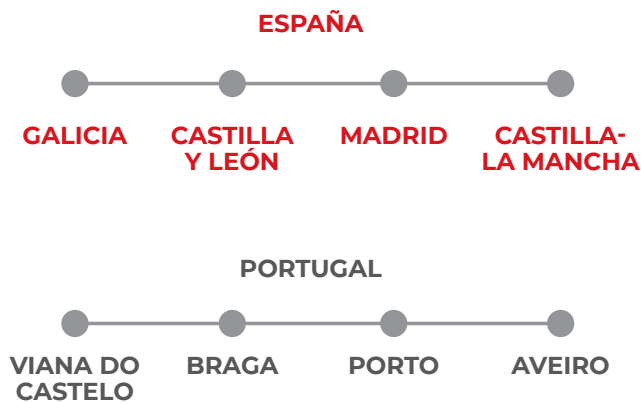
**Proximidad /
comodidad**

1.1.2. Modelo de negocio

Grupo Froiz realiza venta al por mayor y al por menor a través de su red comercial formada por supermercados, hipermercados, cash&carry, franquicias y tienda online.

Desde sus inicios, en 1968, el objetivo de Froiz es poner a disposición de sus clientes la mejor relación calidad-precio, ofreciendo un amplio surtido en frescos, productos de marcas líderes y marca Froiz, y priorizando el buen servicio y atención en centros de proximidad.

Desarrolla su actividad en España y Portugal. Dentro de España, Froiz cuenta con centros ubicados en las comunidades autónomas de Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Madrid. En Portugal se localizan en el norte del país, en los distritos de Viana do Castelo, Braga, Porto y Aveiro.



Grupo Froiz forma parte de Euromadi, una de las principales centrales de compras a nivel europeo que agrupa a empresas del sector de la distribución con más de 15.000 puntos de venta en España y Portugal. Esta alianza permite a Froiz optimizar procesos y participar en iniciativas conjuntas en sostenibilidad, innovación y eficiencia operativa.



Su red comercial está formada por cinco formatos de negocio:

Supermercado

Establecimientos de proximidad. Son locales de hasta 1.200 metros cuadrados de sala de ventas. Su oferta comercial está basada en más de 10.000 referencias de productos de alimentación, bebida, droguería y frescos.



Hipermercados

Cuentan con más de 2.500 metros cuadrados de sala de ventas y siempre con aparcamiento propio. Ofrecen 50.000 referencias de productos de alimentación, bebida, droguería y frescos; y también de no alimentación: electrodomésticos, hogar, textil, librería, automóvil.



Cash & Carry

Establecimientos con más de 1.000 metros cuadrados de sala de ventas. Se dedican a la venta al por mayor de productos básicamente de alimentación, bodega y droguería al por mayor a clientes profesionales especializados y canal HORECA.



Franquicias

Las tiendas franquiciadas operan con las marcas MercaMas, MercaExpress y Atlántico. Cuentan con un surtido básico de alimentación, bodega y droguería. Son locales de hasta 300 metros cuadrados de sala de ventas.



Tienda online

A través de la web www.froiz.com con cobertura geográfica en España y Portugal. Cuenta con más de 10.000 referencias de productos de alimentación, bodega, droguería y frescos.





La empresa Froiz también cuenta con el formato de restauración Faster Meals. Esta división de hostelería está formada por 6 establecimientos, con una superficie total de 1.485 metros cuadrados. Ofrece una carta variada con platos elaborados diariamente por los profesionales Froiz, surtido en cafés, refrescos, y menú del día. Lo habitual es que estas instalaciones estén en los establecimientos Híper Froiz, como servicio complementario a la compra.

Además, 9 supermercados del grupo cuentan con la sección de platos preparados, listos para llevar o consumir en el propio local, y el espacio Faster Coffee donde el cliente puede consumir en el momento café y productos de panadería.





341

puntos de
venta

Superficie comercial **249.186 m²**

A cierre del ejercicio 2024, el Grupo Froiz mantenía una red comercial consolidada compuesta por 341 puntos de venta, repartidos entre tiendas propias, supermercados, hipermercados, centros cash & carry y 79 tiendas franquiciadas.

Puntos de venta	2023		2024	
	Tiendas	Superficie	Tiendas	Superficie
Supermercados	241	189.330 m ²	244	194.270 m ²
Hipermercados	7	20.996 m ²	7	20.996 m ²
Cash & Carry	11	18.500 m ²	11	18.500 m ²
Tiendas franquiciadas	78	15.690 m ²	79	15.420 m ²
Total	337	244.516 m²	341	249.186 m²

Además, el Grupo cuenta con **8 plataformas logísticas** que suman un total de 43.150 metros cuadrados y abastecen diariamente a toda su red comercial:



Froiz Almacén Seco

Lourido. Poio (Pontevedra)

La principal plataforma del Grupo, ubicada en la localidad de Poio (Pontevedra), cuenta con dos almacenes. Este primero está dedicado a la alimentación seca, bodega y droguería. Opera las 24 horas del día.

Froiz Frutas y Verduras

Lourido. Poio (Pontevedra)

La segunda nave del recinto de Lourido (Pontevedra) se encarga de la logística en frío, principalmente de frutas y verduras. Opera las 24 horas del día.



Froiz El Marco

Pontevedra (Pontevedra)

Ubicada en la localidad de Pontevedra, se encarga del almacenamiento y distribución de alimentación general, bodega y droguería, además, de productos de charcutería y quesos y IV y V gama. Opera las 24 horas del día.



Froiz Mar

Puerto de Vigo (Vigo, Pontevedra)

Compra directamente de las principales lonjas gallegas y distribuye pescado y marisco fresco diariamente a los distintos centros Froiz.



Área logística **34.150 m²**



Froiz Congelados

Barro-Meis (Pontevedra)

Se encarga de la distribución de productos con frío negativo, productos congelados.

Froiz Laguna de Duero

(Valladolid)

En la comunidad de Castilla y León, la empresa cuenta con otra plataforma que se encarga de la redistribución de mercancías y almacenaje de productos para los centros Froiz de Castilla y León y Madrid.



Froiz Getafe

(Madrid)

Se encarga del abastecimiento y redistribución de mercancías a los supermercados de Madrid, Castilla y León y Castilla la Mancha.



Froiz Braga

(Portugal)

Esta plataforma centraliza y distribuye producto local de proveedores portugueses para la red comercial de los supermercados Froiz en Portugal.



1.1.3. Expansión y modernización de los establecimientos

Con el objetivo de mejorar continuamente los establecimientos, tanto para trabajadores como para los clientes, el 50% de la inversión anual de la empresa se destina a la reforma y ampliación de los centros ya existentes, así como a la mejora continua de los procesos, que permite contar con instalaciones más cómodas, eficientes y sostenibles. El otro 50% anual está orientado a la expansión del Grupo, a la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades de negocio.

Durante el año 2024 se han realizado obras de reforma y ampliación en 10 establecimientos Froiz y 4 nuevas aperturas

Reformas en los siguientes establecimientos:

A lo largo de 2024, Froiz ha llevado a cabo diversas reformas en sus tiendas, con el objetivo de modernizar los espacios, mejorar la eficiencia energética y ofrecer una experiencia de compra más cómoda y actual. Entre las reformas se han incluido renovación de mobiliario, mejoras en accesibilidad, iluminación LED y nuevos sistemas de refrigeración y climatización sostenibles.

Los establecimientos reformados han sido los siguientes:

- Calle Fernández Villaverde, 3 (Multicentro). **Pontevedra** (Pontevedra)
- Paseo Xunqueira s/n C.C Arousa. **Vilagarcía de Arousa** (Pontevedra) - Faster Meals
- Calle Rosalía de Castro, 17. **Vilanova de Arousa** (Pontevedra) - Reforma y ampliación
- Calle Lameiriña, 7. **Marín** (Pontevedra)
- Calle Ezequiel Massoni, 56. **Marín** (Pontevedra)
- Calle Emilio Alonso Paz, 7. **Silleda** (Pontevedra) - Reforma y ampliación
- Calle Gondomar, 44. **Tomíño** (Pontevedra) - Reforma y ampliación
- Plaza Fernández del Riego, s/n, Local 1. **Vigo** (Pontevedra) - Reforma y ampliación
- Calle Río Mao, 36-38. **Ourense** (Ourense)
- Ctra. Tordesillas, km. 62. C.C. Vista Alegre. **Zamora** (Zamora)



Aperturas:

Adicionalmente, se han realizado las aperturas de 4 supermercados Froiz en estas localidades:



Supermercado Froiz Lalín (Pontevedra)

C/ Joaquín Loriga, 18.

Un nuevo supermercado de proximidad con más de 750 m² de sala de ventas, que incluye todas las secciones de frescos y una amplia variedad de productos de alimentación, bodega y droguería.

Supermercado Froiz Pinto (Madrid)

Avda. Juan Pablo II, 24.

Cuenta con 650 metros cuadrados de superficie comercial y ofrece las tradicionales secciones de frescos: carnicería, pescadería y frutería de venta tradicional asistidas.



Supermercado Froiz Rio Tinto. Porto (Portugal)

Rúa Fernão de Magalhães, 555.

Un nuevo supermercado que amplía la presencia Froiz en el norte del país cuenta con todas las secciones de frescos con venta asistida (carnicería, charcutería, pescadería y frutería), además de un amplio surtido en alimentación, bodega y droguería. Son 790 metros cuadrados de superficie comercial, parking gratuito para clientes y el espacio "Faster Coffee" con opciones de café y productos de panadería.



Supermercado Froiz Villaobispo de las Regueras (León)

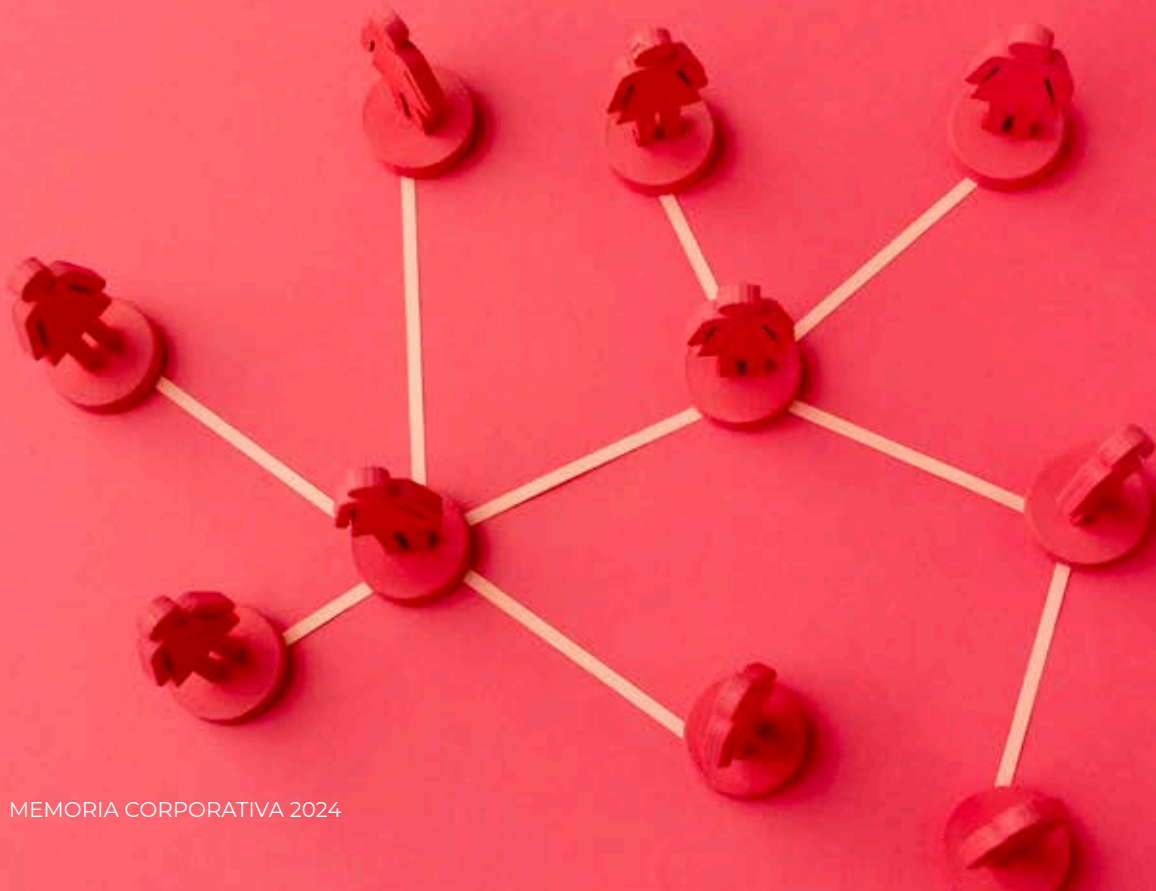
C/ El Vago, 1.

Una nueva apertura en la provincia de León que ofrece todas las secciones de productos frescos con venta asistida, así como un amplio surtido en alimentación general, bodega y droguería. El establecimiento dispone de 1.356 metros cuadrados de superficie comercial, cuenta con parking para clientes y sección Faster Coffee con platos preparados, comida para llevar y cafetería.



1.1.4. Estructura organizativa

La gestión de Froiz se apoya en una sólida estructura de gobierno corporativo que permite la integración de la operativa en la toma de decisiones estratégicas, garantizando una respuesta ágil a la realidad del mercado y del entorno.



1.1.5. Grupos de interés

Froiz entiende que su actividad tiene sentido cuando se construye en conjunto con el entorno. A través del diálogo y la colaboración, fortalecemos los vínculos con los grupos de interés, con el objetivo de avanzar juntos hacia un modelo de crecimiento sostenible y generar valor compartido.

Esta relación activa y comprometida no solo ayuda a responder a sus expectativas, sino que también impulsa un impacto positivo y el desarrollo socioeconómico de las comunidades en las que Froiz está presente con el compromiso de crear valor compartido y de impulsar una actividad sostenible y vertebradora.

- Clientes
- Trabajadores
- Proveedores
- Colaboradores
- Entidades financieras
- Administración

1.1.6. Cadena de valor

Froiz apuesta por la optimización de su cadena de valor. Manteniendo las relaciones comerciales que le permiten lograr un amplio surtido de productos frescos, marcas líderes y marca Froiz acorde a las necesidades de los clientes.

A los proveedores del Grupo se le exige el cumplimiento de medidas de igualdad de género y responsabilidad social y medioambiental, lo que evidencia el compromiso de promover la sostenibilidad de la cadena de suministro.

Asimismo, Froiz cuenta con una red logística compuesta por 8 plataformas que permiten abastecer a todos sus establecimientos y cumplir con los estándares de calidad establecidos.

Con el compromiso de crear valor compartido e impulsar una actividad sostenible, Froiz contribuye al desarrollo socioeconómico de las zonas geográficas donde opera y de todos los grupos de interés implicados.

El Grupo es consciente que, debido al mercado exigente y competitivo, la clave de su crecimiento debe pasar por seguir ofreciendo productos de calidad, a precios competitivos, con un buen servicio y atención en establecimientos comerciales de proximidad. Además, de contar con un amplio surtido de productos frescos locales y representativos de la industria agroalimentaria local, regional y nacional.



Abastecimiento

Logística

Retail

Marketing

Atención al cliente

Proveedores locales, regionales y nacionales

Gestión de mercancías y distribución

Red de establecimientos de venta y canal online

Comunicación orientada al cliente

Escucha activa y gestión directa de consultas y reclamaciones

1.1.7. Modelo comercial

Froiz ofrece un amplio y variado surtido de productos, **con más de 10.000 referencias** en productos frescos, alimentación general, bodega y droguería, diseñado para dar respuesta a las necesidades del cliente actual en sus distintos formatos de negocio: supermercados, hipermercados, cash&carry y tienda online. Un compromiso con la calidad, la salud y la satisfacción del consumidor.

- Ofrece un surtido óptimo en cada categoría de producto, por marca, variedad, formatos y precio.
- Amplio que cubre todas las necesidades y preferencias de consumo de los clientes.
- Eficiente, con las últimas innovaciones del mercado en marcas líderes y por supuesto, su propia marca Froiz, ya consolidada en el mercado por su calidad a buen precio.

Un surtido que ha evolucionado para dar cabida a productos ecológicos, funcionales y específicos para personas con intolerancias o necesidades dietéticas especiales, convenience, IV y V gama con el fin de garantizar una **oferta comercial variada y accesible para todos los perfiles de consumo.**

Más de
10.000
referencias
alimentación,
bodega y droguería

Más de
40.000
referencias de
no alimentación:
electrodomésticos,
hogar, textil,
librería,
automoción...



1.1.8. Calidad y seguridad alimentaria

El compromiso con la calidad y seguridad alimentaria se traduce en un conjunto de protocolos propios que permiten garantizar la trazabilidad de cada producto, actuar con rapidez ante cualquier alerta o incidencia, y supervisar de forma sistemática las fechas de caducidad. Todo ello se gestiona mediante un sistema informatizado que facilita el seguimiento y control de las mercancías en cada fase del proceso.

Este compromiso se refuerza a través de un marco interno de actuación que regula la manipulación de alimentos en todos los puntos de venta, obradores y plataformas logísticas, siguiendo los principios del sistema APPCC. Esta normativa interna se ve acompañada de auditorías periódicas que abarcan tanto las instalaciones propias como las de los proveedores de la marca Froiz.

Por otro lado, se realizan auditorías y controles analíticos periódicos en los distintos establecimientos Froiz con el firme objetivo de garantizar la higiene y seguridad alimentaria.

En estos espacios atienden personalmente a los clientes, ofreciendo asesoramiento directo sobre los productos, sus propiedades y formas de preparación, reforzando así una experiencia de compra cercana y especializada. La formación continua de estos profesionales, les permite contar con los conocimientos necesarios en higiene, seguridad alimentaria, conservación y tratamiento de productos frescos.

Además, Froiz promueve un consumo responsable y equilibrado a través de su participación en campañas institucionales o la promoción de iniciativas educativas, como las visitas escolares a los supermercados, donde los más pequeños aprenden sobre alimentación sana, productos frescos y buenas prácticas de consumo.

Este conjunto de acciones ha sido reconocido por entidades del sector, como la Asociación “5 al día”, que ha distinguido a Froiz como “socio profesional” por su labor continuada en la difusión de los beneficios del consumo de frutas y hortalizas frescas. Una distinción que refuerza el papel de Froiz no solo como distribuidor, sino como agente activo en la construcción de una alimentación más saludable, sostenible y comprometida con el bienestar de las personas.

¹ El APPCC es un sistema de gestión de la seguridad alimentaria que se basa en la prevención, identificando y gestionando los riesgos potenciales en cada etapa de la producción de alimentos, desde la materia prima hasta el consumidor final.



1.1.9. Marcas Froiz

Froiz cuenta con productos de marca propia, fabricados por empresas líderes del mercado, que velan por cumplir altos estándares de calidad. Se prioriza la búsqueda de la mejor relación calidad-precio.

Froiz Calidad



Marca paraguas que integra a los productos de alimentación general, refrigerados, congelados, bodega y droguería del hogar.

Bio Froiz



Productos certificados con sello de agricultura ecológica.

Froiz Selection



Productos gourmet.

Froiz Cosmetics



Artículos de cosmética e higiene personal.

Además, la empresa ha desarrollado otras marcas comerciales registradas, también de su propiedad, con el objetivo de ampliar su surtido y ofrecer productos diferenciados que conviven en el lineal junto a las marcas líderes y a la propia marca Froiz:

Green & Veggie



Productos de origen vegetal.

Aquanatur



Agua mineral.

Cepas Galegas



Para una selección de vinos gallegos con distintas denominaciones de origen.

Río da Viña



Para una selección de vinos gallegos con distintas denominaciones de origen.

El etiquetado de los productos de marca Froiz permite identificar a los proveedores fabricantes del producto y aporta información clara sobre trazas, alérgenos, procedencia, condiciones de uso y de conservación.

Dentro del surtido de productos muchos cuentan con reconocimientos y certificaciones como:

- **Denominaciones de Origen IGP´s**

Sello que identifica a los productos originarios de un lugar determinado, cuya calidad o características se deben fundamentalmente a ese medio geográfico en particular.

- **Bienestar Animal**

El 100% de la carne fresca de pollo, cerdo, conejo y pavo que comercializa Froiz -en sus carnicerías de venta asistida- cuenta con la Certificación Welfair® de Bienestar Animal. También están certificadas con este sello las distintas variedades de leche marca Froiz.

- **IGP Ternera Gallega**

Certificación de origen y calidad para la carne de vacuno.

- **Sello “Mares y Ríos de España”**

Ciertos productos de pescadería cuentan con este sello que solo pueden llevar los peces criados por empresas españolas en las aguas de mar abierto del país y que garantiza la calidad durante todo el proceso productivo.

- **Rainforest Alliance**

El chocolate negro cuenta con los sellos de sostenibilidad del cacao.

- **Eco-Bio**

Las bebidas vegetales de almendra y avena envasadas para la marca Bio Froiz cuentan con el sello de agricultura ecológica.

- **Reformulación progresiva de las recetas y composiciones para incorporar mejoras nutricionales.**

De este modo, se trabaja para reducir el contenido de sal, azúcares y grasas, y sustituir ingredientes por otros más naturales, con menos trazas y alérgenos. Esta línea de trabajo está alineada con la adhesión de Froiz, desde 2018, a la Estrategia NAOS, promovida por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), cuyo objetivo es mejorar la composición de los alimentos y bebidas que llegan a los consumidores.

- **Está presente en el libro de los alimentos sin gluten que elabora anualmente FACE**

(Federación de Asociaciones de Celíacos de España), con más de 40 referencias de la marca Froiz que no contienen gluten.



1.2. Historia

El fundador, Magín Alfredo Froiz Planes, empezó su profesión en la carnicería de un pequeño supermercado ubicado en la calle Cobián Roffignac, en la ciudad de Pontevedra. En 1970, y con tan sólo 24 años, él y su esposa, Josefa Prieto García, se hicieron cargo del traspaso de dicho establecimiento que, por aquel entonces ya empleaba a 12 personas, y que fue el origen de lo que hoy es el Grupo Froiz. Este establecimiento de apenas 300 metros cuadrados reabrió con el rótulo comercial "Supermercado Froiz" y estuvo funcionando como tal durante 33 años, hasta que en 2003 este supermercado se reformó integralmente para convertirse en un hipermercado urbano Hiper Froiz de más de 4.000 metros cuadrados.



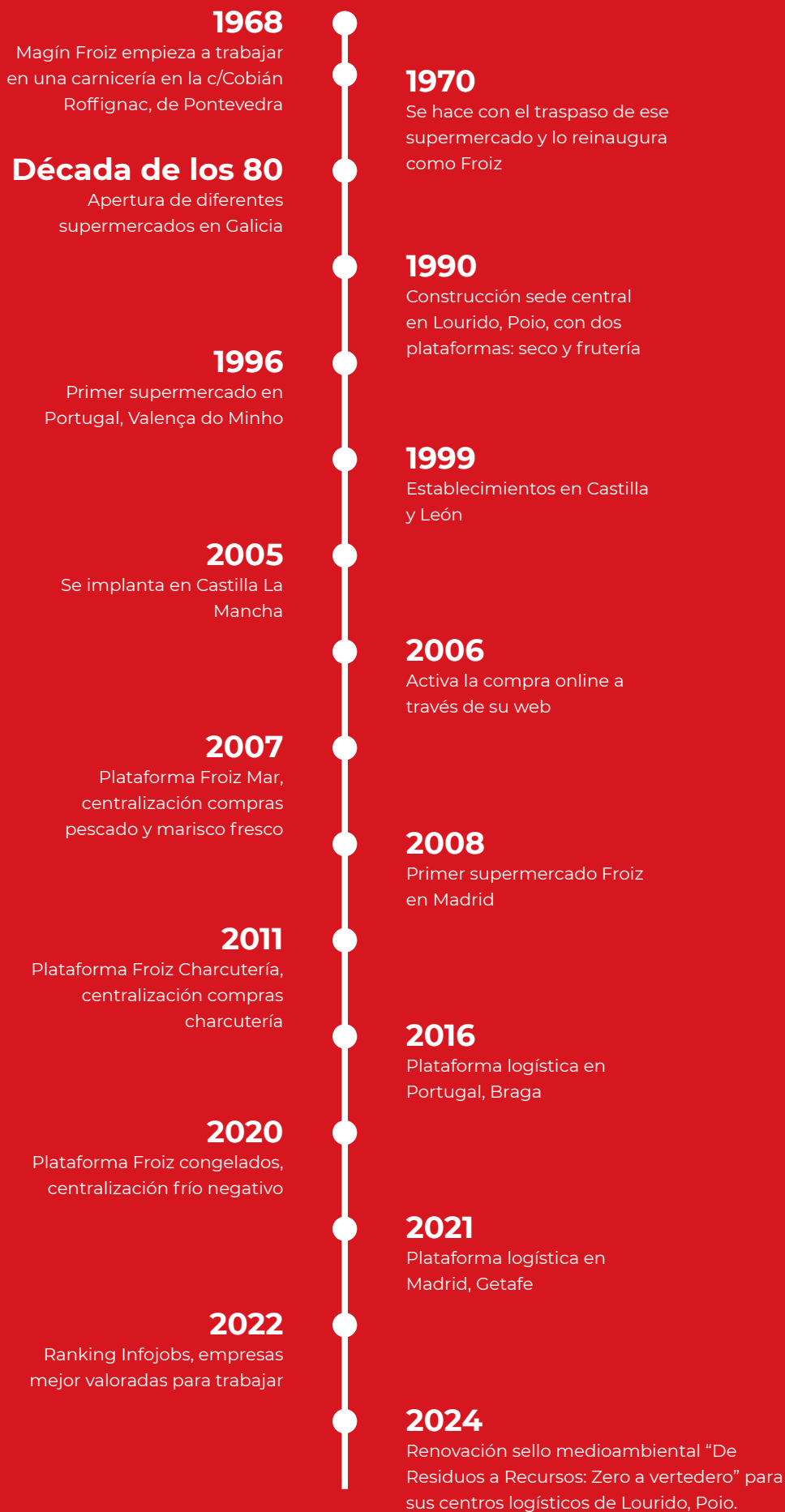
Es en 1979 cuando se inaugura el segundo establecimiento Froiz en la ciudad de Pontevedra y en 1990 cuando construye el almacén logístico principal en Lourido, Poio, sede actual de la empresa.

Es la década de los años 90 cuando se empiezan a abrir tiendas en las cuatro provincias gallegas bien con aperturas propias o con la adquisición de otras empresas del sector. En el año 1996 inaugura el primer establecimiento Froiz en Portugal, en la localidad fronteriza de Valença do Minho. Y en 1999 se inauguran los primeros puntos de venta en la comunidad de Castilla y León, donde en la actualidad hay establecimientos repartidos en las provincias de Ávila, León, Palencia, Segovia, Valladolid y Zamora. En 2005 se instala en Castilla La Mancha con un centro Hiper Froiz en la localidad de

Olías del Rey, a 5 kilómetros de Toledo. Y en 2008 en Torrejón de la Calzada, en la Comunidad de Madrid.

En estos años de trayectoria, tanto la empresa como su fundador Magín Alfredo Froiz Planes han recibido diferentes premios y reconocimientos, destacando en 2017, la Medalla de oro al Mérito en el Trabajo otorgada por el Gobierno de España a Magín Froiz y en 2015 el Premio Familia Empresaria de Galicia.





1.3. Compromiso de Froiz con la sostenibilidad ODS y ESG materiales

1.3.1. Principales tendencias y asuntos ESG materiales



Para la preparación de los contenidos en materia de información no financiera y como parte fundamental de su compromiso con la gestión responsable, Froiz analiza las tendencias del sector, establece canales de diálogo con los grupos de interés y prioriza los asuntos ESG de importancia en base al análisis de materialidad.

La colaboración de Froiz con sus grupos de interés a lo largo de toda la cadena de valor, le permite identificar y dar respuesta ágil a los principales riesgos y tendencias del sector y de los contextos globales y locales de donde opera.

Impacto ambiental

La gestión eficiente de los recursos, reducción de residuos en curso; reutilización, economía circular. Desarrollo sostenible del negocio y la necesidad de reducir la huella de carbono y el impacto medioambiental.

Impacto social

La distribución debe adaptarse a exigencias sociales, fomentando la igualdad de oportunidades, la gestión de la diversidad, el desarrollo local o la calidad de vida de colectivos vulnerables.

Nuevas Tecnologías

La tecnología aparece como aliada del sector y aporta importantes oportunidades para la gestión y eficiencia.

Cooperación vertical

La gestión de la distribución exige relaciones de equilibrio y cooperación.

Nuevas formas de distribución

La transformación de los sistemas de almacenaje y la planificación logística deberán acoplarse a los nuevos formatos de puntos de venta.

Proximidad, productos de calidad y saludables. Nuevos hábitos

Los surtidos y los puntos de venta deben adaptarse a los hábitos de vida de una población heterogénea. Hay que ofrecer a los clientes una alimentación diversa, saludable y a buen precio. Exigencias de inmediatez de compra.

Adaptación a la evolución demográfica

El envejecimiento de la población y la presencia de diferentes modelos familiares supone la gestión y adaptación de surtidos y formatos.

1.3.2. Análisis de materialidad

Se han analizado y priorizado los temas más importantes para la empresa por el impacto que tienen en su actividad diaria así como en la sociedad y el medioambiente, resultando 22 asuntos ESG materiales que se desarrollan a continuación.



NEGOCIO

Calidad y seguridad del producto
Innovación
Transformación digital
Liderazgo
Desempeño económico
Modelo de gestión
Presencia en el mercado
Mejora continua
Buenas prácticas
Impactos económicos indirectos

RECURSOS HUMANOS

Compromiso del empleado
Formación y desarrollo del empleado
Salud y seguridad en el trabajo
Estabilidad en el empleo
Conciliación
Diversidad, no discriminación e igualdad de oportunidades
Hábitos de vida saludable
Asociación y negociación colectiva

SOCIEDAD

Compromiso con la comunidad local
Otros retos sociales (envejecimiento de la población, salud mental, etc.)
Acceso a clientes con bajo poder adquisitivo

GOBERNANZA

Ciberseguridad
Protección de datos personales
Cumplimiento y ética
Sistema de buen gobierno corporativo
Corrupción y soborno
Derechos humanos
Cultura corporativa: Valores compartidos
Gestión de riesgos
Diálogo con los grupos de interés
Transparencia fiscal

MEDIO AMBIENTE

Compromiso con el medio ambiente
Promedio de gestión energética
Gestión, reducción y reciclaje de residuos
Gestión de emisiones (huella de carbono)
Consumo de agua
Materiales/compras respetuosas con el medio ambiente
Prácticas medioambientales de proveedores
Productos y servicios eco-friendly
Impactos físicos del cambio climático
Biodiversidad

1.3.3. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Desde su publicación, por parte de las Naciones Unidas, en septiembre del año 2015, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han sido consolidados como un estándar global para evaluar el compromiso de las empresas en materia de sostenibilidad. Froiz contribuye con aquellos ODS que se vinculan directamente con su actividad:



Fin de la pobreza

- Donaciones a bancos de alimentos y otras entidades.
- Colaboración en campañas de captación de recursos a favor de entidades sociales reconocidas como "Banco de alimentos".



Hambre cero

- Compra directa a productores locales y regionales.
- Precios accesibles y ofertas directas a la unidad.
- Compra asistida en mostradores (facilita la compra de la cantidad deseada).
- Aumento del surtido en marcas de fabricante y marca Froiz
- Políticas para la reducción del desperdicio alimentario.



Salud y bienestar

- Reformulación de productos para mejorar su perfil nutricional.
- Análisis y control periódico de calidad y seguridad alimentaria de los productos.
- Auditorías internas a nuestros centros y plataformas y externas a proveedores.
- Establecimiento de protocolos de vigilancia de la salud y seguridad dirigidos a las personas trabajadoras.
- Venta de productos frescos y productos de kilómetro cero.
- Productos adaptados a las necesidades de las personas (sin gluten, sin lactosa). Ej. preparados cárnicos elaborados con pan rallado sin gluten en mostrador de carnicería.
- Venta de productos con certificados de sostenibilidad: ej. Rainforest, FSC, etc.
- Patrocinio de eventos deportivos.
- Equipo ciclista Super Froiz.



Educación de calidad

- Formaciones internas y externas.
- Desarrollo profesional.
- Promoción interna.



Igualdad de género

- Plan de Igualdad.
- Apoyo a la lactancia.
- Protocolo de prevención y actuación de acoso.



Trabajo decente y crecimiento económico

- Generación de empleo estable y de calidad.
- Fomento de la calidad de vida laboral a través de la implantación de horarios adaptados, una planificación adaptada y conciliada con la vida familiar.
- Empresa colaboradora de FP Dual reconocida por la Xunta de Galicia por su apoyo en la formación prácticas de estudiantes.
- Inclusión laboral.



Reducción de las desigualdades

- Colaboración con asociaciones (Cruz Roja, Cáritas, Ayuntamientos...) para la inserción laboral de colectivos vulnerables.
- Empleabilidad de personas con discapacidad.
- Reparto a domicilio (ayuda a las personas a llevar la compra a su casa).
- Tiendas de proximidad facilitando su acceso y cercanía.



Ciudades y comunidades sostenibles

- Reforma de puntos de venta para mejorar accesibilidad y sostenibilidad.
- Participación en campañas de reforestación y etiquetado responsable.
- Optimización logística con rutas más eficientes y respeto a horarios y niveles de ruido en zonas urbanas.
- Compra online (ayuda en caso de no poder trasladarse para realizar la compra).
- Gestión de residuos.



Producción y consumo responsables

- Participación en la iniciativa de AECOC "La alimentación no tiene desperdicio".
- Protocolo interno para reducir el desperdicio: gestión de pedidos y control de stocks, promoción 50%, donaciones...
- Renovación de la certificación ambiental "De Residuos a Recursos: Zero a vertedero".
- Reducción del consumo de madera mediante el sistema de pooling de palets.
- Abastecimiento responsable de productos con sello de bienestar animal certificado y origen nacional.
- Acciones que fomentan la reducción del uso de plástico.
- Huevos frescos marca Froiz procedentes de gallinas sueltas en el gallinero.
- Gestión y control de stock en las diferentes categorías y secciones.
- Actividad promocional principalmente aplicada directa a la unidad evitando la carga de producto.
- Racionalización en el uso de envases y embalajes.
- Unidades y formatos de venta no fomentando la carga y en la sección de frescos la posibilidad de comprar por unidad (pieza, filete, rodaja, etc.).



Acción por el clima

- Reducción de emisiones vinculadas a la actividad.
- Reforma de tiendas con iluminación y climatización más eficientes.
- Renovación de flota logística con motores menos contaminantes.
- Medición huella de carbono.
- Instalaciones de placas solares.
- Puntos de recarga para vehículos eléctricos en plataformas y parkings.



Vida submarina

- Venta de pescado y marisco fresco procedente de proveedores que garantizan la sostenibilidad del medio y las buenas prácticas en pesca extractiva y acuicultura.



Alianzas para lograr los objetivos

- Alianzas con organizaciones sectoriales y sociales (AECOC, ASEDAS, CEG, CLUSAGA, ASUCYL, ASUGA, CEP, AEMPE, AGEF...).
- Colaboración con entidades que fomentan la integración laboral de personas con discapacidad.
- Empresa familiar (mayor compromiso, estabilidad y visión a largo plazo, agilidad en toma de decisiones, cultura empresarial sólida basada en valores compartidos, etc.).

02

AMBIENTAL



02. AMBIENTAL

La gestión ambiental de Froiz está integrada en su estrategia corporativa, por lo que este compromiso incide directamente en toda la organización.

Alineado con su objetivo de ser una empresa segura, saludable y sostenible, Grupo Froiz implementa mejoras continuas relativas al consumo energético, la emisión de gases, la gestión de residuos y la gestión eficiente de los recursos disponibles, que facilitan la optimización de todas las fases de su actividad. Sus compromisos:

- Criterios ambientales en el proceso de toma de decisiones de negocio.
- Cumplir la normativa vigente y aplicable, y demás iniciativas voluntarias vinculadas con las actividades, productos y servicios de Froiz.
- Desarrollar planes de formación y concienciación de trabajadores en materia de cuestiones ambientales vinculadas con los puestos de trabajo.
- Fomentar el uso sostenible de recursos y la disminución de la generación de residuos en las actividades.
- Desarrollar acciones de comunicación y sensibilización en materia ambiental a toda la plantilla.
- Asegurar la calidad de los servicios prestados a clientes, considerar aspectos ambientales asociados.



Froiz realiza una supervisión continua de sus actividades y su posible impacto ambiental en estas 4 áreas de trabajo:

- **Cálculo huella de carbono.**
- **Reducción del desperdicio alimentario.**
- **Uso eficiente de envases y embalajes.**
- **Consumo de recursos naturales.**



Huella de carbono

- **Logística** eficiente.
- **Mejoras** de sostenibilidad en los centros de trabajo, establecimientos y centros logísticos.
- **Eficiencia** energética y uso de energía renovable.

Desperdicio alimentario

- **Stocks óptimos:** optimización de la gestión de pedidos y control de fechas de caducidad, que permita evitar excedentes en tienda.
- **Gestión integral** de productos de origen animal (SANDACH) de las secciones de pescadería y carnicería, desde su generación hasta su uso final.
- **Participación** en el Plan Nacional contra el Desperdicio Alimentario de AECOC (Asociación de Fabricantes y Distribuidores).
- **Promociones del 50%** en productos aptos para el consumo y la venta, con fecha de caducidad próxima.
- **Donación a entidades** sociales de alimentos aptos para su consumo, pero no para la venta.

Envases y embalajes

- **Gestión circular** de residuos: economía circular y reciclaje de residuos (papel y cartón, plástico, poliestireno expandido y madera) mediante gestores autorizados.
- **Promover** la utilización de envases y embalajes sostenibles.

Uso de recursos naturales

- **Compras de productos** frescos de proximidad garantizando las buenas prácticas productivas y extractivas, más respetuosas con el entorno rural, que reducen la huella de carbono y optimizan el uso de recursos naturales.
- **El pescado y marisco** fresco procede de proveedores que garantizan la sostenibilidad del entorno y las buenas prácticas en pesca extractiva y acuicultura, mediante el sello “Pescaderías” y “Crianza Mares y Ríos de España”.
- **Fomento** de una alimentación saludable y sostenible. Froiz ha apoyado -desde su fundación- a la “Asociación 5 al día” con el objetivo de comunicar a sus clientes los beneficios que conlleva para la salud el consumo de 5 raciones diarias de frutas y hortalizas frescas.
- **Revisión y mejora** de los ingredientes y recetas de los productos de marca Froiz, para transformarlos en más saludables (incrementando el porcentaje de materia cárnica, y reduciendo los azúcares, sal, grasas saturadas, aditivos y alérgenos).



2.1. Gestión responsable de recursos: consumos y emisiones

Froiz cuenta con un **Plan de descarbonización** en donde se establecen acciones para reducir paulatinamente las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a su actividad, definiendo objetivos y plazos de ejecución en base a aquellos aspectos sobre los que la organización tiene capacidad de actuación.

Una de las principales fuentes directas de emisiones de gases de efecto invernadero son los camiones y furgonetas que el Grupo utiliza para el transporte de mercancía entre las tiendas y sus clientes, por lo que los departamentos de logística y desarrollo de tiendas de Froiz se ocupan de impulsar la evolución a una logística eficiente y respetuosa con el medio ambiente.

Se llevan a cabo las siguientes medidas relacionadas con la mitigación del cambio climático:



Logística más eficiente

- **Optimización** de la logística inversa para aprovechar el retorno de los camiones. En los trayectos de retorno se recoge distinta mercancía en las instalaciones de otras marcas fabricantes. Se retornan los residuos generados en los distintos puntos de venta Froiz (como plástico, papel y cartón) para su posterior reciclado.
- **En varios centros** Froiz se cuenta con furgonetas de reparto eléctricas para el envío de pedidos y sus correspondientes puntos de recarga.
- **Renovación continua** de la flota de camiones y furgonetas, adquiriendo nuevos modelos más eficientes y con menor consumo de combustible.
- **Rutas y horarios** de reparto optimizados, adaptados a la demanda de cada tienda, lo que permite una distribución más eficiente y menor impacto ambiental.
- **Se fomenta la descarga** nocturna en plataformas y tiendas, una medida que reduce el tráfico en horas punta, disminuye el ruido y mejora la eficiencia operativa.

Optimización de los centros

- **En 2024, el 33,83 % de la inversión** en nuevos centros y reformas se destinó a medidas de eficiencia energética, incluyendo iluminación LED, sensores de presencia, centrales de frío de alto rendimiento, mobiliario frigorífico con puertas, sistemas de climatización con recuperación de calor, cortinas de aire, puertas automáticas, mejoras en aislamiento térmico y la instalación de cubiertas y paneles solares.
- **Mejora de la eficiencia** energética mediante sistemas de control que optimizan el funcionamiento de las diferentes instalaciones.
- **Frío Industrial:** condensación y evaporación flotante, control de desescarches, ajustes horarios de temperaturas de consigna. Muebles tipo positivo-negativo.
- **La climatización** de los centros se realiza con sistema “inverter”, y la ventilación con el “free-cooling”, ventilación natural mecánica, que aprovecha el aire del exterior para ayudar a conseguir la temperatura deseada en el interior del local.
- **Se utilizan puertas automáticas** que separan las salas de venta climatizadas de las no climatizadas. En las entradas se colocan “cortinas de aire” que hacen de barrera para optimizar la climatización del local.
- **Instalación de puertas** en los muebles de frío positivo y negativo de las tiendas, lo que permite mantener de forma óptima la cadena de frío, manteniendo la accesibilidad de los productos.
- **Sustitución** en las instalaciones frigoríficas de refrigerantes de alto potencial de calentamiento atmosférico (PCA) por refrigerantes de bajo PCA.
- **Renovación del equipamiento** con alta eficiencia energética, incluido maquinaria y mobiliario frigorífico y luminarias de convencional a LED que emite menos calor y es de bajo consumo.
- **Los rótulos exteriores** con iluminación led incorporan células fotoeléctricas que ajustan las horas de encendido.
- **Instalación de sensores** de presencia en todos los espacios de uso personal de los empleados para ajustar el consumo eléctrico exclusivamente a la presencia.

Energía renovable

- Se han instalado más de 6.420 metros cuadrados de **paneles solares fotovoltaicos** de última generación ubicados en las plataformas logísticas de Froiz Mar, Congelados, Frutas y Verduras y también en la cubierta de dos establecimientos, permitiendo el autoconsumo de 554 Mw.
- Además, en la nave de congelados se utiliza un **gas refrigerante natural** (Nh3 amoniaco) sin efecto invernadero, doble salto de compresor y condensación por aire.
- En 2024, se han instalado en un total de **11 puntos de recarga** para coches eléctricos en centros Froiz.



Dentro de las **emisiones directas alcance 1**, se incluyen las asociadas a:

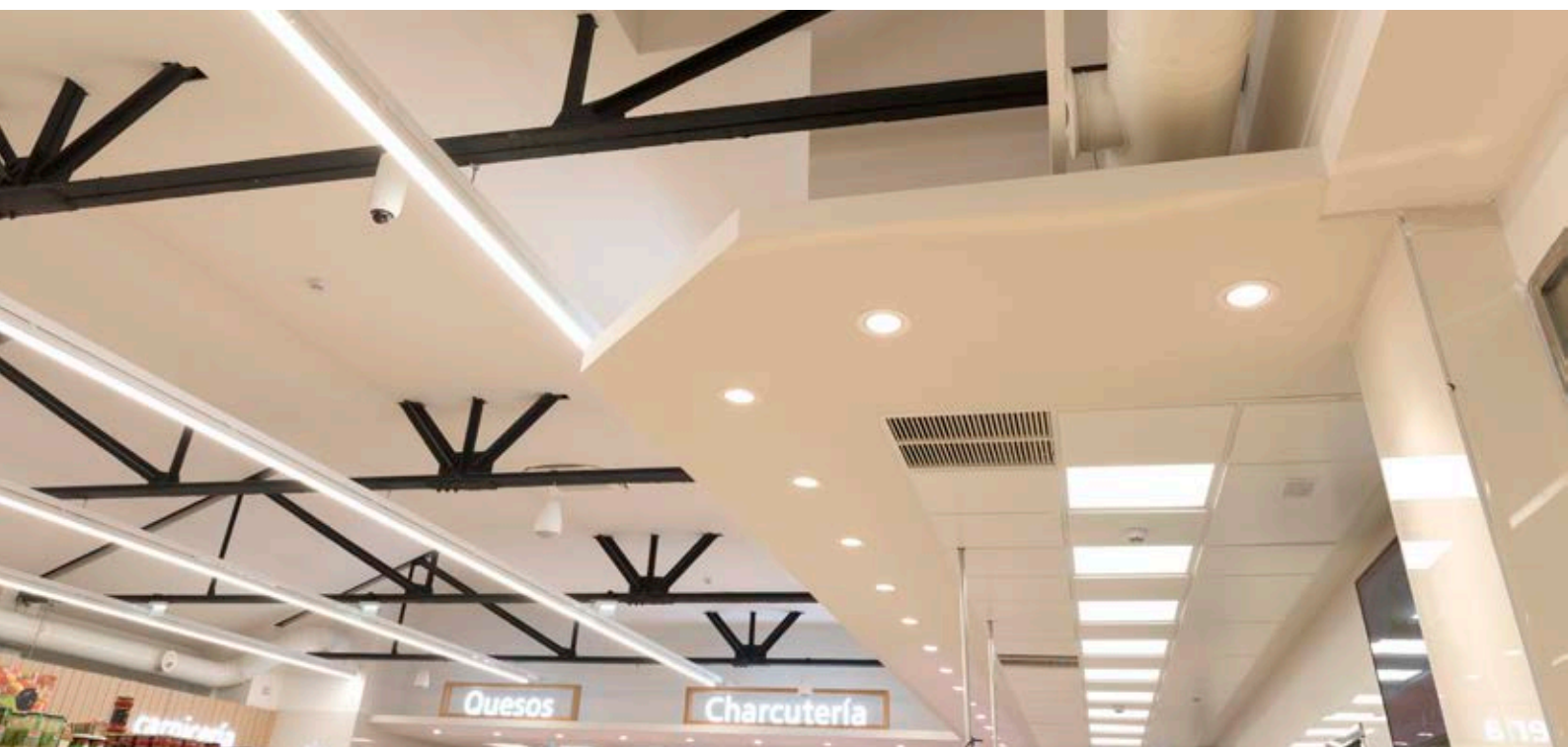
- **Instalaciones fijas:** emisiones derivadas del consumo de combustible de los grupos electrógenos de emergencias.
- **Fuentes móviles:** emisiones derivadas del consumo de combustible para la movilización de automóviles propiedad de la empresa como furgonetas, camiones o coches.
- **Emisiones fugitivas** de gases refrigerantes de equipos de climatización y refrigeración.

En las **emisiones de alcance 2** se incluyen las emisiones derivadas del consumo de electricidad en las instalaciones del Grupo, que representan el 56% del total de emisiones directas.

Emisiones GEI (tCO ₂ eq)	2023 ⁴	2024
Emisiones GEI de Alcance 1 ³	18.211,31	18.712,15
Emisiones GEI de Alcance 2 ⁴	22.086,57	24.151,27
Emisiones GEI totales	40.297,88	42.863,42

Froiz está trabajando en la obtención del cálculo completo de su huella de carbono, incluyendo todas las **emisiones indirectas de alcance 3**. Este análisis permitirá definir una hoja de ruta para la descarbonización, con metas y acciones alineadas con los objetivos del Acuerdo de París.

Con la finalidad de minimizar y evitar el impacto vinculado con la contaminación acústica, se han adaptado los horarios de carga y descarga de mercancías, realizándose en horas que afecten lo menos posible a las comunidades aledañas. Adicionalmente, se contribuye con la insonorización de las salas de máquinas y se promueve el uso de equipamiento silencioso.



³ El factor de emisión utilizado para el cálculo de las emisiones de GEI de Alcance 1 es de 2,516 kg CO₂/l para turismos, 2,505 kg CO₂/l para furgones y furgonetas y 2,520 kg CO₂/l para camiones (2,516 kg CO₂/l para turismos, 2,505 kg CO₂/l para furgones y furgonetas y 2,520 kg CO₂/l para camiones en 2023) (Fuente: MITECO).

⁴ El factor de emisión utilizado para el cálculo de las emisiones de GEI de Alcance 2 es de 0,259 kg CO₂/kWh (0,259 kg CO₂/kWh en 2023) (0,273 kg CO₂/kWh en 2022). (Fuente: MITECO).

2.2. Economía circular

Froiz desarrolla medidas orientadas a la reducción y aprovechamiento de los residuos que se generan, apostando por un desarrollo sostenible del negocio. Estas medidas se establecen basadas en los siguientes principios:

- Cumplir la regulación en materia de residuos.
- Minimizar la generación de residuos en los establecimientos y plataformas, asegurando una gestión responsable y segura, y dando prioridad, siempre que sea posible, a reutilizar y reciclar materiales.
- Mantener la sensibilización y concienciación de los trabajadores de Froiz sobre la importancia del reciclado y la reutilización.

Logística más eficiente

- Sistema Pooling de palets: En 2024, Froiz reutilizó cerca del 80 % de sus palets de madera, con una rotación media de 5,6 usos anuales, gracias al sistema de "pool" gestionado por CHEP, LPR, IPP y PLS. Esta práctica permitió:
 - Un ahorro en madera de 215.764 dm³, lo que equivale a 208 árboles salvados al año.
 - La reducción de residuos en 20.919 kilos.
- Se ha contribuido a la mitigación del impacto ambiental con un ahorro de 638 toneladas de CO₂ en 2024, una cifra equivalente a dar 14 vueltas al mundo en camión.

Envases y bolsas sostenibles

- Bolsas: En todas las secciones de frescos están disponibles bolsas 100% biodegradables y compostables, fabricadas a base de fécula de patata. En las fruterías el cliente puede traer su propia bolsa, utilizar la de malla reutilizable, o utilizar la de papel FSC para frutos secos. En las pescaderías se utilizan sobres de papel.
- Se ha reducido en más de un 90% el embandejado de frutas y verduras frescas. Adicionalmente, se ha eliminado el plástico en los envases de frutas y verduras ecológicas, sustituyéndolos por otros de menor impacto ambiental (como cartón y malla de algodón).
- En la sección de panadería todas las bandejas son de cartón certificado.



- Se han sustituido en las secciones de fresco (carnicería, pescadería y charcutería) las bandejas de plástico virgen por bandejas que contienen 92% de plástico reciclado (R-PET).
- En la línea de cajas se dispone de bolsas de la compra fabricadas con un 80% de material reciclado, bolsas de papel con certificado y bolsas de algodón canvas 100%, lavable y reutilizable.
- Se están llevando a cabo acciones de ecodiseño de envases de productos Froiz: mejora de la reciclabilidad de ciertos envases, reducción del plástico presente en los envases primarios y/o incorporación de materiales reciclados.
- Se trabaja en la inclusión de pictogramas de reciclado e indicaciones de contenedor según el sistema Ecoembes.

Certificación FSC y PEFC

- Los folletos Froiz cuentan con los dos sellos medioambientales FSC y PEFC. Con estos se garantiza que el papel con el que se imprimen las ofertas comerciales proviene de bosques gestionados de manera sostenible, fomentando la sostenibilidad de los recursos forestales.
- El papel que se utiliza en el ticket de caja cuenta con la certificación FSC.
- Todas las compras online y también las compras realizadas por los trabajadores de Froiz cuentan con ticket digital, permitiendo reducir el uso del papel.

Sello medioambiental

- Las plataformas centrales de Froiz en Lourido, Poio (Pontevedra) han renovado por segundo año consecutivo la certificación ambiental “De Residuos a Recursos: Zero a vertedero” otorgado por la empresa Saica Natur y avalado por la certificadora multinacional alemana TÜV SÜD. Con esta certificación se acredita que casi el 98% (97,98%) de los residuos que son gestionados en las plataformas centrales de Lourido son valorizados.



- Las plataformas logísticas de Froiz cuentan con un área denominada “Punto limpio” que se encuentra equipada con contenedores diferenciados, para llevar a cabo la segregación por tipo de residuo.

Circularidad

- **Papel, cartón, madera, plásticos:**
 - Froiz da una segunda vida a los residuos de papel y cartón generados. Durante el año 2024, los residuos de papel y cartón gestionados por el gestor Saica Natur han

sido transformados en el equivalente de 15 millones de cajas de cartón 100% reciclado y reciclable que podrán volver a reintroducirse.

- Por otra parte, el polietileno de baja densidad recuperado ha sido transformado en 1,06 millones de m2 de film reciclado para el desarrollo de nuevas aplicaciones (como el plástico film retráctil para la paletización de productos, el film para plástico burbuja o el film estirable).
- Las tiendas agrupan y devuelven al almacén central el papel, cartón, plásticos y madera procedente del embalaje de las mercancías.
- En las oficinas de Froiz se cuenta con un servicio de destrucción de documentos y segregación de papel y plástico.
- **Compostaje:** En aquellos ayuntamientos donde se han implantado programas de compostaje de materia orgánica, Froiz participa depositando los residuos orgánicos vegetales generados en las secciones de panadería y frutería. Parte de los residuos orgánicos de las secciones de frutería son recogidos por un gestor autorizado en la Plataforma de Frutas y Verduras para la fabricación de compost.

- **Reformas:** Los residuos procedentes de sustituciones parciales de mobiliario, remodelaciones de tiendas, reformas (como hierro, aceros, etc.) son recogidos por un gestor externo que se ocupa de llevarlos de forma diferenciada a su destino final de reciclaje o vertedero.

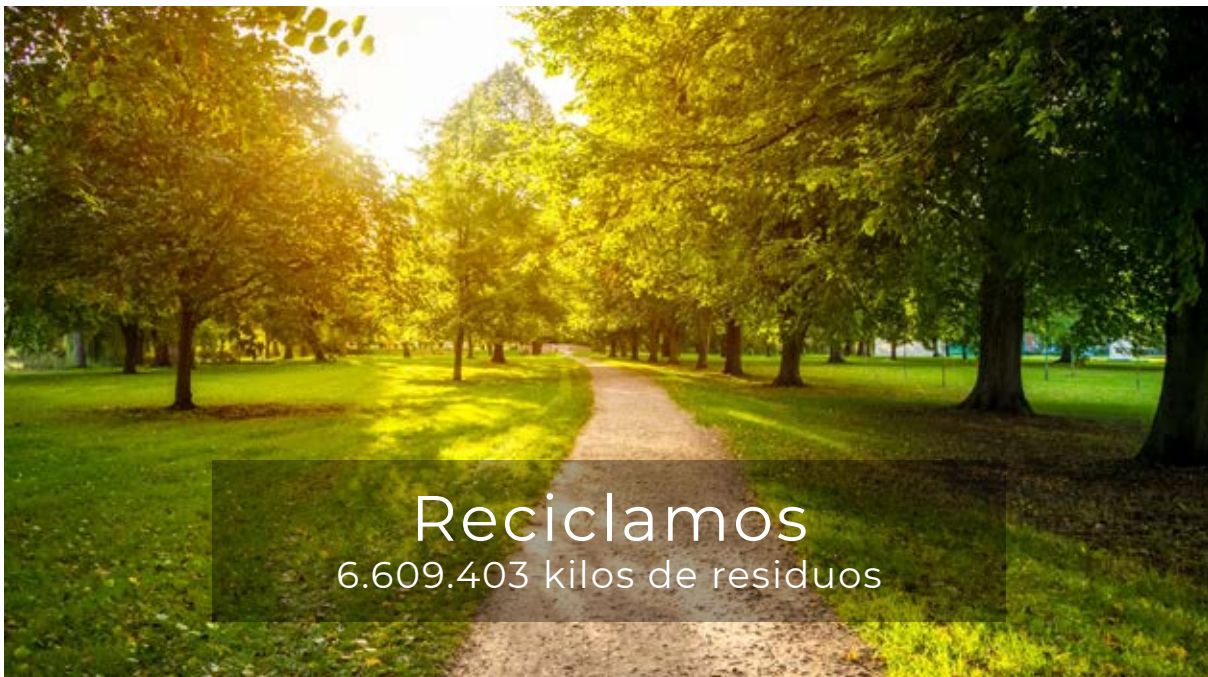
Residuos de origen animal (SANDACH)

- El total de subproductos de origen animal no destinados a consumo humano (SANDACH) generados en las secciones de carnicería, charcutería y pescadería en los centros Froiz fue en 2024 de 1.968 toneladas. Estos subproductos son gestionados desde el momento en que se generan en las secciones de fresco hasta su valorización, donde son transformados en piensos para alimentación animal o en grasas para la elaboración de biocombustibles. Este proceso está regulado para garantizar que no se generen riesgos para la salud humana, la sanidad animal o el medio ambiente y especialmente para asegurar la seguridad de la cadena alimentaria humana y animal.

El Grupo Froiz se encuentra adherido al Sistema Integrado de Gestión (SIG) de Ecoembes y contrata las empresas más reconocidas del mercado para el tratamiento de los residuos (plástico, cartón, poliestireno expandido). Los residuos generados en tiendas y almacenes se gestionan de forma diferenciada y, en la medida de lo posible, dando un nuevo uso, promoviendo de esta manera los preceptos de la economía circular. Del total de los residuos generados durante el ejercicio, 6.216 kg han sido desechados, con la correspondiente segregación.

Durante el año 2024, se han reciclado 6.609.403 kilos de residuos que han tenido un retorno o reaprovechamiento en la producción de otros materiales, un 5,1% más que el ejercicio anterior. La reutilización de estos residuos, provenientes de los establecimientos y plataformas de Froiz, fomenta la economía circular y la reducción de estos residuos.

Residuos reciclados ⁶ (en kg)	2023	2024
Plástico	613.950	530.354
Papel y cartón	5.352.529	5.571.560
Madera	321.905	339.845
Cajas porexpan	-	64.823
Otros	-	102.821
Total	6.288.384	6.609.403



⁶ Se ha mejorado el criterio de clasificación de los residuos reciclados, con respecto a los ejercicios anteriores.

2.3. Desperdicio alimentario

Froiz forma parte activa del programa de **AECOC contra el Desperdicio Alimentario. “La Alimentación no tiene desperdicio”**, una iniciativa de colaboración para reducir el desperdicio de alimentos, con 3 objetivos:

01

Establecer prácticas de prevención y eficiencia a lo largo de toda la cadena alimentaria, que maximice el aprovechamiento de recursos.

02

Redistribución, reutilización y reciclado del excedente producido a lo largo de las diferentes fases de la cadena de valor.

03

Sensibilizar y concienciar a la sociedad de este problema y de la necesidad de reducir el desperdicio alimentario.



De acuerdo con ASEDAS (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados) sobre indicadores de sostenibilidad, el sector de la distribución alimentaria es el eslabón que menos desperdicia, ya que casi el 100% de los alimentos es vendido, donado o revalorizado. En el caso de los supermercados, el desperdicio alimentario representó en 2024 tan solo el 0,45 % del total de alimentos, mejorando la cifra del año anterior (0,6 %) y reafirmando el compromiso del sector con una gestión eficiente y responsable de los recursos.

Una gestión responsable y sostenible de los productos frescos y no perecederos es necesaria para garantizar calidad y seguridad alimentaria en todos los procesos, velando por la eficiencia de la logística, el control de stocks, el ajuste de los pedidos a la demanda y el aprovisionamiento. A tal fin, en Froiz, la lucha contra el desperdicio alimentario se basa en la anticipación y la optimización, siendo una parte esencial de la gestión.

Control de caducidades y vida útil de los productos

- La reposición de la mercancía se realiza en base al criterio de rotación FIFO (First In, First Out), de tal forma que, al momento de reponer, se deben colocar al principio los productos con fecha de caducidad más próxima, para garantizar que serán los primeros en venderse/consumirse.
- Froiz dispone de un **sistema informático de control de caducidades** que permite monitorizar la vida útil de los productos, generando alertas para aplicar medidas preventivas conforme al **Protocolo contra el desperdicio alimentario**. Según el tipo de producto, y en función de su fecha de caducidad, se activa su **promoción con una antelación determinada**, evitando que lleguen a convertirse en residuos.
- Aquellos artículos próximos a caducar, pero aún aptos para el consumo, se ofrecen con un **50 % de descuento**, facilitando al cliente el acceso a productos de calidad a menor precio.
- Por su parte, los productos retirados de la venta por motivos comerciales (como deterioro del envase o aspecto estético) pero seguros para el consumo, son **donados a entidades sociales** colaboradoras.

Optimización de la gestión de pedidos

- Para evitar excedentes en tienda, desde la central se estiman previsiones de demanda de cada artículo y en cada tienda, teniendo en cuenta la estacionalidad de la venta del producto. De esta forma, se adaptan los pedidos a las necesidades reales de cada centro de acuerdo con las necesidades de sus clientes, para evitar excesos de stock en tienda y la caducidad de los mismos.

Optimización de compra del cliente

- Las promociones se basan en el descuento directo para que el cliente compre sólo lo que necesite.
- En la gran mayoría de los establecimientos se le da la opción al cliente de la compra de productos frescos a granel, por tanto, puede adaptar la lista de la compra a sus necesidades reales.
- La cercanía de los centros Froiz permite a los clientes evitar la acumulación de alimentos en el hogar (donde se produce el mayor desperdicio alimentario).
- Apuesta por productos de kilómetro cero y venta tradicional.

Conservación óptima de productos

- Para asegurar la cadena de frío y mantener los productos en condiciones de conservación óptimas, se cuenta con medidas para el mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de los sistemas de frío positivo y negativo (cámaras y expositores, vitrinas, - lineales, arcones, etc.).



03

SOCIAL



FROIZ
www.froiz.com

FROIZ
www.froiz.com

FROIZ
www.froiz.com

FROIZ
www.froiz.com

03. SOCIAL

La empresa se compromete a cumplir con la normativa vigente y aplicable en materia social, así como a adoptar las acciones necesarias para mantener y mejorar las relaciones con sus grupos de interés. El Grupo ha establecido los siguientes compromisos:

- Considerar criterios sociales en el proceso de toma de decisiones de negocio.
- Cumplir la normativa vigente y aplicable, y demás iniciativas voluntarias vinculadas con las actividades, productos y servicios de Froiz.
- Promover el desarrollo socioeconómico del entorno donde Froiz opera.
- Desarrollar planes de formación y concienciación de las personas trabajadoras en materia social, como atención al cliente, salud y seguridad, prevención de acoso, etc.
- Asegurar la calidad de los servicios prestados a clientes.

Condiciones laborales de la plantilla y de las personas trabajadoras de la cadena de valor:

- Jornada adaptada que garantiza un modelo organizativo eficiente y alineado con las necesidades del negocio y del personal.
- Programas y tecnologías que optimizan las jornadas laborales.
- Plan de formación anual con foco en el desarrollo de las personas trabajadoras.
- Servicio de Prevención Propio que promueve el entorno de trabajo seguro y sin riesgos.
- Evaluación de criterios sociales al momento de elegir proveedores.

Igualdad de oportunidades:

- El Plan de Igualdad (2025-2028) con el que se reafirma el compromiso con la igualdad entre los géneros, la conciliación de la vida laboral y personal, y la promoción de un entorno equitativo, inclusivo y libre de discriminación.
- Generación de empleo de calidad para los jóvenes profesionales del sector de la alimentación.
- Generación de empleo para personas con discapacidad.

Desarrollo socioeconómico local:

- Se prioriza la compra de productos frescos de temporada y producidos a nivel regional, contribuyendo al crecimiento económico de nuestro entorno. Del total de las compras que Froiz realiza anualmente, cerca del 40% procede de más de 650 proveedores locales.
- Aportaciones y colaboraciones con foco en el desarrollo social, económico y cultural de las comunidades locales.

Satisfacción del cliente:

- Optimización de la experiencia de compra, mediante la digitalización de procesos que facilitan el acceso a la compra en cualquier momento y lugar
- Canales de comunicación eficientes con los clientes y consumidores finales.
- Productos diseñados en base a las necesidades y expectativas de los clientes.

Calidad y seguridad de los productos:

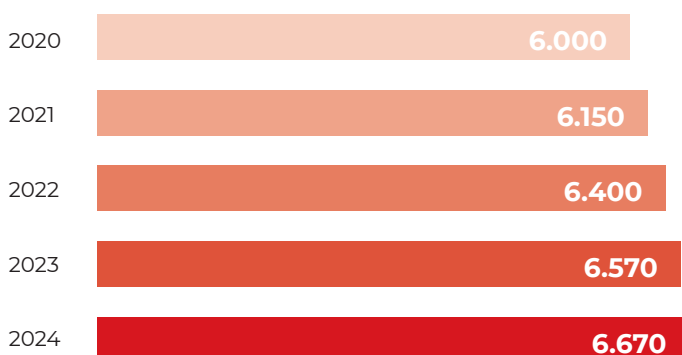
- Sistema informatizado que facilita el seguimiento y control de las mercancías en cada fase del proceso.
- Formación del equipo humano para garantizar los conocimientos necesarios en higiene, conservación, atención al cliente y tratamiento de productos frescos.
- Realización periódica de auditorías y análisis de calidad y seguridad alimentaria en las instalaciones -propias y de proveedores- y en los productos de marca propia.
- Productos con reconocimientos y certificaciones de Bienestar Animal y buenas condiciones de calidad desde el origen.
- Productos ecológicos, funcionales y específicos para personas con intolerancias o necesidades dietéticas especiales.
- Mejora los ingredientes de los productos de marca Froiz.



3.1. Profesionales Froiz

El principal activo de Froiz es su capital humano: un equipo de profesionales comprometidos en ofrecer cada día un servicio de calidad y una atención cercana al cliente. Este compromiso con los clientes sólo es posible gracias a la implicación, vocación de servicio y esfuerzo diario de las personas que forman parte del Grupo. La plantilla media de Froiz en 2024 ha sido de 6.670 personas.

Gráfico evolución empleo:



Datos principales:

- **82% de la plantilla contó con contrato indefinido**, lo que garantiza estabilidad, confianza y retención del talento.
- Crecimiento del **3,5% de la plantilla respecto a 2023**
- **69% mujeres**
- **II Plan de Igualdad** firmado en 2024 con medidas concretas orientadas a la conciliación, la prevención del acoso y la eliminación de cualquier tipo de discriminación.
- **Más de 550 personas** se acogieron a medidas de conciliación como reducciones de jornada o adaptaciones horarias, garantizando así un entorno laboral más humano y flexible.
- **28.000 horas de formación** (equivalentes a una media de 4,2 horas por trabajador).
- Además, **5.235 trabajadores participaron en acciones formativas**, de los cuales el 70% correspondió al área de punto de venta y plataformas, pieza clave para mantener la excelencia en la atención al cliente.
- Colaboración con la **Formación Profesional Dual**, en la que participaron 22 alumnos con más de 19.900 horas de formación práctica, y en las 28.625 horas de prácticas no laborales realizadas en colaboración con administraciones y entidades sociales. Gracias a estas iniciativas, el 34% de los participantes accedió posteriormente a un contrato de trabajo en Froiz.
- **Servicio de Prevención** especializado en ergonomía, higiene industrial y psicología de Froiz ha realizado 233 evaluaciones de riesgos en centros de trabajo y 1.547 horas de formación preventiva. Se redujeron los accidentes laborales respecto al año anterior, alcanzando un descenso del 8,3% en accidentes con baja.

3.1.2. Conciliación

Dentro del marco del Plan de Igualdad, se han impulsado diversas medidas orientadas a facilitar la ordenación del tiempo de trabajo y fomentar la conciliación entre la vida personal y laboral. Se busca garantizar el acceso en condiciones de igualdad a todos los derechos y medidas disponibles, asegurando que su ejercicio no implique ningún perjuicio en la trayectoria profesional ni en las condiciones laborales de las personas trabajadoras.

Parámetros de conciliación laboral 2024 (en número de personas)	Mujer	Hombre	Total
Reducciones jornada guarda legal			
Guarda legal por cuidado de menor a cargo	488	18	506
Guarda legal por cuidado de familiar a cargo	40	3	43
Guarda legal cuidado hijos/as enfermedad grave	4	-	4
Total	532	21	553
Adaptaciones de jornada artículo 34.8 ET			
Adaptaciones de jornada motivos familiares	2	1	3
Adaptación de jornada por cuidado de hijos/as	28	20	48
Total	30	21	51

3.1.3. Selección y acogida de personal

Grupo Froiz gestiona sus procesos de selección principalmente a través de su portal de empleo propio, integrado en la plataforma "Epreselec by InfoJobs", lo que permite una amplia difusión de ofertas de empleo y el acceso a diversos perfiles de candidatos. Durante el año 2024, se registraron en el portal de empleo un total de 20.443 personas, un 8% más que durante el ejercicio anterior.

En 2024, el 95% de las contrataciones se realizaron a partir de candidaturas del portal de empleo Froiz, mientras que el 5% restante se gestionó mediante publicaciones en otros medios.

Durante el año 2024, se publicaron 177 ofertas a través de Epreselec (frente a 141 en 2023), que recibieron 25.346 inscripciones.

Inscripciones en procesos de selección	2023	2024
Hombres	11.548	11.587
Mujeres	11.687	13.521
Sin especificar	238	238
Total	23.380	25.346

Una vez seleccionada la persona indicada, se inicia el proceso de acogida al nuevo puesto de trabajo, basado en el Manual de Acogida de Froiz. Este documento se entrega a la nueva persona trabajadora, con el fin de integrar los conocimientos básicos de Froiz y su cultura de trabajo: valores corporativos, modelo de negocio, organigrama, herramientas de organización del trabajo y demás normativa interna que regula la conducta laboral.

3.1.4.

Diversidad e igualdad de oportunidades

Grupo Froiz manifiesta una oposición firme y rotunda a cualquier forma de discriminación. Todas las personas trabajadoras disfrutan de las mismas oportunidades, con independencia de su género, edad, religión, ideología, identidad sexual, origen o cualquier otra circunstancia personal o social.

Este principio se aplica en todas las áreas de gestión: selección, promoción, formación, retribución, condiciones de trabajo, salud laboral, conciliación y ordenación del tiempo, prestando especial

atención a la eliminación de cualquier forma de discriminación directa o indirecta.

En esta línea, la empresa dispone de un Protocolo de prevención y actuación ante el acoso —laboral, sexual, por razón de sexo o cualquier otra conducta inapropiada— que establece las pautas de prevención y respuesta ante este tipo de situaciones. Froiz se compromete a garantizar un entorno laboral seguro, respetuoso y digno.



3.1.5.

Plan de igualdad

En el año 2024, Froiz aprobó su “II Plan de Igualdad (2025–2028)”, reafirmando su compromiso con la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, la conciliación de la vida personal y laboral, y la promoción de un entorno de trabajo equitativo, inclusivo y libre de discriminación. Este nuevo plan es el resultado de un proceso de diagnóstico y negociación conjunta con la representación legal de las personas trabajadoras, y supone un paso adelante en la integración de la igualdad de trato y oportunidades en la cultura y la gestión del Grupo.

Desde la firma del primer Plan de Igualdad en 2011, Froiz ha asumido el compromiso con la igualdad entre los géneros, desarrollando políticas para integrar la igualdad de trato y de oportunidades en su sistema general de gestión. El desarrollo

profesional, la estabilidad laboral, la mejora continua, la conciliación y la igualdad han sido desde entonces pilares fundamentales en la evolución de la empresa y del crecimiento profesional de su plantilla.

El nuevo Plan se articula en 11 áreas de actuación y contempla un total de 78 medidas concretas, orientadas a garantizar la igualdad en todas las fases de la relación laboral, con un enfoque especial en la conciliación, la prevención del acoso y la violencia de género. Las acciones recogidas en el plan son resultado de un análisis previo de la situación de Froiz y de un proceso de diálogo en el seno de la Comisión negociadora, que ha permitido diseñar propuestas ajustadas a las necesidades reales de la organización.

3.1.6. Formación Dual

La Xunta de Galicia ha reconocido a Grupo Froiz como empresa colaboradora de la Formación Profesional Dual, reafirmando su compromiso con la formación y el empleo de calidad para los jóvenes profesionales del sector de la alimentación, mediante la colaboración con los ciclos formativos de Comercialización de Productos Alimentarios.

Froiz mantiene una estrecha cooperación con administraciones locales y entidades sociales para favorecer la empleabilidad de colectivos con mayores dificultades de acceso al mercado laboral. A lo largo de 2024, se han desarrollado prácticas no laborales en colaboración con ayuntamientos y entidades sociales como Cruz Roja, Cáritas...

En total, se han gestionado 28.625 horas de prácticas no laborales, con una media de 240 horas por participante. Estas acciones han tenido un impacto especialmente positivo en términos de inserción: el 34 % de las personas participantes han accedido a un contrato de trabajo.

Prácticas laborales	2024	
	Personas formadas	Horas de formación
Formación Profesional Dual	22	19.970
Resto	97	8.655
Total	119	28.625

3.1.7. Plan formación anual

En el año 2024 se ha invertido en la formación de la plantilla de España y Portugal un total de 28.034 horas, lo que representa 4,2 horas por trabajador. El objetivo es fomentar el desarrollo de negocio con un equipo motivado y comprometido con la cultura empresarial Froiz y con una clara vocación hacia la calidad, el servicio y la atención al cliente.

Froiz dispone de un Servicio de Prevención Propio (SPP), orientado a la promoción de un entorno de trabajo seguro, libre de riesgos y alineado con los estándares de salud laboral.



3.2. Proveedores

El Grupo Froiz mantiene un firme compromiso con el impulso de la economía local, priorizando la compra de productos frescos de proximidad. Cerca del 40% del total de compras anuales procede de más de 650 proveedores locales. Para la mayoría de los productos frescos de temporada, se seleccionan proveedores de las zonas geográficas en las que Froiz está presente, lo que contribuye no solo al desarrollo socioeconómico del entorno, sino también a reducir la emisión de GEI y optimizar el uso de energía y agua.

- **El 100 % de la carne de vacuno** comercializada en Froiz es de Indicación Geográfica Protegida (IGP) Ternera Gallega, certificada además con el sello de "Bienestar Animal". Esta colaboración se mantiene desde hace más de 30 años, reflejando un compromiso firme con la calidad, la trazabilidad, la producción sostenible y el respeto por el entorno rural gallego. La carne procede de explotaciones controladas, situadas exclusivamente en Galicia, donde se garantiza el origen, la alimentación natural del ganado y unas condiciones de vida que respetan tanto al animal como al medio ambiente.
- **El 100% de la carne fresca de pollo, conejo, cerdo y pavo**, comercializada en carnicerías con venta asistida, cuenta con la Certificación Welfare® de Bienestar Animal, y procede de granjas españolas sometidas a controles rigurosos.
- **En el caso del pescado y marisco** fresco, la empresa se abastece diariamente de las principales lonjas gallegas, apoyando la pesca de proximidad con la compra a cofradías de pescadores locales o el uso de certificaciones de origen. Froiz garantiza el cumplimiento legal en cuanto a tallas mínimas, paros biológicos y vedas, que contribuyen a la pesca sostenible. Algunas tiendas cuentan con servicio de cocedero de marisco en el momento.
- **En las secciones de charcutería** cuenta con un surtido amplio en embutidos, quesos y sus derivados, destacando la venta de productos con denominación de origen protegida local y otras denominaciones internacionales. Froiz ofrece la preparación de tablas de embutidos y quesos adaptadas a las necesidades del cliente.
- **La sección de panadería** cuenta con pan, empanadas y bollería fresca que se hornea diariamente en obradores propios. También se venden productos de panaderías locales como barras de pan, de hogaza, roscas de pan y bollos elaborados artesanalmente.

Froiz apoya activamente campañas de promoción del producto local mediante la identificación en tienda de los sellos: "PescadeRías", "Crianza Mares y Ríos de España", "Tierra de Sabor", "5 al día: frutas y hortalizas frescas", Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), entre otros, acercando al consumidor productos de alta calidad vinculados a su origen.



3.3. Consumidores

El cliente está en el centro de todas las decisiones, intentando dar respuesta a sus demandas y necesidades.

Froiz prioriza la satisfacción y la seguridad de sus clientes mediante un sistema de gestión interno que garantiza la calidad, la atención eficaz de reclamaciones y una comunicación comercial clara y responsable.

Cuenta con protocolos específicos que aseguran que todas las reclamaciones son gestionadas de forma adecuada, en tiempo y forma, lo cual demuestra el compromiso con una atención al cliente eficiente y respetuosa.

En materia de calidad, se controlan los procesos de suministro y seguridad mediante el establecimiento de puntos críticos, objetivos de mejora continua, medición de resultados y valoración de clientes, tanto interna como externamente.

Según el informe OCU⁷ de 2024, Froiz se encuentra entre las principales cadenas de supermercados mejor valoradas por los consumidores en España, destacando especialmente en:

- **Facilidad para encontrar productos**
- **Amplio surtido en marcas líderes**
- **Calidad y frescura en productos, especialmente en carnicería**
- **Agilidad en cajas y amplitud horaria**
- **Precios competitivos y reposición de artículos**

El compromiso de Froiz con el mantenimiento de una relación calidad-precio óptima se ve reflejado en que la empresa ha sido valorada como una de las cadenas más económicas para realizar una compra completa en varias ciudades españolas, según el estudio de precios OCU (octubre 2024).

En esta línea, cabe mencionar que, la tienda online de Froiz en Portugal ha sido situada, por la Unión de Consumidores Deco Proteste, en el 2º lugar en el ranking nacional de los supermercados más baratos en el año 2024⁸. Por su parte, la tienda online de España se sitúa en los primeros puestos por su competitividad en precios y comparte ranking con otros destacados retailers del país.



⁷ Cesta OCU: Compuesta por el conjunto de alimentos frescos, los de marcas líderes y los de marca blanca, dando a cada producto un peso acorde al gasto que estima el INE para cada categoría. Es la que mejor representa el consumo de los españoles

⁸ El estudio ha comparado precios de una cesta de la compra de más de 200 productos de alimentación, bodega y droguería, analizando los precios de venta al público en 9 empresas diferentes del sector.

3.3.1. Experiencia del cliente

En Froiz, la satisfacción del cliente es un valor central y un eje estratégico de su modelo de negocio. Toda la actividad, desde la selección del surtido hasta la atención en tienda física, está orientada a garantizar una experiencia de compra completa, ágil y de calidad. La empresa entiende que esta experiencia se construye desde múltiples dimensiones: el acceso sencillo y ordenado a los productos, la atención personalizada, la confianza en la calidad, la transparencia en la información comercial y la rapidez en la gestión de cualquier consulta o incidencia.

En línea con su compromiso de mejora continua, Froiz apuesta por la inversión en tecnología e innovación para optimizar la experiencia de compra. Esta estrategia permite digitalizar procesos clave, optimizar tiempos, ofrecer un servicio más ágil y personalizado, y facilitar el acceso a la compra en cualquier momento y lugar. A continuación, se detallan las principales iniciativas orientadas al cliente:





Compra online y omnicanalidad



Tienda online 24/7

Froiz permite realizar compras las 24 horas del día, los 365 días del año, en España y Portugal, desde cualquier dispositivo.



Entrega flexible

El cliente elige el día, la franja horaria de entrega y si es envío a domicilio o recogida en tienda Click & Collect.



Ticket digital

Se envía el ticket de compra por correo electrónico.

Tecnología en tienda

- **Wifi gratuita:** muchas tiendas Froiz ya cuentan con este servicio activo.
- **Turno electrónico** en secciones de frescos: los dispensadores ubicados en diferentes zonas indican cuántos clientes hay por delante, lo que permite optimizar el tiempo de espera.
- **Cajas rápidas** de autocobro para compras pequeñas con cesto que permiten agilizar el momento de cobro.
- **Pantallas digitales** para la emisión de contenidos: ofertas, recetas, consejos, entre otros.
- **Elevador de cestos:** mejora la comodidad del cliente durante la compra.



3.3.2. Canales de comunicación

Froiz pone a disposición de sus clientes distintos canales de contacto, disponibles 24/7, para gestionar de forma directa consultas, incidencias y sugerencias. Entiende que esa escucha activa es una oportunidad para detectar mejoras y ofrecer soluciones adaptadas a cada caso en concreto. Esas conversaciones, una vez recibidas son analizadas y según su tipología son derivadas al departamento correspondiente, quienes las analizan y gestionan para ofrecer la mejor solución posible.

- **Atención telefónica:** 986 833 030 (L-V de 08:30 a 14:00 y de 16:00 a 19:00; sábados de 09:00 a 12:30).
- **Correo electrónico:** ES: atencioncliente@froiz.es / PT: info@froiz.pt
- **Formulario de reclamaciones** con localizador en la página web corporativa <https://www.froiz.com/shop/reclamacion/index.php>. Este sistema se ha implantado en España en julio del año 2024.
- **Hojas de reclamaciones** en formato papel a disposición de los clientes en todos los establecimientos Froiz.
- **Correo postal:** Distribuciones Froiz S.A.U. (Poio, Pontevedra).
- **Redes sociales:** Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok y Youtube. A través de estos canales se comparte con los seguidores contenido de valor como noticias, consejos, recetas, ofertas y temas de sostenibilidad. También se utilizan estas plataformas para recibir feedback directo y mantener una comunicación abierta y bidireccional con ellos.
- **Reseñas de Google**, a través de las fichas de geolocalización de los establecimientos Froiz, se han monitorizado los comentarios que escriben los clientes. Se han clasificado en estas 6 temáticas: sin texto (solo clasificación por estrella), atención, precio, local, marca y producto. Son contestadas diariamente.

Cantidad de comunicaciones con clientes	2024
Correos recibidos en atencioncliente@froiz.es	2.175
Correos recibidos en info@froiz.pt	2.157
Reseñas de Google (España y Portugal)	5.060
Reclamaciones vía web con localizador en España	71
Hojas de reclamaciones en papel (España)	59

Seguidores redes sociales 2024:



Facebook
ES: 30.540
PT: 9.422



Instagram
ES: 46.467
PT: 4.495



LinkedIn
ES: 13.728
PT: 447



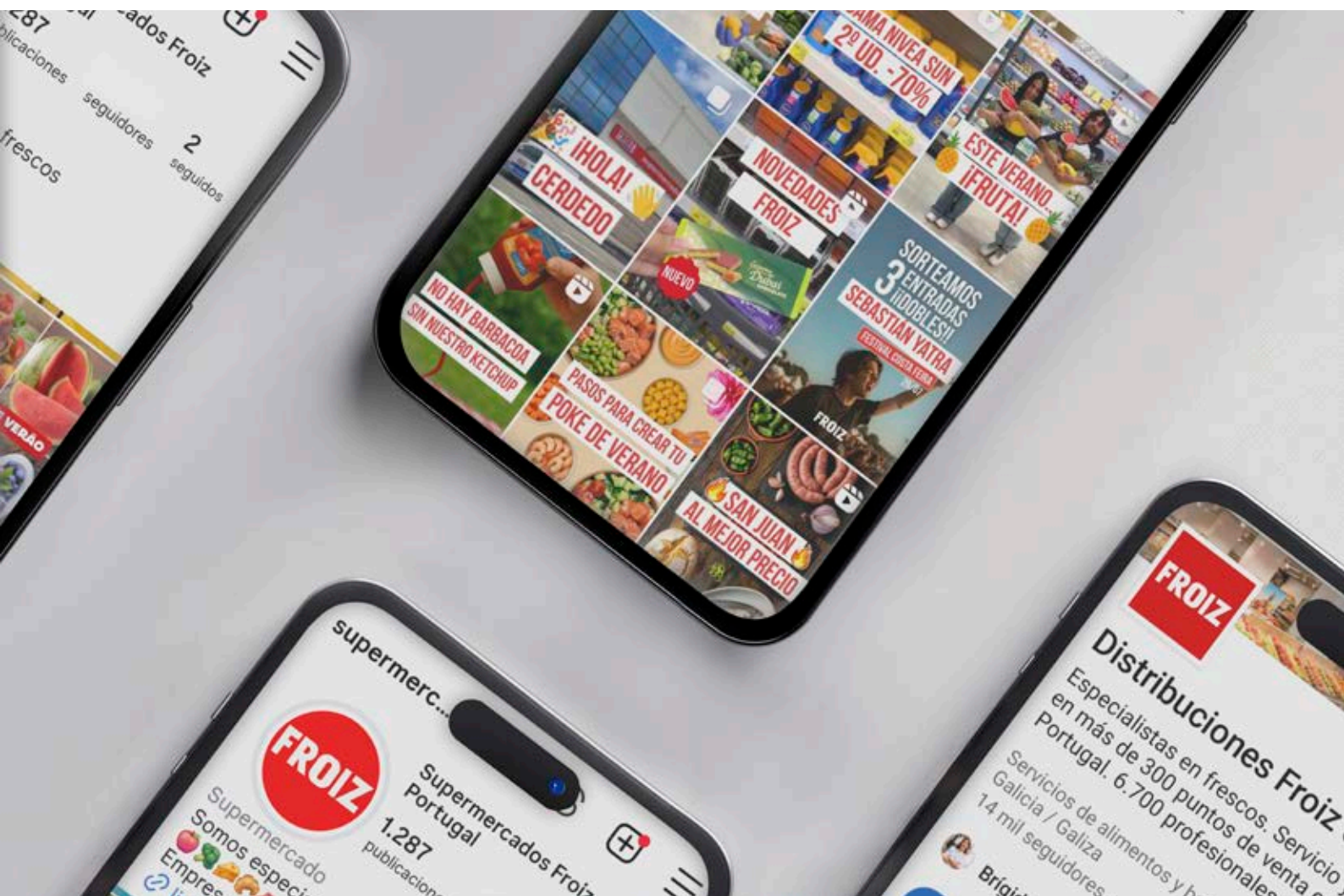
Youtube
ES: 837
PT: 424

3.3.3. Comunicación comercial

Por otra parte, la experiencia del cliente también se apoya en una estrategia de comunicación comercial adaptada a cada formato de tienda: supermercados, hipermercados, cash & carry, franquicias y tienda online, que se enfoca en informar periódicamente sobre sus ofertas y promociones a través de distintos medios, combinando canales convencionales (folletos, cartelería, prensa, radio, publicidad exterior) con formatos digitales como redes sociales, publicidad online y mailings comerciales. En las tiendas, la megafonía interna y las pantallas digitales refuerzan esta comunicación, incluyendo contenidos útiles como recetas, consejos y novedades.

Esta estrategia de comunicación se combina con las acciones promocionales enfocadas al descuento directo del precio de venta de los productos. Durante los periodos promocionales se garantiza la disponibilidad de los productos ofertados. En el caso de que no estén disponibles en el periodo promocionado, el cliente puede reservar el artículo o recibir un producto equivalente en las mismas condiciones.

Cada promoción indica con claridad su fecha de inicio y finalización, tanto en los materiales impresos (folleto y carteles) como en la tienda online, y también se muestra de forma visible el precio habitual y el precio promocional, tanto en las etiquetas en tienda como en los canales digitales y materiales impresos.



3.4. Compromiso con la sociedad

Froiz mantiene un fuerte compromiso con el desarrollo social, económico y cultural de las comunidades en las que está presente, especialmente en Galicia y en el resto de las zonas geográficas donde opera. Esta implicación se refleja en diversas líneas de actuación colaborando con más de 1.900 actividades al año en las áreas de la cultura, el deporte, la solidaridad y educación.

Participación en asociaciones locales, regionales y nacionales

- **ASUGA** (Asoc. Supermercados de Galicia)
- **ACUCYL** (Asoc. Supermercados de Castilla y León)
- **ASEDAS** (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados)
- **CEP** (Confederación de Empresarios de Pontevedra)
- **CEG** (Confederación de Empresarios de Galicia)
- **Consejo Asesor de la Confederación de Empresarios de Galicia**
- **Clusaga** (Clúster Alimentario de Galicia)
- **AGEF** (Asociación Gallega de Empresa Familiar)
- **Markea** (Asociación Galega de marketing)
- **AEMPE** (Asociación Empresarios de Pontevedra)
- **Foro Empresa Pontevedra**
- **AEOC** (Asociación Española de Codificación Comercial)
- **Apd** (Asociación para el Progreso de la Dirección)



**Más de 1.900
actividades
al año**



Solidaridad

Participamos en las diferentes “Operaciones Kilo” que organiza la Federación de Bancos de Alimentos de España, **FESBAL**, en colaboración con los distintos bancos provinciales y en la “Gran Recogida” a nivel nacional, previa a la campaña de Navidades.



Con la **Fundación Juan XXIII**, dedicada a la integración socio-laboral de personas con discapacidad intelectual, colaboramos comercializando productos que elaboran los usuarios de forma manual como son las fregonas de algodón marca Froiz y contratando a su personal para realizar diferentes labores de jardinería.

Con **Cruz Roja** participamos en el programa que tienen para la integración socio-laboral de personas en búsqueda activa de trabajo.

Con la **Federación Down Galicia**, dedicada a normalizar la situación del colectivo de personas con síndrome de Down, colaboramos contratando personal de apoyo para la campaña Froiz Navidad.

La empresa, asimismo, ayuda a distintos comedores sociales, ONG's y entidades como **Cáritas** o **Unicef**, además, de distintos departamentos de Asuntos Sociales de ayuntamientos y otras organizaciones y fundaciones.





FROIZ

siempre a su servicio

supermercados
FROIZ
Calidad. Qualidade. Quality

03 // SOCIAL

#froizdeporte



supermercados
FROIZ
Calidad. Qualidade. Quality



Froizdeporte

El programa Froizdeporte busca fomentar los valores positivos del deporte y un estilo de vida saludable; de ahí el apoyo de la empresa desde sus inicios a aquellas iniciativas de índole no profesional que se organizan en disciplinas tan variadas como fútbol, baloncesto, tenis, vela, atletismo, pádel, natación, surf, carreras populares, etc.



- Día del deporte, Ávila
- Media maratón, Lugo y Pontevedra
- Carrera contra el cáncer, León, Pontevedra y Vigo
- San Silvestre, Pontevedra y Cambados
- Media maratón y 10K Vig-Bay (Vigo-Baiona)
- Carrera popular de AtresMedia Ponle Freno, Vigo
- Carreras populares Rosales 10k y Carmiña, Marín
- Carrera de las empresas, O Porriño
- Distintas andainas organizadas por las juntas provinciales de AECC
- Carreras infantiles de ANEDIA, Pontevedra, y Autismo, en Toledo y Getafe
- Pruebas ciclistas:
 - Clásica Álvaro Pino, Pontearreas
 - 4PicosRoad, Pontevedra
 - Campeonato del mundo de Triatlón, Pontevedra
 - Fundación Alberto Contador, Pinto
 - Vuelta ciclista a Toledo
- Vueltas a Nado, Nigrán, Moaña, Illa Tambo, Ons-Sanxenxo
- Descenso internacional del Río Miño en hayak, Tui
- Mundial colchonetas, Sanxenxo
- Campus de verano e invierno de deporte escolar, Pontevedra
- Campeonato gallego de Karate





Patrocinios deportivos:

- Esponsorización de equipos de fútbol base como el femenino PoioPescamar, Poio
- Colaboración con los equipos base del Club Balonmano Cisne, Sociedad Deportiva Teucro, Pontevedra Club Fútbol o La Ponferradina Club Fútbol, entre otros
- Club náutico de piragüismo, Pontecesures
- Club atletismo Gimnástica de Pontevedra





Equipo ciclista Froiz

Desde los años 80, Froiz impulsa el ciclismo a través del Grupo Deportivo Super Froiz, uno de los equipos amateur más destacados de España en las categorías Élite y Sub-23. El equipo ha liderado el ranking nacional por equipos durante 7 años consecutivos y somos la marca comercial más longeva en el apoyo -de manera ininterrumpida- a un equipo de ciclismo aficionado.

Desde el año 2021, cuenta con dos equipos: uno de carretera y otro de ciclocross, éste último formado por chicos y chicas amantes de este deporte.





Cultura

Participación como patrocinador en todas las ediciones del Xacobeo Galicia (año santo de Santiago), promoviendo los valores del Camino a través de sus canales de comunicación.

Festival de cine Novos Cinemas de Pontevedra dedicado al cine emergente. Apoyo a pequeñas productoras de cine, proyectos académicos y cortometrajes, maquetas musicales, conciertos y editoriales, contribuyendo activamente a la promoción cultural.



Educación y divulgación

Visitas de jóvenes estudiantes a centros Froiz. Promoción de hábitos de vida saludables a través de visitas escolares a los puntos de venta, donde se pone en valor la importancia de llevar una alimentación saludable, como es la cadena de suministro del sector de la alimentación y la labor prescriptiva que realizan los profesionales Froiz.

Colaboración anual con la Facultad de Veterinaria del Campus de Lugo (de la Universidad de Santiago de Compostela) en la formación de futuros veterinarios.

Colaboramos con aquellas iniciativas que tienen que ver con la divulgación de fechas señaladas como son el "Día de la alimentación" o el "Día de la nutrición" donando productos frescos en centros sanitarios.

Por el Día Nacional Del Celíaco informamos a nuestros clientes de los productos de marca Froiz que son sin gluten y están auditados por FACE

(Federación de Asociaciones de celíacos de España) y realizamos campañas promocionales de productos sin gluten.

Además, hemos participado en el proyecto de "humanización" de la planta de pediatría y la UCI pediátrica del Hospital Álvaro Cunqueiro (Vigo) para convertirlos en espacios más amables y acogedores para los más pequeños.

Participación en el Certamen de hostelería TapeaPoio, en el concurso de cocina de ASPACE (Federación gallega de parálisis cerebral) y colabora con el Campeonto de FP Galicia Skills organizado por la Xunta de Galicia.

04+

BUEN GOBIERNO



FROIZ
Siempre a su servicio

supermercado

FROIZ
Siempre a su servicio

FROIZ
Siempre a su servicio

Wifi

is pr arados

quesos

cateria

04. BUEN GOBIERNO

Froiz asume un compromiso firme con una conducta empresarial ética y responsable, basada en principios de buen gobierno, integridad, cumplimiento normativo y respeto a los derechos humanos. Para la empresa, la conducta corporativa es el conjunto de valores, políticas y prácticas que lo orientan hacia la sostenibilidad de su actividad.

Con la finalidad de prevenir y mitigar potenciales impactos sobre los derechos humanos y el medioambiente a lo largo de sus operaciones y su cadena de valor, Froiz implementa mecanismos de diligencia debida basados en la Guía de la OCDE sobre conducta empresarial responsable.

Los principales impactos en materia de conducta empresarial son:

- **Comportamiento de las personas Froiz.**
- **Compromiso con los derechos humanos.**
- **Lucha contra la corrupción y el soborno.**
- **Cumplimiento normativo**

Comportamiento de las personas Froiz:

- Código ético que regula el comportamiento de todas las personas que forman parte del Grupo (trabajadores, directivos, socios y apoderados), en sus relaciones con otras personas (trabajadores, clientes, proveedores, administraciones públicas, colaboradores, la sociedad en general).
- Canal de denuncias, para que empleados y clientes puedan registrar comportamientos contrarios al Código Ético (<https://froiz.es/cumplimento-normativo/>).

Compromiso con los derechos humanos:

- Supervisión y cumplimiento de la libertad de afiliación y negociación colectiva, abolición de toda forma de discriminación en el empleo.
- Asegurar un entorno laboral respetuoso, inclusivo y libre de cualquier forma de acoso.
- Política de Protección de Datos personales de todos sus grupos de interés.

Lucha contra la corrupción y el soborno:

- Tolerancia cero frente al soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales aplicada en todas las actividades de Froiz.

Cumplimiento normativo:

- Práctica continua de supervisión y cumplimiento de toda normativa vigente y aplicable.



“Hoy, como desde 1968, Froiz continúa con los valores que guiaron sus inicios: calidad, cercanía, atención y responsabilidad con el entorno.”

“Hay que servir al cliente y servirle bien. Todos los días.”

“Se trata de hacer las cosas hoy, un poquito mejor que ayer y generar, si es posible, más empleo y riqueza en nuestro entorno.”





FROIZ
Calidad, Qualidade, Quality

FROIZ

el súper de casa



Lourido, 15. 36163 Poio. Pontevedra

Tel. 986 833 030 | grupofroiz@froiz.es | www.froiz.es

