veritas

MEMORIA INTEGRADA 2024

Empresa B Certificada
Desde 2016

Índice

1. Sobre la memoria
2. Nuestra mejor versión de 2024
3. Sobre Veritas
4. Productos ecológicos
5. Iniciativas Veritas
6. Impacto ambiental
7. Impacto social
8. Impacto en comunicación
9. Personas

1. Sobre la memoria de Veritas 2024

1.1. Nota descriptiva sobre la memoria

En Veritas tenemos como misión mejorar la salud y la calidad de vida de las personas; somos más que un supermercado ecológico, somos un compromiso con el mundo y la sociedad, un estilo de vida. Por eso, nos esforzamos diariamente por alcanzar nuestra mejor versión y contribuir desde nuestro espacio a transformar el mundo generando un impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente a través de acciones y campañas concretas.

Esta memoria es el relato sincero de nuestros esfuerzos en 2024. En ella hemos resumido nuestros retos, proyectos destacados e iniciativas, que responden a nuestro propósito de hacer accesible a todo el mundo una alimentación ecológica certificada.

Esta memoria se centra en todo el Grupo Veritas, incluyendo todas nuestras tiendas, y va dirigida a todas las personas que conforman Veritas, junto con los clientes, proveedores y organizaciones no gubernamentales, así como administraciones, para dar a conocer nuestro compromiso con el bienestar de la sociedad y el medioambiente y las acciones en sostenibilidad que hemos llevado a cabo a través de iniciativas y proyectos destacados. Esperamos que nuestro enfoque de presentación ayude a nuestros grupos de interés a conocer nuestro compromiso y responsabilidad con la generación de un impacto positivo en la sociedad. Cualquier consulta se puede hacer a través del correo electrónico de atención al cliente: hola@veritas.es.

2. Nuestra mejor versión del 2024

2.1. Indicadores del negocio

Tiendas (B2C) para el consumidor

84
tiendas físicas
+ 1 tienda online
Total: 85 tiendas

Cataluña, País Vasco, Navarra, Islas Baleares, Madrid, Comunidad Valenciana, Andorra y Andalucía

Inversiones en 5 aperturas y reformas: 4,4 millones de euros

Veritas Food service (B2B) para empresas

1.480
centros escolares en Cataluña

2.455
centros en toda España (entre escuelas, hospitales, hoteles, restaurantes y clínicas)

Club Veritas

150.500
clientes fidelizados

61%
venta Club

2,42 M €
ahorro clientes Club

NPS: 52,98

Ventas

+5.000
productos ecológicos

+600
productos ecológicos de marca propia

Damos servicio a:
+250.000
familias

122 M de €
facturados (IVA incluido)

5%
crecimiento respecto al 2023

2.2. Indicadores de impacto

Impacto ambiental

Uso 100% de energía renovable

Empresa
neutra en carbono

Veritas Textil Project:
1.385 kg de ropa recogida = 8.448 kg de CO_2 ahorrados

Impacto social

Total donaciones
45.140,26 €

Impacto en comunicación

85,1 k seguidores

3,6 k seguidores

32,31 k seguidores

8,5 k seguidores

27,14 k seguidores

Revista

Formato papel (FSC):
+ 300.000
ejemplares

Formato digital:
+ 15.000
lecturas

Talleres Veritas

44 talleres realizados
+ 15.300 inscripciones

Newsletter

6.696.697
e-mails enviados

110.000
personas impactadas

Atención al cliente

24.201
total consultas

89,3%
porcentaje de consultas

2.3. Indicadores laborales

Personas

906
trabajadores/as

2%
personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión

71%
mujeres

682
contratos indefinidos

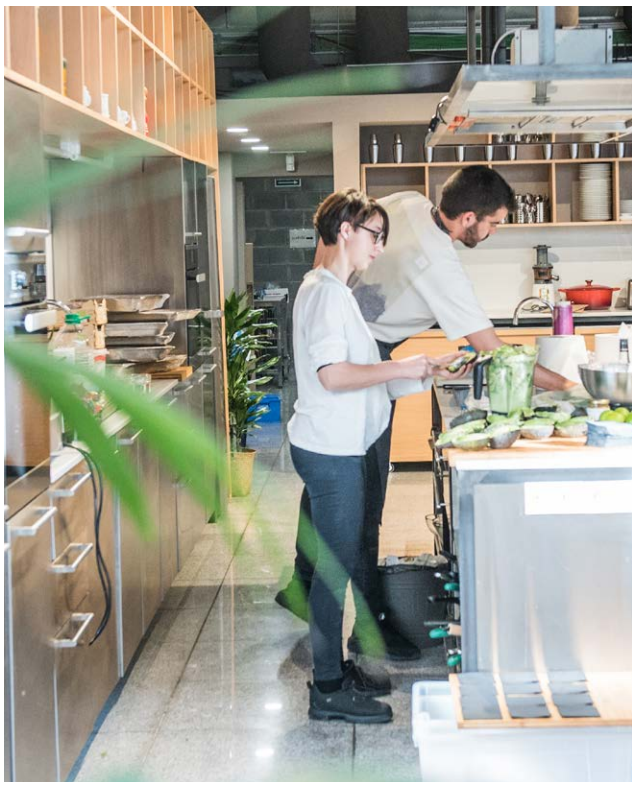
40
nuevos puestos de trabajo (asociados a aperturas)

Formación

1.272 h
de formación

93
grupos

792
participantes



3. Sobre Veritas

3.1. La filosofía de Veritas

Liderazgo

Cambiamos el mundo desde el supermercado, siendo protagonistas y no espectadores. Tomamos decisiones, aun cuando nadie las ha tomado antes, para dar ejemplo y convencer a los demás de que se sumen a nuestro propósito. Como las abejas, polinizamos el mundo.

Pasión

Nuestro propósito nos levanta con fuerza cada mañana y da sentido a nuestras vidas. Estamos convencidos de las bondades y beneficios de lo ecológico y ponemos el máximo empeño en nuestro trabajo, disfrutando de cada momento.

Honestidad

El resultado económico y el crecimiento son la consecuencia de seguir fielmente nuestro propósito, y no al revés. Somos de verdad, en nuestra propuesta de productos y servicios, y en nuestra forma de trabajar.

Amabilidad

Ser amable es ser digno de ser amado. Los pequeños gestos provocan los grandes cambios. Un mundo más amable es un mundo mejor, más justo y unido. Somos motores de amabilidad, con nosotros mismos y con los demás.

Impacto

Tenemos vocación transformadora. Queremos dejar el mundo mejor de lo que estaba antes de nosotros. Nuestros clientes deben mejorar su salud a través de nuestra alimentación y del conocimiento que les trasladamos. Nuestros proveedores deben estar mejor después de colaborar con nosotros. El planeta y el ecosistema deben respirar mejor después de nuestra actividad.

3.1.2. Nuestros compromisos

Salud
entendemos la alimentación como una inversión en salud.

Sabor
nuestros productos tienen su sabor original, el que les corresponde por naturaleza.

Proximidad
nuestros alimentos provienen de orígenes cercanos.

Sostenibilidad
creamos valoraeconómico, medioambiental y social.

Biodiversidad alimentaria
la variedad de alimentos garantiza la salud del ecosistema.

Personas
son la clave del éxito de nuestra empresa.

Consumo consciente y responsable
ofrecemos información rigurosa para ayudar a las personas a tomar decisiones de compra conscientes y responsables.

3.2. Somos B Corp

Las empresas con el sello B Corp están obligadas a cumplir rigurosos requisitos sociales y ambientales y a modificar sus estatutos legales para que los empleados, las comunidades y el planeta sean tan importantes como los accionistas en la toma de decisiones.

En 2016 nos convertimos en **el primer supermercado de Europa** con la certificación B Corp. Esto significa y reconoce que somos una empresa comprometida con la salud de las personas y del planeta. Desde el primer día trabajamos para dar cumplimiento a nuestro propósito original de hacer accesible a todo el mundo la mejor alimentación, pero para ello no solo hay que ofrecer un buen producto, sino que también hay que ser una buena empresa. Por eso, intentamos ser cada día más conscientes, responsables y sostenibles con nuestra gestión y operación.

Desde que obtuvimos el sello B Corp, no hemos parado de avanzar en la mejora de nuestro impacto positivo. Por este motivo, en 2018 logramos nuestra primera recertificación, y en 2022, la segunda. En 2024, hemos presentado la tercera recertificación y estamos pendientes de evaluación.

3.3. Presencia y expansión

Este 2024, llegamos a Andalucía. El 21 de marzo inauguramos nuestro primer supermercado Veritas en Estepona-El Paraíso, Málaga y, tres semanas después, el 11 de abril, abrimos nuestro segundo supermercado en el parque comercial Estepona Park. Con estas aperturas, llegamos por primera vez a Andalucía, después de más de 20 años de trayectoria como líderes en compromiso con la salud de las personas y la sostenibilidad en España. De esta manera, la comunidad andaluza se suma a los territorios donde ya tenemos implantación: Cataluña, País Vasco, Navarra, Islas Baleares, Madrid, Comunidad Valenciana y Andorra.

En 2024, expandimos nuestra presencia con la apertura de tres nuevos puntos de venta en el Mercado Central de Reus, Ciudad Quesada y la Pobla de Vallbona. En total, nuestra inversión en estas aperturas y la reforma de otras 8 tiendas ascendió a 6 millones de euros.

En 2025, nuestro reto es seguir creciendo en nuestra oferta de supermercados con previsión de abrir nuevos centros en Mallorca y Alicante, entre otras zonas de España.

Cataluña, País Vasco, Navarra, Islas Baleares, Comunidad Valenciana, Madrid, Andalucía y Andorra

84
tiendas físicas +
1 tienda online
Total 85

5
nuevas aperturas

Alcance de
+ 250.000
familias

4,4 millones
en reformas y aperturas

3.4. Resultados económicos

En Veritas hemos cerrado el ejercicio de 2024 con una facturación de 122 millones de euros, un crecimiento de cerca del 5% respecto al año anterior.

Facturación (con IVA):
122 millones €

Crecimiento:
5% respecto al 2023

3.5. Veritas Food service

Veritas Food service es el canal profesional de Veritas, encargado de abastecer con productos ecológicos a diversos sectores: colectividades (colegios, hospitales, residencias de la 3ª edad y comedores de empresa), HORECA (hoteles, restaurantes, cafeterías y navieras), así como la industria y tiendas especializadas.

Abarcamos todo el territorio peninsular y balear, con capilaridad en 3 temperaturas: seco, frío y congelado. La filial nació con el propósito de acercar hasta las cocinas de estas colectividades los mejores productos ecológicos y de proximidad, directamente y sin intermediarios.

La marca destaca por tener:

N. de referencias de productos ecológicos certificados.

+ 5.000

Obrador propio de pan y pastelería, con certificado ecológico.

32 platos preparados ecológicos, frescos y saludables elaborados en nuestra cocina.

Formatos adaptados a las necesidades del canal profesional (graneles, carnes a piezas o en canal...).

Cobertura en todo el territorio peninsular y Baleares.

A escala nacional, nuestro canal profesional es el primero que empezó a suministrar referencias ecológicas y saludables, y hoy en día **abastece a más de 1.480 centros escolares en Catalunña y un total de 2.455 centros en toda España,** entre escuelas, hospitales, hoteles y restaurantes, entre otros.

Nuestra planta logística se sitúa en **Lliçà d'Amunt** y tiene más de 10.000 m². Este centro nos permite, entre muchas otras posibilidades, trabajar con las **tres temperaturas** alimenticias (seco, frío y congelado), asegurando un servicio completo

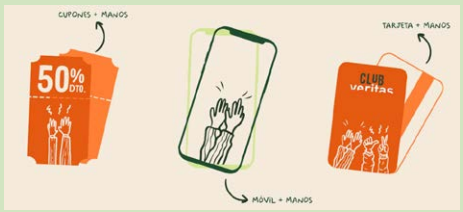
3.6. Club Veritas

A principios de 2021 iniciamos el Club Veritas, la comunidad de los amantes de la alimentación ecológica, certificada, sostenible y socialmente justa. El propósito de este Club es ofrecer ventajas exclusivas a nuestros clientes más fieles a través de nuestra app o el registro en nuestra tienda online: *shop.veritas.es*

Además, por ser miembro del Club ofrecemos descuentos, ventajas y consejos para tener una alimentación saludable.

En mayo de 2024, reformulamos la app del Club haciendo un rediseño del logo y las imágenes para ofrecer una experiencia al cliente mejorada.

¡Consigue grandes ventajas y contenidos!



Total de clientes que han comprado a lo largo del año 2024:

150.500

% de venta del Club en 2024:

61%

NPS 2024:

52,98

Los clientes del Club han ahorrado en 2024:

2,42 M €

CLUB veritas

Hazte fan del club de la alimentación ecológica, certificada, sostenible y socialmente justa.

3.6.1. ‘Gaming’ Club Veritas

A lo largo de 2024, se hicieron 2 acciones de gaming a través de la app del Club Veritas para fomentar la interacción de nuestros clientes:

A través de nuestra iniciativa **“Dirty Dozen”**, buscamos potenciar la venta de frutas y verduras, centrándonos en las referencias del listado “Dirty Dozen 2024”. El objetivo era aumentar la penetración de esta categoría durante el verano y fomentar la venta a miembros del Club.

Campaña “Buenísimos”: el propósito de esta acción fue que nuestros clientes conocieran los productos de la marca Veritas y nos dijeran sus favoritos, por eso realizamos una campaña donde podían votar 3 productos Bueníssimos de Veritas, de entre una preselección de 15. Entre todos los participantes se sortearon 100 lotes de los 10 productos más votados.

4. Productos ecológicos

En Veritas queremos seguir siendo líderes en producción ecológica, por eso ofrecemos el mayor surtido posible de productos para que nuestros clientes puedan llenar su cesta de la compra en nuestros establecimientos. Desde la despensa básica de pasta o arroz, pasando por frescos como fruta, verduras, carnes y lácteos, panadería y pastelería de fabricación propia, y secciones más específicas como platos preparados o complementos alimenticios.

Actualmente, tenemos disponibles más de **5.000 referencias de productos ecológicos** y, dentro de este surtido, **600 son de la marca Veritas**. En 2024, con la finalidad de seguir ofreciendo productos variados y de calidad, incorporamos **709 nuevas referencias ecológicas** en nuestros supermercados.

+ 5.000
referencias de productos ecológicos certificados

+ 600
referencias de marca veritas

709
nuevas referencias ecológicas 2024

4.1. Proximidad

En Veritas apostamos por la proximidad y trabajamos para que la inmensa mayoría de nuestros alimentos provengan de orígenes cercanos. Apostamos por productores locales e impulsamos a aquellos pequeños agricultores y ganaderos que han decidido llevar a cabo una producción más sostenible. Además, uno de nuestros principales compromisos es el de cuidar el trato con nuestros proveedores y, por eso, nuestra relación va más allá del intercambio comercial.

Proveedores nacionales
579

Proveedores internacionales
75

4.2. Marca veritas: buenísimos y mejor precio

En Veritas estamos comprometidos con la salud, por lo que trabajamos cada día para hacer llegar a todos los hogares la mejor oferta de productos ecológicos, saludables, sostenibles y socialmente justos. Además, los alimentos que vendemos en nuestras tiendas tienen todo su sabor original.

V
Rediseño de packaging
419

Otro aspecto relevante, es que nos esforzamos para que nuestros productos tengan una **"etiqueta limpia"**; este concepto hace referencia a productos elaborados con el mínimo posible de ingredientes y siempre necesarios, dejando de lado la introducción de aditivos o componentes de baja calidad con la única finalidad de abaratar el coste.

Nuestra oferta de productos más destacada es la de marca propia, referencias con todas las características y beneficios de los alimentos ecológicos al mejor precio posible. Productos de calidad y con un precio muy competitivo para disfrutar cada día.

4.2.1. Patatas Veritas: unas de las más saludables del mercado

Nuestras patatas fritas ecológicas y sin sal añadida se posicionan, según la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), como uno de los **4 mejores productos que hay en el mercado** dentro de esta categoría.

En 2024, la asociación publicó un estudio en el que analizó el etiquetado de 331 bolsas de patatas fritas, chips y nachos de supermercado, y concluyó que más de la mitad de los productos analizados (116) eran una mala o muy mala opción de compra, mientras que destacaba nuestras patatas fritas como una de las opciones más saludables.

4.2.2. Productos innovadores

En Veritas estamos constantemente trabajando para ofrecer a nuestros clientes productos innovadores y saludables. Por este motivo, lanzamos nuestra gama de panes y madalenas de grano Veritas. El valor diferencial de estos productos es que se elaboran a partir de granos activados, sin harinas y con una fermentación más larga, lo que favorece la biodisponibilidad de los nutrientes y la digestibilidad del pan.

La receta de nuestros productos de grano ecológicos está inspirada en la tradición más artesana, a la que se ha añadido el proceso de activación del cereal. Hemos confiado su elaboración a Zealia, uno de nuestros proveedores habituales, que está especializado en productos horneados ecológicos sin gluten.

En 2024, lanzamos al mercado el pan de molde. Con esta nueva referencia, ya tenemos 6 productos de la gama de pan de grano:

- Pan de grano de trigo sarraceno
- Pan de grano de quinoa
- Pan de grano de avena
- Baguette de grano
- Madalenas de trigo sarraceno

4.3. Nuestra cocina

En Veritas tenemos una amplia variedad de platos preparados para llevar que elaboramos en nuestra cocina, situada en Lliçà d'Amunt, como si los hubieran hecho nuestras abuelas, con todo el sabor de la comida casera. Las recetas, creativas, sabrosas y nutritivas, están ideadas por la ecochef **Mireia Anglada** y las cocinamos cada día de manera artesanal para que nuestros clientes puedan disfrutar de una opción saludable lista para comer.

4.3.1 Novedades

En nuestra cocina situada en Lliçà d'Amunt tenemos un departamento de Innovación y Desarrollo donde estamos continuamente elaborando recetas nuevas, saludables y ecológicas. En 2024, lanzamos 3 nuevas referencias:

Cremas refrigeradas de guisantes, espinacas y de lentejas rojas
Nuestras cremas refrigeradas son caseras y están cocinadas con alimentos frescos, sin aditivos ni azúcares añadidos, y, como todos sus ingredientes son de origen ecológico, no tienen restos de pesticidas ni fertilizantes de síntesis química. En la misma línea, su envase de vidrio es sostenible y conserva todo el sabor original de la crema.

Salsas frescas de quesos, de pesto y a la boloñesa
Nuestras salsas refrigeradas están elaboradas con ingredientes frescos, ecológicos y de primera calidad. Además, no contienen azúcares añadidos, saborizantes, colorantes ni conservantes artificiales.
La de queso está hecha con una mezcla de 5 variedades en la que destacan el parmesano y el roquefort, la de pesto se elabora con aceite de oliva virgen extra y la boloñesa tiene un 25% de carne.

Albóndigas veganas con espaguetis
Nuestro combinado de albóndigas a base de soja y guisantes texturizados con espaguetis en salsa de tomate es una opción, equilibrada y nutritiva, para aquellas personas que no comen carne animal. Fuente de proteínas y rico en fibra, este plato contribuye al normal mantenimiento del tránsito intestinal y a la sensación de saciedad.

32 variedades
de platos preparados (10 de las cuales son veganas)

4.4. Nuestro obrador

La historia de nuestro pan ecológico se remonta a los inicios de la compañía. Desde el principio, quisimos tener un obrador propio y que este fuese una seña de identidad. Queríamos ofrecer pan de verdad a nuestros clientes. Por ese motivo, en nuestro espacio de Lliçà d'Amunt también disponemos de un obrador propio donde realizamos nuestros panes, productos de bollería y pasteles. Los hacemos de forma artesanal, con ingredientes ecológicos de primera calidad y, sobre todo, con mucho amor. Durante los últimos tres años, hemos estado mejorando todas nuestras fórmulas para poder ofrecer a nuestros clientes el mejor producto con el mejor sabor y textura posibles.

De esta forma, elaboramos nuestros panes con los ingredientes básicos: agua, harina, sal y masa madre de cultivo propio. En contadas ocasiones, también añadimos una pequeña cantidad de prefermentos hechos con levadura fresca.

La calidad nutricional, junto con el sabor, el aroma y la textura, de nuestros panes son fruto de una meticulosa elaboración basada en un proceso lento durante el cual respetamos de manera absoluta la normativa ecológica.

4.4.1. Pan ecológico

El pan ecológico presenta mayores niveles de minerales totales. En concreto, según un estudio de María Dolores Raigón, doctora en Ingeniería Agrónoma por la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), el pan artesanal ecológico integral aporta prácticamente un 33% más de minerales totales que el pan blanco artesanal de producción no ecológica.

Respecto al contenido de materia seca, María Dolores Raigón también apunta que los panes ecológicos artesanales son los que presentan una mayor fracción de materia seca y, por lo tanto, una mayor fracción nutricional con respecto al total, además de ser panes más crujientes y sabrosos.

Raigón Jiménez, M.ª Dolores (2020). Manual de la nutrición ecológica. De la molécula al plato. (pp. 322- 336). Valencia, Sociedad Española de Agricultura Ecológica.

44 variedades
de pan ecológico
y artesanal

5. Iniciativas Veritas

Nuestro compromiso como empresa de impacto positivo supone utilizar la fuerza empresarial para desarrollar acciones que generen un bien en la sociedad y en el planeta; por ello, seguimos llevando a cabo iniciativas sociales que hagan de este mundo un lugar más justo y respetuoso para todas las personas que lo habitan.

5.1. Provoquemos un cambio

Provoquemos
UN CAMBIO

Con el proyecto "Provoquemos un cambio" queremos cambiar leyes o impulsar normativas, aún no vigentes, relacionadas con temas que generan situaciones de injusticia social o que tienen impacto en la salud de las personas y el medio ambiente.

Las causas que impulsamos están directamente relacionadas con retos sociales; por ello, el objetivo final que perseguimos —un cambio legislativo— será un beneficio colectivo, consiguiendo así un cambio legislativo con resultados positivos para toda la sociedad, independientemente de si son clientes de Veritas o no.

Empezamos este proyecto escogiendo tres iniciativas, y con los años hemos logrado que una de ellas ya sea una realidad: reducir el IVA de los productos menstruales del 10 al 4%. Sin embargo, sabemos que hay muchas situaciones de injusticia social en el mundo y por ello consideramos que este proyecto tiene que ir incluyendo nuevas causas a medida que avancemos.

Para estas acciones, ha sido imprescindible la colaboración de la Asociación Celíacos de Catalunya, la Asociación de Familias Numerosas de Cataluña (FANOC) y el Colegio de Dietistas-Nutricionistas de Cataluña, que han aportado su conocimiento y experiencia en la lucha por causas socialmente relevantes.

LOS PAÑALES NO SON UN LUJO

Objetivo: reducir el IVA de los pañales infantiles

del 21% al 4%

Acción: desde octubre del 2020 y hasta que el cambio legislativo sea efectivo, Veritas está asumiendo la diferencia del IVA rebajando directamente el precio de los pañales en las tiendas.

LUCHAMOS POR UNA PRESTACIÓN ECONÓMICA PARA LAS PERSONAS CELÍACAS

Objetivo: reclamar prestaciones económicas para las personas celíacas que se ven obligadas a pagar el sobrecoste de los productos sin gluten.

La ayuda se aplica a más de 100 referencias de panadería, pastas, cereales de desayuno, harinas, galletas y snacks disponibles en la sección "Sin gluten".

Acción: con el objetivo de facilitar el acceso a productos sin gluten de todas las personas que los necesiten, Veritas ofrecemos dos tipos de prestación:

10 € para las personas que hayan firmado la causa en la app y gasten más de **40 €** en un mes.

5 € para las personas que hayan firmado la causa en la app y gasten más de **20 €** en un mes.

5.2. Menstrual Point®

Este 2024, seguimos con el movimiento Menstrual Point® para luchar contra la discriminación económica vinculada al sexo y la edad. En noviembre de 2023 nos convertimos en la primera empresa de España en ofrecer de forma gratuita y accesible compresas y tampones ecológicos a la población menstruante que tenga una necesidad imprevista.

Para implementar esta acción, hemos habilitado un dispensador con compresas y tampones ecológicos en todos nuestros supermercados y centros de trabajo. Además, en el exterior de todas nuestras tiendas, hemos instalado señales indicativas de Veritas Menstrual Point®, que identifican ese punto de venta como un espacio Menstrualmente Responsable®.

Las personas menstruantes pueden acceder de manera gratuita a los productos de higiene femenina tras solicitar el acceso al baño a cualquiera de nuestros trabajadores, a los que hemos formado para facilitar el acceso y la información oportuna.

El Menstrual Point® ha dado servicio en

14.000 ocasiones

Además, en Veritas defendemos que las compresas y los tampones deben ser de máxima calidad; por esta razón, para este proyecto contamos con un aliado de máxima confianza: Masmi Organic Care.

5.3. ABC de productos ecológicos

Guía "El ABC del producto ecológico": https://www.veritas.es/revista/abc-productos-ecologicos/

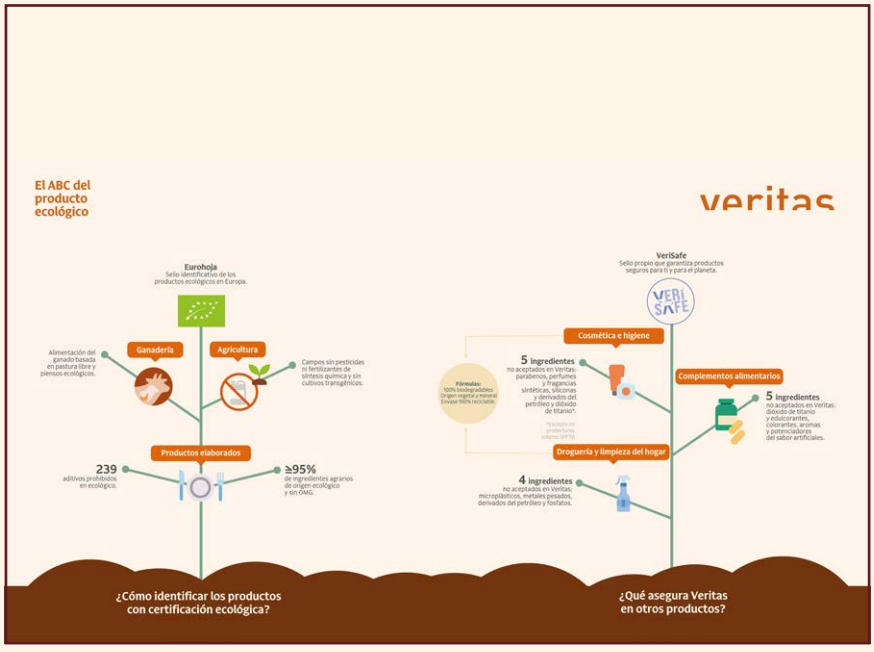
Entre los años 2022 y 2023 elaboramos la guía ABC del producto ecológico. Este material divulgativo va dirigido a todos los públicos y pretende responder a las preguntas que todos y todas nos podemos hacer sobre este tipo de productos. En 2024, con el fin de hacer más didáctico todo si contenido, hicimos un vídeo con infografías a modo resumen:

Vídeo "El ABC del producto ecológico": https://youtu.be/M4PXR6muo3k?feature=shared

En este sentido, en la guía explicamos:

- Cuáles son sus principales características según su tipología: frutas y verduras, cereales, carnes y pescado, entre otras.
- Cómo los podemos distinguir, es decir, explicamos el sello y la certificación que les corresponde.
- En qué se diferencian de los alimentos de origen no ecológico según su forma de producción y su perfil nutricional y organoléptico, entre otras diferencias.

Además, en la guía se incluyen tres grandes categorías de productos no alimentarios:



- Droguería e higiene
- Perfumería y cosmética
- Complementos alimenticios

Estas categorías no están reguladas por un sello público europeo, pero desde Veritas garantizamos su calidad y la ausencia de ingredientes o aditivos que pueden ser perjudiciales para la salud de la persona y/o del medioambiente. El propósito de esta acción es informar y concienciar al consumidor, ayudándole a ser más independiente a la hora de realizar sus elecciones de compra.

5.4. Guía sobre estudios científicos

Recopilación de estudios científicos: https://www.veritas.es/revista/recopilacion-de-estudios-cientificos-sobre-alimentacion-ecologica/

Todos estos beneficios sobre los productos ecológicos los apuntan numerosos estudios realizados por la comunidad científica a lo largo de muchos años. Debido al gran número de investigaciones, en 2023 elaboramos una recopilación de artículos científicos con el objetivo de archivar y conocer en profundidad los estudios sobre producción ecológica más relevantes llevados a cabo hasta la fecha. El material recopilado engloba estudios del campo de la salud y el sector medioambiental y social. En 2024, ampliamos la guía con más estudios destacados.

La conclusión es clara, ya que de forma generalizada las personas que consumen alimentos de procedencia ecológica tienen mejores indicadores de salud debido a dos motivos principales:

- La menor presencia de compuestos químicos de síntesis, como pesticidas o fertilizantes.
- El mayor contenido en nutrientes de estos alimentos.

En cuanto a la parte medioambiental, los estudios coinciden en que este tipo de producción favorece el mantenimiento de la biodiversidad gracias a que fomenta la rotación de cultivos, disminuye la labranza para una menor erosión del suelo y reduce las emisiones de gases de efecto invernadero, consiguiendo, así, reducir la huella de carbono.

6. Impacto ambiental

Veritas sigue adelantándose a los objetivos europeos de cambio climático y, como empresa transformadora y generadora de impacto positivo, tiene un largo recorrido en la gestión del impacto ambiental y social.

6.1. Emisiones

6.1.1. Medimos rigurosamente nuestra huella de carbono

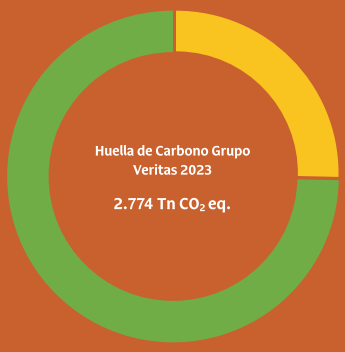
A lo largo de todos estos años, además de llevar a cabo **acciones de reducción del impacto**, también hemos ampliado nuestro alcance de cálculo, siendo cada vez más precisos y rigurosos con las categorías que forman parte de ello.

Es importante destacar la **medición exhaustiva de todos los alcances** de nuestra huella de carbono (alcance 1, 2 y 3) a nivel compañía, tanto para nuestra actividad como retailers (supermercados) orientada al canal B2C, como en nuestra actividad como distribuidores en el canal B2B y también para nuestra actividad como productores (panadería y cocina centrales).

En 2024, hemos logrado **reducir nuestra huella de carbono un 9% respecto al 2023** en categorías comparables, es decir, en ambos cálculos se incluyen las mismas categorías y se calculan siguiendo los mismos criterios, para poder tener datos comparables. Sin embargo, en el cálculo de la huella de carbono de 2024 se han incluido las 5 nuevas tiendas abiertas en ese año. Por lo tanto, incluso con el crecimiento del negocio (5 nuevas tiendas en 2024), hemos reducido nuestra huella de carbono, respecto el año anterior.

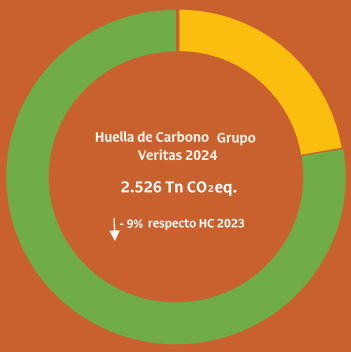
Asimismo, si analizamos los datos de la **huella de carbono asociada a la facturación,** para ver cómo ha cambiado con el crecimiento del negocio (en términos de facturación), podemos ver que, en el año 2024, respecto al año anterior (2023), hemos logrado reducir la huella de carbono en un 17% (vs facturación 2023).

HUELLA DE CARBONO 2023



ALCANCE 1	651 Tn CO_2 eq.
ALCANCE 2	0 Tn CO_2 eq.
ALCANCE 3	2.123 Tn CO_2 eq.

HUELLA DE CARBONO 2024



ALCANCE 1	610 Tn CO_2 eq.
ALCANCE 2	0 Tn CO_2 eq.
ALCANCE 3	1.916 Tn CO_2 eq.

6.1.2. Seguimos siendo una empresa neutra en carbono

La reducción del impacto es la base de nuestra estrategia de sostenibilidad; sin embargo, desde hace tres años vamos un paso más allá y, además de reducirlo, compensamos nuestras emisiones apoyando proyectos con impacto ambiental y social.

Por eso, en 2024 lo hemos vuelto a hacer. Un año más, y por tercer año consecutivo, seguimos siendo una empresa neutra en carbono y, de esta manera, seguimos alineados y comprometidos con los objetivos europeos de cambio climático (objetivo 2050 para la UE).

En esta ocasión hemos querido seguir apoyando iniciativas locales como las propuestas en el programa **"Acords Voluntaris"**, impulsado por la Generalitat de Catalunya a través de la Oficina Catalana del Canvi Climàtic. Las iniciativas que forman parte de este programa están impulsadas por organizaciones que desarrollan proyectos de impacto positivo, tanto para el medio ambiente como para la sociedad, y que hacen de Cataluña una comunidad más justa y sostenible.

Por otro lado, y teniendo en cuenta nuestra actividad, también hemos querido apoyar un proyecto dedicado a la recuperación de un bioma clave para los ecosistemas de Brasil, El Cerrado, que actualmente se encuentra muy degradado debido a la acción de la agricultura y ganadería intensiva. Este proyecto, llamado "Avoided Conversion Cerrado", tiene un doble objetivo: por un lado, reforestar las zonas degradadas con especies autóctonas, recuperando así los ecosistemas y la biodiversidad, y, por el otro, apoyar a las comunidades locales para su desarrollo y estabilidad.

El proyecto forestal "Avoided Conversion Cerrado" es una iniciativa a largo plazo liderada por un equipo experimentado, dirigido por mujeres y avalado por dos certificaciones internacionales que aseguran que el impacto sobre las comunidades y los ecosistemas son reales (VERRA y Social Carbon).

100% de consumo de energía verde

6.2. Energía

6.2.1. Modelo energético renovable y de autoconsumo

La eficiencia energética y el cambio a energías renovables son un paso básico para reducir el impacto de una empresa; sin embargo, esto representa solo el 55% de las emisiones globales. Para alcanzar a ser una empresa NET Zero, también debemos cambiar la forma en que fabricamos y usamos productos, materiales y alimentos.

La problemática asociada a la energía recae en gran parte en el origen de esta, pero la eficiencia energética, y por ende el consumo, tienen un papel clave en el impacto generado.

El uso de sistemas más eficientes en electrodomésticos, maquinaria, neveras o sistemas de climatización es esencial para hacer esta transición hacia un consumo más sostenible.

Por ello, nuestro modelo energético se basa en el uso de energía 100% renovable en todos nuestros centros del Grupo Veritas. Para asegurar que la energía que consumimos ha sido generada mediante energías renovables, disponemos de un sistema de garantía de origen gestionado por la Comisión Nacional de Mercados de la Competencia (CNMC).

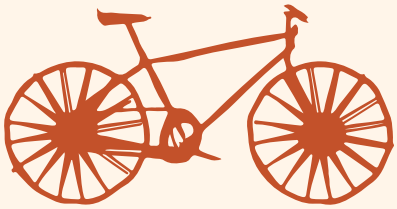
Asimismo, en 2024, siguiendo nuestro plan de eficiencia energética y descarbonización, tenemos placas fotovoltaicas para el autoconsumo, logrando así consumir 425 MWh provenientes de las placas instaladas en nuestro centro logístico de Lliçà y las tiendas de Platja d'Aro, Palafrugell, Arenys, Altafulla, Estepona Paraíso y Campos.

6.2.2. Reducción en el consumo energético

En 2024, hemos llevado a cabo varias acciones dirigidas a reducir el consumo energético, centrándonos en mejorar la eficiencia energética de las tiendas, ya que son una parte muy importante del negocio y, por ello, una pieza clave para reducir el impacto que generamos.

**Consumo de energía y equivalencias 2024*

6.3. Movilidad sostenible



Uno de los mayores retos que tenemos como empresa es poder mitigar el impacto del alcance 3, es decir, aquellas emisiones que se generan de manera indirecta. Sin embargo, desde el 2021 hemos empezado a desarrollar ciertas acciones y cambios que implican una disminución del impacto.

Por un lado, en Veritas tenemos una política que permite el teletrabajo y que promueve las reuniones telemáticas, reduciendo así los viajes de negocios y el desplazamiento de los empleados.

Por otro lado, nos aseguramos de que nuestra flota de vehículos es eléctrica o híbrida y impulsamos y priorizamos la eficiencia en la conducción.

Además, para promover el uso de vehículos eléctricos, tanto para trabajadores como para clientes, hemos instalado varios cargadores eléctricos en las tiendas de Palafrugell, Platja d'Aro, Arenys de Mar y Altafulla.

6.4. Economía circular

Europa se ha puesto las pilas con la sostenibilidad y ha desarrollado una batería de herramientas jurídicas para lograrlo. Lo que parece (y es) una buena noticia para el planeta está siendo un gran reto para las empresas, no solo por los recursos que se necesitan para adaptarse a ellas, sino porque el contexto social y de consumo actual no está preparado para hacer frente a las exigencias requeridas desde las administraciones.

En Veritas, llevamos tiempo trabajando para anticiparnos a lo que, ahora, ya es una obligación, pero encontrar la fórmula perfecta para hacerlo nunca es fácil. En este sentido, en nuestras tiendas encontramos una variedad de envases que hacen de la compra una experiencia cada vez más sostenible. Sin embargo, como sabemos que aún tenemos recorrido de mejora, día a día seguimos buscando maneras de minimizar nuestro impacto.

6.4.1. Reducción de los envases

Con el objetivo de reducir la cantidad de envases que ponemos en el mercado, hemos establecido una política de compra en nuestras tiendas que permite que los clientes puedan venir a comprar con sus propios envases, tales como túperes, vasos o tazas reutilizables y bolsas de tela, o bien que utilicen las cajas de madera o cartón para llevarse la compra a casa.

Además, en las tiendas tenemos la sección a granel, que busca incentivar un cambio de mentalidad en el momento de compra promoviendo la disminución de la cantidad de embalaje o *packaging* que el cliente se lleva a su casa. Asimismo, también apostamos por el uso de embalaje más sostenible con materiales reciclados o compostables.

La circularidad de envases la promovemos a través de sistemas de devolución-retorno en alguno de los productos que vendemos, como por ejemplo:

Botellas de agua Sant Aniol 1 L, con y sin gas: con un porcentaje de retorno del 89%, los clientes devuelven las botellas de agua vacías y nosotros nos encargamos de guardarlas y entregárselas al proveedor, que se encargará de lavarlas y volverlas a poner en el mercado.

73% **80%** **85%** **89%**

Por otro lado, en 2024 lanzamos un proyecto, en nuestras tiendas de Cataluña, de envases retornables llamado ***Devuelve, reutiliza y vuelve a empezar***, con el objetivo de reducir los residuos que generamos como resultado de los productos que vendemos. El objetivo es lograr que los clientes devuelvan las botellas de vidrio de las cremas de verduras y gazpacho marca Veritas, para su lavado y posterior reúso. Por cada botella retornada, devolvemos 0,10 € en la próxima compra. Así pues, por ahora, en Veritas no seguimos el modelo tradicional de los Sistemas de depósito, devolución y retorno (SDDR), en el cual las empresas introducen el depósito dentro del precio del producto, y se devuelve al retornar el envase.

Desde nuestra experiencia, deducimos que el consumidor aún no está acostumbrado a este tipo de sistemas, donde se paga un pequeño "sobrecoste" en el precio del producto a modo de depósito, que se recupera cuando se devuelve ese envase vacío a la tienda. Además de la percepción de un producto más caro, estos sistemas implican un cambio en las dinámicas de los consumidores, que tienen que planificar sus compras con antelación para poder devolver las botellas acumuladas en casa.

Desde inicios del proyecto y hasta diciembre de 2024

14% de retorno

6.4.2. Veritas Textil Project

Por último, y siguiendo con los proyectos de circularidad, destacamos el Veritas Textil Project, un proyecto que tiene como objetivo promover el consumo consciente y responsable dando una segunda vida a ropa que ya no se utiliza, en colaboración con la Fundación Humana.

El sistema funciona a través del aprovechamiento de la logística inversa, para que los clientes puedan elegir, de manera gratuita, donar su ropa en el momento que reciben la compra online. De esta manera, les ofrecemos un proceso inmediato y cómodo para incentivar el reciclaje de la ropa.

Así, lo más importante del proyecto es la trazabilidad de la ropa recogida. Solamente un 3% del total de la ropa que se recoge anualmente no se puede reciclar, y el resto se destina mayoritariamente a tiendas de segunda mano y entidades sociales.

Ropa recogida

1.385,94 kg

CO_2 ahorrado

8.448 kg

En 2024 logramos aprovechar más de 1.385,9 kg de ropa, ahorrando desde 2022 un total de 27.277 kg de CO_2 eq.

6.5. Residuos

En Veritas trabajamos conjuntamente con las tiendas, el almacén y los centros productivos para reducir al máximo los residuos que generamos. Además, tenemos una política de lucha contra el desperdicio alimentario para reducir al máximo el alimento que acaba como residuo y donarlo a entidades sociales locales.

Asimismo, muchas de nuestras tiendas tienen un sistema de logística inversa que nos permite devolver los residuos plásticos y de papel y cartón al almacén y tratarlos a través de un gestor especializado de residuos.

6.6. Buenas prácticas de proveedores

En Veritas pensamos que las empresas pueden tener un rol transformador dentro de nuestro ecosistema social, medioambiental y empresarial. También somos conscientes de que los cambios no se generan de manera aislada, sino que cobran más fuerza y sentido cuando se trabaja en cooperación. Precisamente, este concepto de **"comunidad"**, propio de las empresas **B Corp** como Veritas, es el que nos ha motivado a desarrollar la iniciativa que explicamos a continuación.

Por este motivo, Tenemos la inquietud de compartir con nuestros compañeros de viaje (nuestros proveedores de productos y servicios) las buenas prácticas realizadas, tanto sociales como medioambientales, bajo la premisa de aprender los unos de los otros. Por este motivo, en 2024, hemos creado un "Manual de buenas prácticas" que hemos enviado al conjunto de nuestros colaboradores. Además, parar aterrizar más los conceptos y ejemplos prácticos de actuación, hemos definido un cuestionario de unas 30 preguntas para evaluar la situación presente de cada uno, adaptado a cada tipo de negocio (servicios, sector primario, distribuidores y elaboradores de productos alimenticios y no alimenticios).

Finalmente, y con el objetivo de marcar unos incentivos hacia la mejora constante, hemos definido unos parámetros para nominar a los proveedores con un alto nivel de buenas prácticas de impacto positivo como "Veri-transformadores". Dichos agentes de cambio positivo recibirán unas condiciones de pago preferentes de la mano del Banco Sabadell, que apuesta a su vez por potenciar la economía sostenible de verdad.

57% de proveedores han alcanzado el nivel de proveedor Veri-transformador, que representan el 66% de las compras de Veritas en 2024.

45% de nuestros proveedores, que representan el 64% de las compras de Veritas.

7. Impacto social

Entidades **beneficiadas:**

Total donaciones
45.140 €

7.1. Productos solidarios

7.1.1. Productos Oxfam Intermón

La colaboración entre Veritas y Oxfam Intermón surge como resultado del objetivo común de promover un comercio justo y consciente que respete los derechos de las personas, impulse el crecimiento de las comunidades locales y les proporcione una vida digna a través de la producción de alimentos ecológicos y sostenibles.

Este compromiso compartido se formalizó en 2018 a través de un *co-branding* entre las dos empresas, para productos como la panela y el café, y más tarde, el chocolate (cacao).

Los productos resultantes de esta unión entre las dos empresas son productos de comercio justo que facilitan la creación de entornos seguros que garanticen el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores.

Para asegurar que se cumplen estas condiciones, los productos que comercializamos están certificados por FLOCERT (FLO), que avala que tanto los productores como los comerciantes cumplen con los estándares de comercio justo.

En 2024-2025, hemos impactado en una media anual de 101 personas y sus respectivas familias, de las cuales un 25% son mujeres, que han podido vivir de manera digna durante un año completo. Las personas impactadas pertenecen a 6 grupos productores de 6 países diferentes:

COOPROAGRO (Rep. Dominicana)
CAES PIURA (Perú)
CECAQ-11 (São Tomé)
ACPCU (Uganda)
MANDUVIRÁ (Paraguay)
KARYA MANNUNGAL (Indonesia)

Además, los estudios de huella realizados por Oxfam Intermón muestran que las emisiones de carbono de nuestros productos son inferiores a las de un producto convencional similar. De esta forma, en total hemos conseguido evitar emitir 35,15 toneladas de CO_2 equivalente:

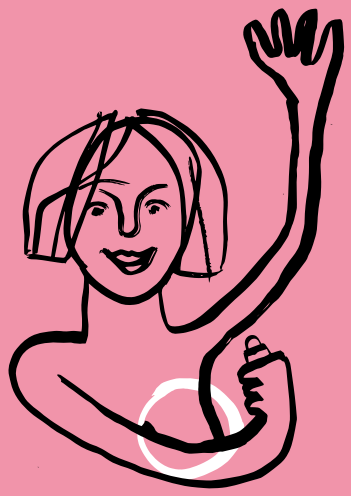
Por el café verde: 3,16 toneladas de CO_2 equivalente.

Por el azúcar: 0,91 toneladas de CO_2 equivalente.

Por el chocolate: 31,08 toneladas de CO_2 equivalente.

Todas estas toneladas equivalen a 35 trayectos entre Madrid y Nueva York o las emisiones captadas por 1.674 árboles adultos en un año.

7.1.2. Desodorante solidario



En el marco del activismo social, y para hacer efectivo el impacto social positivo, en 2019 lanzamos el primer producto solidario con el objetivo de recaudar dinero para donarlo íntegramente a una causa social. Este primer producto fue el desodorante ecológico y solidario Viridis, un producto de higiene femenina completamente libre de sustancias químicas y perjudiciales para la salud de la mujer.

Según diversos estudios, el uso prolongado de desodorantes con ingredientes químicos está asociado a un incremento del riesgo de padecer cáncer de mama; por ello, quisimos hacer un producto que no perjudicara la salud de la mujer.

En 2024 finalizamos la campaña. Desde el inicio del proyecto, hemos donado 45.000 euros a 5 entidades para mejorar el bienestar de muchas mujeres:

45.000 €
Total campaña (2019-2024)

CMM
(Cáncer de Mama Metastásico)

APAAC
(Asociación Pitiusa de Ayuda a Afectados de Cáncer)

ACAMBI
(Asociación de Cáncer de Mama y/o Ginecológico de Bizkaia)

Asociación Carena

(DIAMAV)
(Fundación Fero, con el Programa de Diagnóstico Molecular Avanzado Vall d'Hebron)

7.1.3. Chocolate ecológico y solidario Veritas

En 2024 también finalizamos la campaña del chocolate solidario, un producto con un 72% de cacao, ecológico y sin azúcares añadidos, con el objetivo de dar visibilidad a la salud mental y apoyar a las asociaciones locales que la tratan. Al igual que en el desodorante solidario, el 100% del dinero recaudado se ha donado a entidades que tratan a las personas que sufren este tipo de trastornos o a sus familias.

Tras dos años, la campaña para dar visibilidad a la salud mental concluye con más de 34.000 unidades de chocolate ecológico y solidario vendidas y un total de 30.687 euros repartidos entre 6 entidades que trabajan a favor de la salud mental.

Entidades **beneficiadas:**

SJD Sant Joan de Déu Barcelona · Hospital

La Niña Amarilla

SMC salutmental Catalunya Federació

confederación SALUD MENTAL españa

3 tres salut mental

Clínic Barcelona

13.500 €
donados (2024)

30.687 €
total de la campaña (2019-2024)

7.1.4. Croissant solidario

En enero de 2024, también finalizó la campaña “Diferentes, pero igual de buenos”, que lanzamos en noviembre de 2023 para hacer entender a la población que, al igual que todos nuestros croissants ecológicos y artesanales tienen diferente aspecto, pero de sabor están igual de buenos, todas las personas, pese a nuestras diferencias, somos iguales, tenemos los mismos derechos y deberíamos tener las mismas oportunidades.

El objetivo de la campaña fue sensibilizar a nuestros clientes y población en general sobre la importancia del respeto, la igualdad y la inclusión de personas con diversidad funcional, a la vez que recaudar dinero para ayudar a la Fundación Grupo SIFU a desarrollar sus proyectos.

2.929 €
donados
2024 (enero)

7.2. Donaciones

7.2.1. Ecos solidarios

Nuestros clientes del Club Veritas tienen la opción de donar los ecos que acumulan con sus compras a Cruz Roja para apoyar diferentes causas sociales. En este sentido, dos veces al año hacemos una donación de alimentos a Cruz Roja y, además, también, durante el 2024, hemos hecho campañas puntuales, entre las que destacamos la donación de productos a los afectados por la DANA en Valencia.

Acciones DANA:
Para apoyar a las familias afectadas por el fenómeno meteorológico DANA, desde Veritas hicimos las siguientes acciones:

- Campaña de donación de ecos a la Cruz Roja:
Se realizó una campaña específica para donar ecos a la organización humanitaria con el fin de ayudar a las personas afectadas.

- Donación de productos a Oxfam Intermón:
Entregamos productos a la oenegé para la elaboración de cestas solidarias, destinadas a recaudar fondos en apoyo a personas damnificadas.

- Voluntariado corporativo en la Comunidad Valenciana:
Parte del equipo de Veritas ubicado en la zona participó en una jornada de voluntariado corporativo junto a Oxfam Intermón para ayudar a elaborar las cestas solidarias.

- Donación de los beneficios nuestras galletas solidarias:
Donamos a Cruz Roja los beneficios obtenidos por la venta de nuestras galletas, elaboradas en nuestro obrador, para apoyar a las personas damnificadas.

7.2.2. Donaciones desde tiendas

Asimismo, en el marco de la lucha contra el desperdicio alimentario, y para seguir creando impacto positivo en el territorio, desde todas nuestras tiendas colaboramos, de forma periódica, con más de 70 entidades sociales locales.

La gestión de las entidades en Cataluña se lleva a cabo a través del proyecto Pont Alimentari, liderado por la Fundación Banc de Recursos y por Rezero. Llevamos colaborando en el proyecto, de manera conjunta, desde el año 2017, donando la merma de nuestras tiendas a diferentes entidades sociales, con el objetivo de poder acercar una alimentación saludable, sostenible y de calidad a colectivos que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

7.2.3. Campaña “Somos Reyes Magos”

Con el objetivo de hacer llegar producto ecológico y de calidad a personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad, por séptimo año consecutivo seguimos llevando a cabo la iniciativa Somos Reyes Magos.

La acción consiste en que cada tienda, de manera voluntaria, prepare un lote lleno de alimentos ecológicos y sostenibles para entregar a una entidad, fundación o asociación sin ánimo de lucro, con la que decidan colaborar.

Una vez entregados, cada entidad social gestiona estos productos de la manera que cree más conveniente; por ejemplo, dirigiendo los lotes a un comedor social, a un piso de acogida, o a una casa con una familia con dificultades económicas. La cuestión es ayudar al máximo número de personas posible y contribuir a su alimentación positivamente.

En 2024, 77 de nuestras tiendas han participado en la iniciativa y han regalado cestas con alimentos ecológicos a un total de 65 entidades sociales localizadas entre Cataluña, el País Vasco, la Comunidad Valenciana, Madrid, Andorra, Navarra y las Islas Baleares. Cada tienda ha donado productos valorados entre 100 y 120 euros.

7.3. Voluntariado corporativo

Sabemos que la sociedad no es igualitaria y que no todo el mundo tiene acceso a los mismos recursos ni tiene las mismas o oportunidades; por ello, y con el objetivo de mejorar esta situación y de generar impacto positivo en la sociedad, hace más de cinco años que colaboramos activamente con la fundación BarcelonActua cediendo el espacio Terra Veritas y donando alimentos para uno de sus programas sociales.

Asimismo, lanzamos un proyecto de voluntariado corporativo que impulsa a los trabajadores de Veritas a participar en estas sesiones como voluntarios, para ayudar a cocinar unos menús que más tarde se reparten en la entidad Llar del Raval.

En esta actividad de cocinado participan personas usuarias de los distintos proyectos de BarcelonActua y trabajadores de Veritas. Además, en la actividad de voluntariado también incluimos acciones de análisis y corrección de currículums o un role-play de entrevistas, poniendo así nuestro granito de arena para ayudar a todas las personas que lo quisieran.

7.4. El Gran Recapte

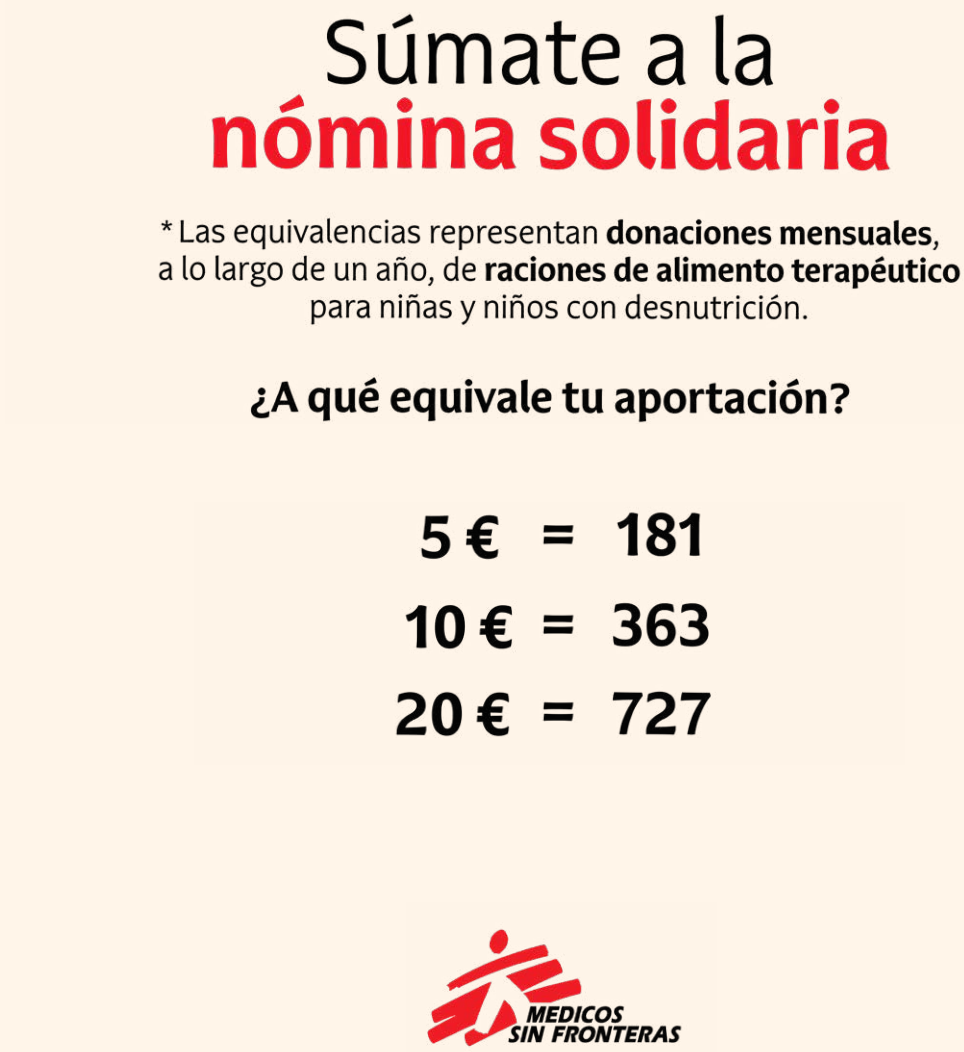
El 22 y 23 de noviembre de 2024 Veritas se sumó, un año más, al Gran Recapte, una campaña que promueve el Banco de Alimentos de Cataluña, con el objetivo de informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre la realidad de pobreza alimentaria que existe en nuestra sociedad. Los clientes de Veritas podían comprar productos ecológicos como aceite, leche, pasta, arroz y conservas en las tiendas de Cataluña y hacer una donación. Además, la iniciativa también busca favorecer la donación de alimentos y promover el voluntariado continuo a lo largo del año.

En esta edición, debido a los graves acontecimientos sufridos por la DANA, se dieron el 50% de las donaciones recibidas a las zonas afectadas.

7.5. Nómina solidaria

En Veritas colaboramos con Médicos Sin Fronteras con la Nómina Solidaria, en la cual nuestros trabajadores pueden hacer una donación a la organización humanitaria a través de su nómina, con el añadido de que por cada importe donado Veritas aporta el mismo valor que el empleado.

MSF es una organización médico-humanitaria independiente que no depende de donantes institucionales, y esto garantiza capacidad de decisión para actuar y para denunciar las causas del sufrimiento humano.



8. Impacto en comunicación

En Veritas también creemos que es muy importante divulgar nuestro conocimiento sobre alimentación ecológica y consumo responsable. Por eso, ofrecemos información rigurosa para ayudar a las personas a tomar decisiones de compra acordes con lo que ellos quieren, su filosofía y su estilo de vida. Creemos que la información nos empodera para que tomemos decisiones coherentes. Esto nos crea consciencias felices y nos impulsa a ser nuestra mejor versión.

8.1. 'Newsletter' y redes sociales

Aparte de la revista *Veritas*, desarrollamos nuestra propia *newsletter*, a través de la cual impactamos a nuestros clientes semanalmente con promociones y cupones personalizados, contenidos sobre nutrición, recetas, menús, consejos sobre un estilo de vida saludable, novedades en productos y talleres.

Otro medio a través del cual difundimos nuestros contenidos son las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y, recientemente, TikTok. En los últimos años hemos hecho una apuesta clara para generar colaboraciones con *influencers*, sorteos, promociones, vídeos y acuerdos con patrocinadores para generar contenido creativo, dinámico y de calidad.

Datos de las redes sociales
N.º de seguidores:

85,10 k **27.14 k** **32,31 k** **3,60 k**

Datos de la *newsletter*

N.º de e-mails enviados:
6.696.697 e-mails

N.º de personas impactadas:
110.000 clientes

8.1.1. Tu mejor versión en nuestras redes sociales

Veritas es más que un supermercado ecológico, es un compromiso con el mundo y las personas, una forma de vida. Por eso, nos esforzamos diariamente por alcanzar nuestra mejor versión y contribuir desde nuestro espacio a transformar el mundo. En este sentido, durante 2024 hemos impulsado que la gente cuente por redes sociales cuál es su mejor versión. Estos son los *influencers* que han participado en la campaña durante este año:

Marta Marcè (@marta_marce)

Laura Peinado (@laurapeinadorodriguez)

Alex Gilbert (@aleex3)

Bea Gómez (@bealnatural_)

Lorena Izquierdo (@lorenaleft)

Maite Irulegi (@maiteirulegi)

Berta Aroca (@berta.aroca)

Ibai Vegan (@ibaivegan)

Míriam Fabà (@veganeando)

Ari Grau (@keto_aove)

Ally Viamalama (@ally_viamalama)

Gina Estapé (@myhealthybites)

Anna Torelló (@thehappyavocadooo)

Alba Parejo (@albaparejo_)

Sergio y Rafa (@hablandoderaciones)

Augusta Thoenig (@augustathoenig)

8.2. Revista

La revista *Veritas* es uno de los servicios mejores valorados por nuestros clientes. La ofrecemos de forma mensual y gratuita en todos nuestros supermercados y en formato digital online.

Está disponible tanto en versión online como en formato papel, e incluye artículos, entrevistas y estudios científicos sobre nutrición y estilo de vida, a la vez que una gran variedad de recetas saludables. Todos sus contenidos están desarrollados en colaboración con una sólida red de profesionales especialistas de primer nivel.

Siete nutrientes que no deben faltar en tu dieta vegana o vegetariana

Formato papel:
+ de 300.000
ejemplares

Formato digital:
+ de 15.000
lecturas

8.3. Terra Veritas

Terra Veritas es el espacio de cocina y bienestar de los supermercados Veritas. Alquilamos la sala a empresas y particulares para que realicen sus eventos sobre alimentación y estilo de vida saludable, entre otros. Además, también es un punto de encuentro entre expertos en diversos ámbitos de la salud y la nutrición para compartir sus conocimientos con todos aquellos que quieren sacar el máximo partido de los ingredientes ecológicos. Durante el año 2024, se realizaron 140 eventos en Terra Veritas.

8.4. Los talleres de cocina y bienestar de Veritas

Los talleres de Veritas son un servicio que ofrecemos a todas las personas que quieran cuidarse y aprender sobre cocina, bienestar y estilos de vida saludable. Cada mes presentamos un calendario con talleres online y presenciales de la mano de los mejores profesionales del sector. De esta manera, mes a mes programamos entre cuatro talleres presenciales y cuatro talleres online y gratuitos con la colaboración de proveedores de productos ecológicos.

A inicios de 2024, ofrecíamos talleres online y presenciales, pero nos dimos cuenta de que los online tenían más buena acogida. Por este motivo, a partir de septiembre de 2024 empezamos a ofrecer solo talleres virtuales.

N.º de inscripciones

Presenciales
158

Online
15.225

Total
15.300

8.5. El Comercio y las Escuelas

El Comercio y las Escuelas es un proyecto del Ayuntamiento de Barcelona que promueve el conocimiento del entorno cultural e histórico del comercio de proximidad entre las escuelas de Barcelona. El objetivo es que los niños y jóvenes empiecen a crear una consciencia crítica y responsable de consumo desde pequeños.

Veritas participa en este proyecto organizando actividades divulgativas sobre alimentación ecológica para diferentes escuelas con niños y jóvenes de edades comprendidas entre los 5 y los 18 años. Las actividades se realizan en el espacio de cocina y bienestar Terra Veritas, en la calle Diputación, 247, de Barcelona, donde el alumnado puede visitar el supermercado y conocer sus productos, además de realizar una actividad sobre alimentación ecológica en el espacio.

Datos de actividades

Enero: Colegio L' Arenal de Llevant
i5 – 22 niños y niñas

Febrero: Vida Montserrat
1.º de IFE – 11 niños y niñas con necesidades educativas especiales

Junio: Instituto Rambla Prim
3.º de ESO – 27 chicos y chicas con necesidades educativas especiales

8.6. Atención al cliente Veritas

El Servicio de Atención al Cliente (SAC) de Veritas representa uno de los pilares fundamentales en la relación entre una empresa y sus clientes. Más allá de resolver incidencias o responder consultas, el SAC es una herramienta estratégica que contribuye activamente a la fidelización, la mejora continua de productos o servicios, y la reputación corporativa. En 2024, hemos incorporado el chat en vivo para tener una herramienta más cercana de consulta para nuestros clientes.

Datos

Total de consultas: 24.201

Total de satisfacción: 89,3%

Nuevos canales:
WhatsApp: *activo desde abril del 2023*

Chat en vivo: *activo desde enero del 2024*

8.7. Manual de crisis de comunicación

Con el objetivo de ser nuestra mejor versión en términos de comunicación, en 2024, elaboramos el "Manual de crisis de comunicación". El documento pretende acompañar a la empresa en la adaptación de los sistemas de gestión de crisis, con el objetivo de responder de manera eficaz y eficiente ante una situación inesperada con impacto potencial sobre nuestro negocio o reputación.

9. PERSONAS

9.1. Estructura de gobernanza

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
Órgano ejecutivo

Misión

Trazar el rumbo de la acción corporativa a largo plazo para asegurar su sostenibilidad y alinear los intereses de los socios con el bien del negocio.

Componentes

Consejeros de administración:

Silvio Elias Marimón
Silvio Elias de Gispert
Carles Torrecilla Gumbau
Roger Martí Bosch
Josep Pont Amenós
Elisabeth Hofmann

Otros miembros:

Anselmo Méndez (CEO)
Emilio Vilà Simón

Frecuencia de reunión

Mensual (3.er martes, 9.00-13.00 h)

COMITÉ DE DIRECCIÓN
Órgano informativo

Misión

Compartir las acciones y decisiones más relevantes de cada departamento con el resto del equipo, tanto en referencia al mes anterior como el/los siguientes.

Componentes

Comité de dirección:

Laura Tornay
Eduardo García
Anselmo Méndez
Emilio Vilà Simón
Sophie Pagnon
Álvaro Martín

Directores de unidad de negocio:

Carmen Moseke
Roger Ripoll
Francesco Lugli
Joaquín Belón
Dani González
Eulàlia Planas
Silvia Fillola
Mireia Anglada
Angel Zamora

Frecuencia de reunión

Mensual (2.º viernes, 9.00-13.00 h)

COMITÉ DE GERENCIA
Órgano ejecutivo

Misión

Controlar el avance del resultado de cuentas de pérdidas y ganancias del mes pasado y en curso en base a todas las partidas y unidades de negocios y poder tomar decisiones en consecuencia. Consensuar decisiones relevantes (operativas o conceptuales) y transversales del negocio.

Órgano operativo y decisivo

Componentes

Anselmo Méndez
Emilio Vila Simón
Sophie Pagnon
Carmen Moseke

Frecuencia de reunión

Semanal (lunes, 16.00-19.00 h)

COMITÉ COMERCIAL
Órgano informativo

Misión

Consensuar las campañas comerciales y definir la operativa y comunicación para asegurar su éxito desde todas las áreas.

Órgano operativo y decisivo

Componentes

Carmen Moseke
Pedro Hidalgo
Alex Gracia
Rafa Amo

Frecuencia de reunión

Semanal (martes, 11.00-13.00 h)

9.2. Empleo fijo y de calidad

La última reforma laboral de 2022 tiene por objetivo reducir la precariedad laboral, por eso establece medidas de control que reduzcan la contratación temporal. De esta forma, se garantiza que las empresas prioricen los contratos indefinidos.

En Veritas llevamos más de 20 años apostando por la contratación indefinida con el objetivo de ofrecer la máxima estabilidad y calidad de empleo a las personas trabajadoras.

N. total de personas trabajadoras
906

Contratos indefinidos
682

N. de puestos
40

Porcentaje de mujeres
71%

Personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión
2%

9.3. Conciliación familiar y laboral

Durante 2024, un total de 27 personas trabajadoras han sido madres y padres, y actualmente tenemos un total de 60 compañeros y compañeras que están disfrutando de adaptación de jornada o reducción por motivos de conciliación familiar.

9.4. Cuidando el bienestar de nuestras personas

En Veritas es muy importante el bienestar emocional de nuestros trabajadores. Por este motivo, llevamos a cabo una serie de iniciativas enmarcadas en un paraguas común que llamamos “Programa de bienestar” o wellbeing. Las iniciativas más destacadas son:

Salud mental

La salud mental es un componente crucial de la calidad de vida, tanto a nivel personal como laboral, y en Veritas estamos comprometidos en seguir proporcionando los recursos necesarios para promover un equilibrio emocional sólido entre nuestros trabajadores y trabajadoras. Por este motivo, en 2024 presentamos Psonríe, un servicio de acompañamiento emocional, psicológico y totalmente anónimo 24/7. Con este nuevo beneficio del programa de bienestar de Veritas, una vez más, queremos hacer realidad nuestro compromiso con el bienestar integral, demostrando nuestro impacto positivo, nuestra pasión por crear un ambiente saludable y nuestra amabilidad al ofrecer apoyo a todos los empleados y empleadas.

Programa para dejar de fumar

En 2024, siguiendo con el objetivo de cuidar la salud de las personas y promover hábitos saludables, iniciamos una colaboración con la AECC para acompañar a aquellas personas empleadas que quieran dejar de fumar. En este sentido, ofrecemos un taller de deshabituacion tabaquica de la mano de una psicóloga especialista de la Asociación Española Contra el Cáncer.

Actividades deportivas

Dentro del itinerario de bienestar también impulsamos la práctica del deporte, sobre todo en las personas empleadas con posiciones más sedentarias. Por este motivo, ofrecemos clases de yoga y entreno funcional de forma semanal en nuestro espacio Terra Veritas. Estas actividades potencian el trabajo en equipo, promueven hábitos de vida saludable, reducen el estrés y, en definitiva, tienen un impacto positivo en los equipos.

Veritas Pure Air

En Veritas se respira aire limpio. Cuidar la salud de las personas y del planeta va más allá de la alimentación saludable. Por este motivo, impulsamos Veritas Pure Air, un proyecto de purificación del aire en espacios interiores, pionero y único. El objetivo es que nuestros trabajadores y clientes respiren aire limpio en nuestras tiendas y centros de trabajo.

Veritas Menstrual Point®

En Veritas tenemos un fuerte compromiso con la mujer que nos ha llevado a apostar por iniciativas solidarias que ponen especial énfasis en sus derechos y necesidades. Por este motivo, nuestras empleadas han sido las primeras en poder acceder al Veritas Menstrual Point®, un servicio que ofrece de forma accesible y gratuita productos de higiene menstrual. De esta manera, tenemos compresas y tampones ecológicos en todas nuestras tiendas y centros de trabajo para el uso de las personas menstruantes que trabajan en Veritas.

Además, nuestras empleadas también han recibido la formación que imparte el movimiento social Menstrual Point® en organizaciones y centros educativos sobre salud menstrual.

Para saber más sobre el proyecto, ve al apartado "Impacto social".

9.5. Oportunidades de desarrollo personal y profesional

En Veritas apostamos por la formación continua y destinamos importantes recursos, tanto personales como económicos, para fomentarla. Gracias a nuestros planes de formación, conseguimos tener equipos de calidad, un crecimiento sostenido y la satisfacción de nuestros clientes.

En este sentido, para hacer evolucionar nuestra empresa, ofrecemos oportunidades de desarrollo personal y profesional a nuestro equipo para capacitar a las personas y mejorar sus competencias, ya que para nosotros son una herramienta de cambio y mejora continuos.

9.5.1. Formaciones

El aprendizaje de las personas que trabajan en la empresa es también la mejora y el desarrollo de esta, por este motivo impulsamos planes de formación que ayuden a crecer profesionalmente a los empleados.

De esta forma, tenemos los planes siguientes:

Formación inicial, donde las personas empleadas tienen la oportunidad de conocer nuestra empresa, filosofía y forma de hacer las cosas. Además, también son espacios para acompañar a los trabajadores en el trato adecuado con el cliente, tanto interno como externo, y para que puedan resolver dudas.
Formación recurrente y periódica, para que las personas empleadas siempre estén al día de las últimas campañas y novedades Veritas.
Formación sobre producto ecológico, donde se transmiten los conocimientos que deben aplicar en el día a día.
Formación específica, donde se desarrollan las habilidades necesarias para poder realizar las tareas correspondientes al puesto que van a ocupar.

Horas de formación

1.272

Número de grupos

93

Participantes

792

Competencias que desarrollamos mediante nuestra formación:

ADN Veritas
Innovación
Orientación al cliente
Planificación y organización
Gestión de tienda
Liderazgo
Desarrollo de personas

9.5.2. Programa de prácticas no laborales

En 2024, se consolidaron 22 programas de fomento de la ocupación de personas con dificultades para la empleabilidad. Estos programas han consistido en acoger a personas en prácticas a la finalización de su formación para poder adquirir las estrategias, habilidades y competencias personales y profesionales necesarias para su desarrollo en el mundo laboral.

Las organizaciones, fundaciones y asociaciones con las que hemos colaborado y que han llevado a cabo estos programas han sido:

- **TEB**
- **Integra Mallorca**
- **Fundació Deixalles (Mallorca)**
- **Fundació Adecco**
- **CFP Mataró**
- **Xarxa Xib**
- **BarcelonActua**
- **Creu Roja**

9.5.3. Promociones internas

La promoción interna es uno de los ejes principales del departamento de personas, siendo el máximo exponente de esta el hecho de que todos los regionales de operaciones del departamento de ventas son fruto de dicha promoción interna. Adicionalmente, en 2024 un total de 90 personas asumieron nuevas y mayores responsabilidades dentro de la empresa.

9.6. Prevención de riesgos laborales

En Veritas, seguimos reconociendo la importancia de garantizar un entorno laboral seguro y saludable para todas las personas trabajadoras. Desde la constitución de nuestro Servicio de Prevención Propio, hemos reforzado nuestro compromiso con la mejora continua y el desarrollo de una sólida cultura preventiva.

Nuestra política de seguridad y Salud en el trabajo se sustenta en los siguientes principios y objetivos:

Promoción de la seguridad y la salud. Entendemos que la prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales es esencial para proteger la salud física y mental de todos los integrantes de la organización. Por ello, identificamos y evaluamos riesgos, incluidos los psicosociales, considerando factores como la carga de trabajo, la supervisión y la participación. Esto nos permite implementar medidas para reducir el estrés laboral y fomentar un ambiente de trabajo saludable y motivador.

Mejora continua. Somos conscientes de que la excelencia en la prevención de riesgos laborales requiere un proceso constante de evolución. Por tanto, seguimos comprometidos con la mejora continua de nuestro sistema de gestión de seguridad y Ssalud en el trabajo (SGSST), mediante la revisión periódica de nuestras prácticas y la implementación de medidas correctoras eficaces.

Participación activa. Fomentamos un entorno de trabajo colaborativo en el que se valora la participación activa de las personas

trabajadoras en la identificación de riesgos y en la propuesta de mejoras preventivas. Promovemos la comunicación abierta y la implicación en actividades formativas y de sensibilización en materia de seguridad y salud laboral.
Cumplimiento normativo y compromiso voluntario. Mantenemos nuestro compromiso con el cumplimiento de la legislación vigente en materia de prevención, así como con la adopción de estándares internos que refuercen nuestra cultura preventiva y se alineen con nuestros valores corporativos. Durante 2024, gracias al esfuerzo conjunto de los equipos y al refuerzo de las medidas preventivas implementadas, hemos logrado una nueva reducción en el número de accidentes laborales con baja médica en nuestros centros de trabajo. Esta mejora se refleja en una disminución continuada del índice de incidencia, consolidando así una tendencia positiva que demuestra la eficacia de nuestras acciones y el compromiso compartido con la seguridad y la salud en el trabajo.

9.7. Conductas éticas y profesionales

El comportamiento ético y la lucha contra la corrupción son principios fundamentales de nuestro modelo de gobernanza, de manera que fomentamos que nuestros trabajadores y trabajadoras actúen con integridad e imparcialidad en la toma de decisiones y en las relaciones con terceros.

9.7.1. Comportamiento ético

En cumplimiento del artículo 31 bis del Código Penal, hemos elaborado un Programa de Prevención de Delitos cuyo principal objetivo es prevenir o, en su caso, mitigar la comisión de delitos por parte de los trabajadores/as y miembros directivos cuando actúan en nombre del grupo en el desempeño de sus actividades laborales. Para cubrir dicha responsabilidad, disponemos de diferentes seguros que cubren cualquier contingencia por la responsabilidad de la empresa. Asimismo, nos comprometemos con la aprobación de un Código de Conducta y de unas Pautas de Conducta Ética en los que se establecen unos criterios básicos de actuación, procurando que nuestros trabajadores/as y miembros directivos los apliquen en el desempeño de sus actividades laborales. Para ello, toda la plantilla recibe un Plan de Formación basado en el modelo de Personas de Veritas.

9.7.1.1. Código de conducta de proveedores

En 2024, elaboramos un código ético para nuestros proveedores o colaboradores con el fin de marcar unas directrices de comportamiento que consideramos esenciales para poder desarrollar acuerdos, de cualquier tipo, además de asegurar que la relación de Veritas con sus proveedores cumple con unos requisitos mínimos de acuerdo con el contexto legal y económico en el que operan.

Los valores de conducta de Veritas se dividen en los siguientes principios:

1. Cumplimiento de la legalidad

2. Protección de la información

3. Integridad y transparencia en la actuación

4. Respeto por las personas y los derechos humanos

5. Protección del medio ambiente

6. Control e incumplimiento del Código

9.7.2. Lucha contra la corrupción y el soborno

En materia de lucha contra la corrupción y el soborno, en Veritas estamos comprometidos con el cumplimiento de las normas. Nuestra voluntad es definir y promocionar una cultura de cumplimiento a través de un modelo de ética e integridad y de lucha contra la corrupción y otras conductas ilícitas. Nuestro objetivo es lograr que todos los miembros directivos y trabajadores/as ejerzan sus funciones con responsabilidad, diligencia y transparencia, asegurando un sistema de control adecuado que permita prevenir y detectar riesgos de cumplimiento. En este sentido, contamos con la Política sobre Ventajas y Beneficios Económicos (política de regalos) y de Pautas de Comportamiento de las Administraciones Públicas y Particulares.

Durante el año 2024, Veritas no hemos detectado casos de corrupción ni soborno, ni de discriminación o vulneración de los derechos humanos, ni incumplimientos de carácter medioambiental, ni de la Regulación General de Protección de Datos, ni de la Política de Ventajas y Beneficios Económicos y de Pautas de Comportamiento con las Administraciones Públicas y Particulares.

12. Índice GR

La siguiente tabla presenta el índice de contenidos básicos generales y específicos de la organización Global Reporting Initiative (GRI) según los estándares GRI.

Contenido de la memoria

Bloque/Sección	N.º del estándar GRI	Título del estándar GRI	N.º de divulgación	Título de divulgación	N.º de página
1. Sobre la memoria	GRI 102	Información general	102-1	Nombre de la organización	3
	GRI 102	Información general	102-46	Definición del contenido del informe y de los límites temáticos	3
	GRI 102	Información general	102-50	Periodo del informe	3
	GRI 102	Información general	102-52	Ciclo de elaboración de la memoria	3
	GRI 102	Información general	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre la memoria	3
	GRI 102	Información general	102-54	Declaración de elaboración de la memoria de conformidad con los estándares GRI	3
3. Sobre Veritas	GRI 102	Información general	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	8-9
	GRI 102	Información general	102-4	Localización de las actividade	10
	GRI 102	Información general	102-6	Mercados servidos	10
4. Productos ecológicos	GRI 102	Información general	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	12, 13, 15, 17 y 18
	GRI 102	Información general	102-09	Cadena de suministro	15
	GRI 204	Prácticas de adquisición	204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	15
6. Sostenibilidad	GRI 305	Emisiones	305-1	Emisiones de GEI directas (alcance 1)	23
	GRI 305	Emisiones	305-2	Emisiones indirectas de energía (alcance 2) de GEI	23
	GRI 306	Emisiones	305-3	Emisiones indirectas de energía (Alcance 3) de GEI	23
	GRI 305	Emisiones	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	24
	GRI 302	Energía	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	25
	GRI 302	Energía	302-4	Emisiones indirectas Reducción del consumo de energía	25
	GRI 301	Materiales	305-2	Materiales reciclados utilizados	27
	GRI 301	Materiales	305-3	Productos reciclados y sus materiales de embalaje	29

7. Impacto social	GRI 102	Información general	102-12	Importantes impactos económicos indirectos	30
	GRI 203	Impactos económicos indirectos	203-2	Importantes impactos económicos indirectos	30
	GRI 413	Comunidades locales	413-1	Operaciones con compromiso con la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	33
11. Personas	GRI 102	Información general	102-7	Escala de la organización	40
	GRI 102	Información general	102-8	Información sobre los/las empleados/as y otros/as trabajadores/as	41
	GRI 102	Información general	102-35	Políticas de remuneración	41
	GRI 401	Empleo	401-1	Contratación de nuevos/as empleados/as y rotación de personal	41
	GRI 401	Empleo	401-3	Baja por maternidad/paternidad	41
	GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	42
	GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-3	Servicios de salud laboral	42-43
	GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-5	Formación de los/las trabajadores/as en materia de salud y seguridad en el trabajo	44
	GRI 404	Formación y capacitación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado/a	44
	GRI 404	Formación y capacitación	404-2	Programas de mejora de las competencias de los/las empleados/as y programas de ayuda a la transición	44
	GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	45
	GRI 102	Información general	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	46
	GRI 102	Información general	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	47
	GRI 205	Anticorrupción	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas adoptadas	47
	GRI 206	Comportamiento anticompetitivo	206-1	Acciones legales por comportamiento anticompetitivo, antimonopolio y prácticas monopolísticas	47
12. Índice GRI	GRI 102	Información general	102-55	Índice de contenidos GRI	48

veritas