

**Informe** de Actividad  
y Responsabilidad  
Social Corporativa

2022



”

En Alcampo, ¡queremos cambiar la vida! Por eso trabajamos para hacer realidad nuestra visión: **comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta**, y lo hacemos siendo fieles a nuestros valores: confianza, apertura y excelencia.





# Índice

## **Carta de Américo Ribeiro 4**

## **Cifras clave 8**

## **Resultados 2022 10**

### **Desarrollo de las tiendas 11**

Un proyecto para avanzar  
en el desarrollo 12

### **Proximidad digital 13**

## **Lo bueno, lo sano y lo local 14**

### **Producto y pasión... pasión por el producto 16**

Productos de mercado  
y profesionales de oficio:  
tándem para la distinción 16

Productos Alcampo  
en el corazón 18

Libertad de elección y disfrute 20

Un surtido amplio para cubrir  
todas las necesidades 23

## **Comer bien y vivir mejor 26**

Acciones e innovaciones de base  
para alimentarse bien 27

El gusto de alimentarse bien 28

La meta de practicar hábitos  
saludables 29

Buena alimentación para todos:  
Fundación Alcampo 29

### **Arraigo a la tierra y admiración por quienes la trabajan 34**

Figuras de calidad como garantía  
de origen y tradición 35

Celebrar la riqueza de nuestros  
productos 36

## **Experiencias y alianzas 38**

### **El equipo Alcampo en el origen (y en el centro) de la experiencia y la emoción 40**

¡Talento everywhere! 40

Reforzar el talento de hoy y cultivar  
el de mañana 42

Sentirse bien. Conectar 46

Participar = Vivir (y disfrutar) la vida  
Alcampo 47



**Objetivo: emocionar al cliente  
a través de la experiencia 48**

**La experiencia (y la emoción) de  
construir una sociedad más justa 51**

Igualdad de oportunidades 51

Alianzas para paliar la brecha social 53

**Sistema *compliance* y gestión ética 56**

Control en la cadena de suministro 59

**Diálogo para entender, para  
compartir, para cambiar, para crecer 60**

La voz de los clientes 61

La voz de las mujeres y hombres  
de Alcampo 61

**Actuar por el Planeta 62**

**Proyecto clima: lucha contra  
el cambio climático 64**

Alcance 1 65

Alcance 2 66

Alcance 3 68

**Economía circular para crear  
valor infinito 70**

Horizonte: residuo cero 70

Productos llenos de (segunda) vida 72

Alcampo y tú, sin desperdicio 74

- Plástico + compromiso 75

**Biodiversidad, riqueza y equilibrio  
natural 78**

Nuestros bosques 79

Bienestar Animal, por principio 81

Océanos para respirar 82

Recuperación de especies,  
conservación de los ecosistemas 83

**Objetivos de Desarrollo Sostenible 84**



**«El equipo Alcampo  
en el origen (y en el centro)  
de la experiencia  
y la emoción»**



**Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta.** Esta es nuestra nueva Visión, que ha sido definida en 2022, un año no exento de retos provocados por la realidad económica, política y social de nuestro entorno, que hemos afrontado con serenidad actuando sólo como entendemos que es posible actuar: con responsabilidad y siendo fieles a nuestros valores.

Nuestra **nueva Visión** recoge los fundamentos de la empresa, así como nuestra razón de ser, manifestando además el propósito de ser la marca con sentido que nuestros grupos de interés, a quienes nos debemos, quieren que seamos.

Los principios y fundamentos que sustentan la Visión, nos permitirán continuar en la senda de la **creación de valor** en cada uno de los rincones en los que desarrollamos, con pasión, nuestro modelo de comercio.

---

# Carta

El año ya iniciado será un año histórico para Alcampo, una fecha que marca un punto de inflexión al ser un **año de cambio, de crecimiento y de pasos al frente** en pro de la lucha contra el cambio climático.

Uno de los hitos que viviremos será la **incorporación de las tiendas DIA** que nos permitirá reforzar nuestra presencia física y llegar a territorios donde no estamos aún, llevando nuestras tiendas, que son espacios de vida, placer y convivencia. Este crecimiento de nuestro comercio, vendrá de la mano del impulso y potente desarrollo del proyecto de proximidad digital, por el que ambicionamos convertirnos en **el líder alimentario phygital en España**.

A portrait of Américo Ribeiro, a middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a dark blue blazer over a white shirt. He is smiling and has his arms crossed. The background is a solid light grey.

---

«El futuro se  
presenta ilusionante  
y alentador, lleno de  
vida, de conexiones  
y de emoción  
compartida»

**Américo Ribeiro,**  
Director País de Alcampo  
en España

Otro de los proyectos que marcarán un antes y un después para nosotros es el **“proyecto clima”**, por el que **Alcampo será neutra en carbono en 2043** en los Alcances correspondientes a nuestra actividad y por el que, de la mano de nuestros proveedores, avanzaremos con contundencia en la descarbonización de la cadena de suministro.

Estos tres proyectos convivirán en paralelo con compromisos y proyectos esenciales para nosotros, como la **transformación cultural de nuestros equipos**, que permita hacer realidad el proyecto humano donde el bienestar, la capacidad de decisión y acción, la innovación constante y la creación de valor, formen parte del espíritu de Alcampo.

Precisamente, gracias a las mujeres y hombres de Alcampo, podremos seguir trabajando cada día para que nuestros clientes accedan a **una cesta de de calidad y al mejor precio del mercado**, acompañándolos en la compra para que ésta sea una experiencia única, haciendo accesible la información necesaria para su toma de decisión, creando espacios experienciales y ofreciendo una oferta amplia de productos y servicios. Y siempre con el foco puesto en el fomento de la buena alimentación, con los productos frescos y de marca Alcampo por bandera.

Para todo ello será **vital la colaboración con nuestros socios comerciales**, no sólo como proveedores de producto o servicios, sino **como aliados del cambio** necesario para construir, juntos, un futuro justo y fructífero para todos. Gracias a los vínculos creados con sectores agroalimentarios de nuestro entorno y con asociaciones sociales y medioambientales, seguiremos asegurando nuestro compromiso con lo bueno, lo sano y lo local.

Vemos el futuro alentador e ilusionante, lleno de energía, de conexiones y de emoción, que queremos compartir con nuestros clientes, ciudadanos, proveedores, accionistas y sociedad en general para ser una marca con sentido haciendo realidad **nuestra Visión: comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta.**

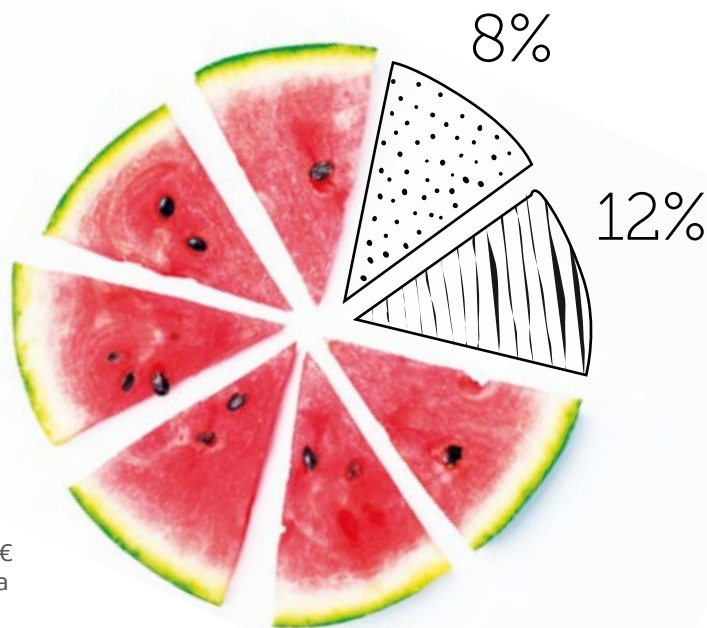






«Comer bien y vivir  
mejor, cuidando el  
Planeta. Esta es nuestra  
visión renovada»

# Cifras clave



**4.771**

millones de €  
cifra de venta<sup>1</sup>  
(+ 11% respecto  
al año anterior).

**115**

millones de €  
de inversión.

**62**

millones de €  
destinados a mejoras  
medioambientales.

**23**

tiendas abiertas  
(9 propias y 14 en  
franquicia).

**80**

hipermercados  
y pequeños  
hipermercados.

**235**

supermercados  
(130 de ellos  
franquiciados).

**20.200**

colaboradores.

**+5**

millones de €  
destinados a  
formación.

**210.000**

horas de formación  
impartidas.

**+16.000**

accionistas.

**31,2**

millones de €  
repartidos en primas  
y acciones entre la  
plantilla.

**400**

personas han  
participado en planes  
de desarrollo.

**39%**

puestos de  
responsabilidad  
desarrollados por  
mujeres.

**87%**

ratio de compromiso  
de la plantilla.

**1.500**

horas de  
voluntariado  
corporativo.

**5,7%**

tasa de  
discapacidad.

**1,9**

millones de socios  
Club Alcampo.

**100%**

hipermercados

y **85%**

supermercados:  
puntos de recogida  
de compra online.

**585.000**

contactos de  
clientes.

1. Cifra de Venta con IVA.

2. Este año la cifra de compra incluye carburantes.

3. Proveedores con NIF español, que representan casi un 94% del total.



**3.721**

millones de € en  
compras de mercancía  
y carburantes.<sup>2</sup>

a **4.535**

proveedores  
españoles.<sup>3</sup>

Hasta

**70.000**

referencias de  
surtido.

**18.400**

análisis y controles  
a proveedores y  
productos.

**20.500**

referencias de  
productos frescos.

**3.700**

productos de marca  
propia (170 de la  
gama gourmet Auchan  
Collection).

**256**

productos Alcampo  
Producción Controlada.

**450**

productos veganos.

**2.250**

referencias  
productos  
ecológicos.

**1.400**

referencias de  
productos a granel.

Eliminadas de las  
marcas propias

**3,5 t**

de grasas saturadas

y **2,1 t** de sal.

Fundación Alcampo:

**12** proyectos  
apoyados con

**235.000 €.**

**435**

auditorías sociales a  
proveedores (plantas  
auditadas).

**38**

centros residuo cero.

**90%**

tasa de valorización  
(sólo 10% de los residuos  
generados van a  
vertedero).

**120** ecoparques.

**16**

córners de ropa de  
segunda mano.

**-12,5%**

de desperdicio  
alimentario.

Emisiones de CO<sub>2</sub>eq:

**Alcance 1**

**-79%** de  
emisiones de CO<sub>2</sub>eq  
con relación a 2013.

**Alcance 2**

**0%** emisiones  
(100% energía  
renovable desde  
julio 2018).

**100%**

unidades de negocio  
con certificación ISO  
50001:2018.

**85%**

de los camiones  
utilizados son  
certificados Euro 6.

**14.025**

personas formadas  
en desperdicio  
alimentario.

Evitadas

**16 t** de envases  
y embalajes.

**69%**

de envases de marca  
propia son reciclables,  
compostables y/o  
reutilizables.

# Resultados 2022

Alcampo en 2022 alcanzó una cifra de venta de 4.771 millones de €<sup>4</sup>, suponiendo un crecimiento del 11% respecto al año anterior.

La compañía finalizó el año con 80 hipermercados y pequeños hipermercados y 235 supermercados (130 de ellos franquiciados), además de 52 gasolineras.

Por su parte la inversión ascendió a **115 millones de €**, habiendo sido destinada la misma a renovación de instalaciones, digitalización, aperturas y realización de mejoras medioambientales, a la que se han destinado 62 millones de €, más de la mitad de total, incluyendo trabajos como mejora de las instalaciones de climatización, incorporación de centrales de frío más eficientes o instalaciones eléctricas de menor consumo.

Alcampo soportó el pago de 175 millones de € en concepto de impuestos.



4. Cifra de Venta con IVA.



«La cifra de venta de la compañía alcanzó los 4.771 millones de €»



## Desarrollo de las tiendas

Alcampo abrió en el pasado año 8 supermercados en la Comunidad de Madrid y un punto de recogida con tienda de conveniencia en Tenerife, habiendo invertido para ello 8 millones de €.

Estas **aperturas** han supuesto la creación de casi 180 puestos de trabajo nuevos y haber sumado casi 4.000 metros cuadrados a la superficie total de venta.

Además de tiendas propias, se han abierto 14 en régimen de franquicia en la Comunidad de Madrid, Cataluña, Aragón, País Vasco y Andalucía, habiendo visto esta Comunidad, a finales de diciembre la llegada de las primeras franquicias Alcampo de toda la región, concretamente se abrieron tres en la provincia de Granada. En total, las tiendas abiertas han generado trabajo para 120 personas.

Las **reformas y remodelaciones** integrales han acaparado la inversión de 26 millones de €, habiendo sido éstas en **21 tiendas**, 11 hipermercados y 10 supermercados. El objetivo de estas remodelaciones ha sido la creación de espacios más modernos, sostenibles, experienciales y adecuados a las necesidades de compra de los consumidores, que favorezcan vivir la clara apuesta de Alcampo por lo bueno, lo sano y lo local.

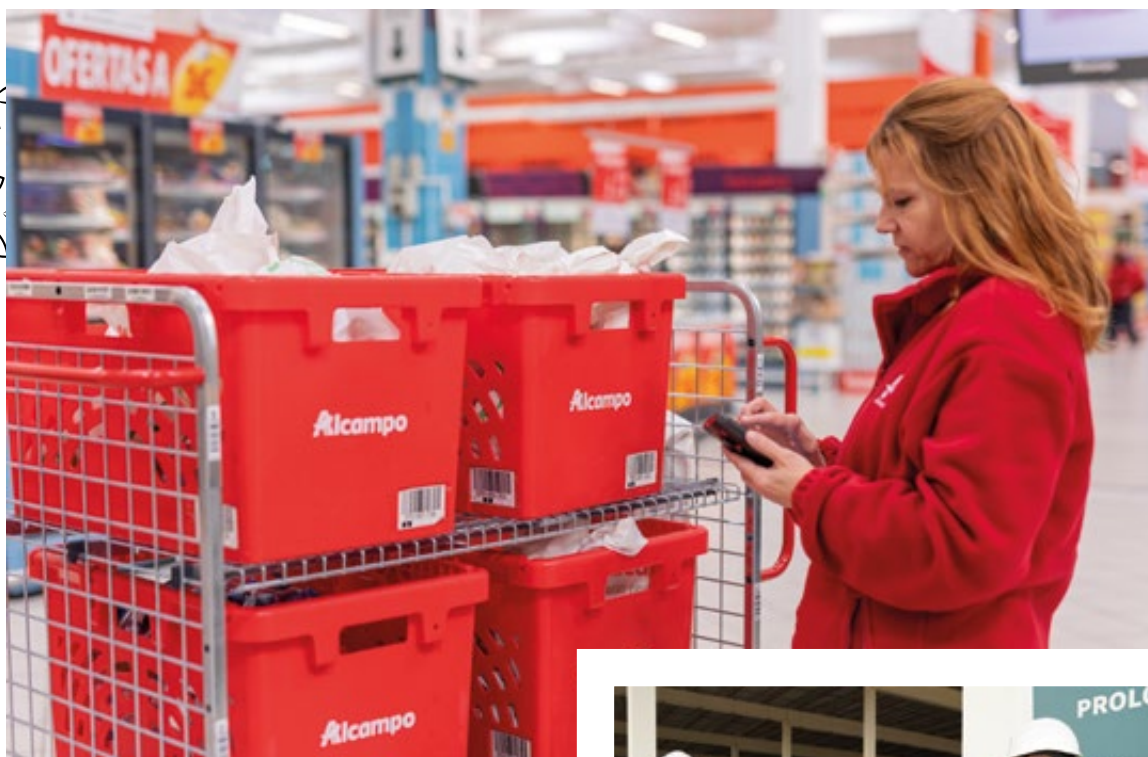
## Un proyecto para avanzar en el desarrollo

Alcampo cerró un acuerdo con el Grupo DIA para la adquisición de más de dos centenares de supermercados y un almacén, ubicados en las regiones de Madrid, Aragón, Asturias, Castilla y León, Galicia, Cantabria, Navarra y País Vasco; una adquisición estratégica que permitirá a la compañía acelerar su desarrollo y avanzar en su ambición de convertirse en el líder phygital del retail alimentario español.



«Alcampo ha adquirido más de dos centenares de supermercados y un almacén al Grupo DIA»

Estas tiendas se integrarán en la red de Alcampo, reforzando a la compañía allá donde está presente y favoreciendo que, donde no lo está, nuevos clientes puedan acceder a las marcas, productos y servicios de Alcampo tanto en las tiendas físicas como a través del comercio online.



## Proximidad digital

El proyecto de proximidad digital que se inició en 2021 junto a la compañía Ocado, ha continuado su evolución en 2022, año en el que se han invertido **6,4 millones de €** en el mismo, orientados principalmente a la incorporación del software In-Store Fulfillment (ISF), hecho que es ya una realidad en 38 tiendas, habiendo aumentado la productividad un 57%.

En el pasado año, siguiendo con el calendario de actividades previstas, se celebró el paso del ecuador del almacén inteligente Customer Fulfillment Center (CFC) construido en la madrileña localidad de San Fernando de Henares por Prologis, previendo su funcionamiento en 2024.



Este almacén será un referente logístico y una palanca fundamental para desarrollar el proyecto de comercio phygital de Alcampo. Complementado con la incorporación del software In-Store Fulfillment (ISF) en la totalidad de las tiendas, permitirá superar los **3,5 millones de pedidos** en 2027.





# Lo bueno, lo sano y lo local

Tener el objetivo de aportar valor a las personas del entorno para que coman bien y vivan mejor, implica impulsar con firmeza la buena alimentación y velar por la calidad, asegurando, además, una **cesta de la compra asequible y personalizada**. Con pasión por el producto y la búsqueda de la creación de lazos sólidos con proveedores de productos locales, el equipo Alcampo despierta cada mañana dando un paso más en su compromiso con lo bueno, lo sano y lo local.







# Producto y pasión... pasión por el producto

El producto, en un amplio sentido y desde una visión holística, es uno de los ejes vertebradores del modelo de comercio de Alcampo. Producto es calidad, es innovación, formación y conocimiento. Producto es oferta amplia, asequible y vínculo con los productores. **Producto es pasión.**

## Productos de mercado y profesionales de oficio: tándem para la distinción

Alcampo ofrece un surtido de hasta casi **70.000 referencias**, siendo los productos frescos, básicos para una alimentación equilibrada, una prioridad para la compañía, habiendo alcanzado en 2022 las casi **20.500 referencias**, número que supone haber aumentado un **11%** la oferta de este tipo de productos respecto al año anterior.

Además del cuidado de la oferta, Alcampo considera esencial el conocimiento del producto, impartiendo la **formación profesional de excelencia** para asegurar el disfrute del trabajo de los colaboradores y la mejor experiencia de los clientes.

En este sentido, la empresa trabaja para profundizar tanto en la **información facilitada al cliente** como en el desarrollo de la formación de oficio. En el primero de los casos, la compañía ofrece a través de todos sus canales información nutricional, recetas, historias de los

productores, degustaciones y actividades en torno al producto, sobre todo en temporada.

Respecto a la **formación de oficio** se han impartido más de **46.000 horas** formativas destinadas a **3.450 personas a través de 95 cursos presenciales y 225 online.**

Además de estos módulos formativos, se han puesto en marcha **formaciones en el origen del producto** para profesionales de cada mercado, guiadas por los propios productores, favoreciendo la adquisición de conocimiento a través de la experiencia.

En 2022 se han realizado **formaciones experienciales** junto a productores de lubinas, mejillones, jamón ibérico, carne de wagyu, huevos camperos, cerezas y frutas de hueso, formaciones en la que se han visitado las bateas, los esteros de crianza de las lubinas y doradas, las granjas de animales y centros de producción o





los campos de cultivo. Esta formación inmersiva y apasionante, a la que han accedido 70 personas, ha permitido dar un paso más en pro del conocimiento del producto.

Además, se ha continuado desarrollando el programa «**en la piel de un agricultor**», una oportunidad única para que cualquier persona de Alcampo, independientemente de su profesión, pueda conocer de primera mano, en **Jornadas de Apertura (voluntariado)**, a los productores, sobre todo locales del sector primario, así como su trabajo y el producto que desarrollan, viviendo esta experiencia en su propia piel.

En un año un centenar de colaboradores han podido visitar a productores de fresa de Lepe (Huelva), cítricos de Valencia y Murcia, tomates de Madrid, ternasco de Aragón y alcachofa de verano de Zafarraya (Granada).



## Frescos de mostrador online

En 2022 Alcampo ha ampliado el servicio de **venta al corte de productos de mostrador** que puso en marcha en 2021, aumentando tanto el número de tiendas donde está disponible, como las opciones de compra de productos, incluyendo en este caso productos de pescadería, de charcutería y quesos. Este servicio es una clara apuesta por la **proximidad digital y la creación de experiencias únicas** para los clientes, que pueden vivir la compra online de manera cercana a los profesionales de oficio de Alcampo, que en tienda realizan el corte y preparación de los productos según los deseos y preferencias de cada cliente.

## i Calidad y Seguridad Alimentaria

Alcampo ha realizado en 2022 **más de 18.400 análisis y controles** a proveedores y productos que abarcan toda la cadena de suministro.



## Productos Alcampo en el corazón

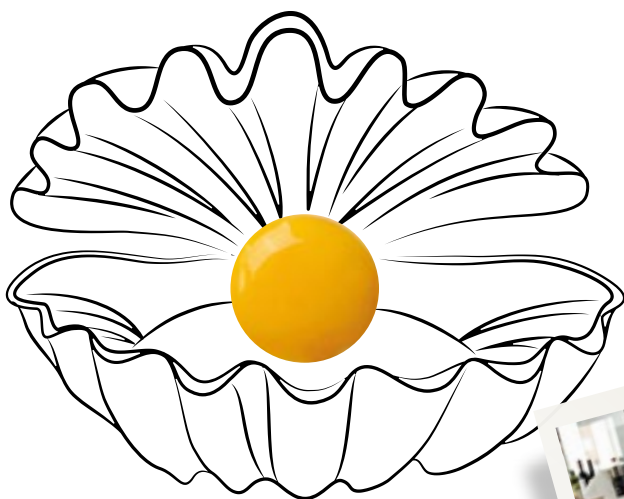
En 1999 Alcampo comenzó a firmar una gama de productos con su marca. Fue el punto de partida del desarrollo de su portfolio de marca propia, que ha ido evolucionando año tras año en función de las tendencias de mercado, las necesidades de los clientes y las propias apuestas de la compañía. Actualmente, la empresa ofrece casi **3.700 productos** etiquetados con el mítico pájaro de Alcampo, siendo **170 de la gama gourmet Auchan Collection** y unos **250 de la gama básica**.



## Alcampo Producción Controlada: un proyecto redondo

Alcampo ha continuado desarrollando en 2022 su marca Alcampo Producción Controlada, creada en el año 2000 con el fin de recuperar sabores y olores de antaño ofreciendo siempre un plus de calidad y trazabilidad, además de un claro valor añadido en aspectos sociales y ambientales. Al finalizar 2022 la compañía contaba con un surtido de **256 productos**, de los que **60 son ecológicos**. A lo largo del año cabe destacar la introducción y desarrollo de nuevos productos y los trabajos realizados en pro de la sostenibilidad como la inclusión de **tecnología Blockchain** en sus huevos camperos, siendo el primer producto de Alcampo en incorporarlo, la eliminación de plástico en los envases, o la apuesta clara por la certificación en Bienestar Animal.





¡Nos gusta la cocina!

Amantes de la buena alimentación y de la gastronomía, Alcampo ha patrocinado, un año más, el **Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid**, organizado por la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE Madrid), que celebró su XXIX edición en donde una docena de cocineras y cocineros se disputaron el puesto de mejor chef de la Comunidad de Madrid, elaborando platos, entre otros, con productos de Alcampo Producción Controlada y marca propia.



## Ostras y Berberechos de las Rías Baixas

Estas ostras se crían en las **Rías Baixas**, donde también los mariscadores y mariscadoras capturan los berberechos practicando **artes de pesca tradicionales**. Estos productos gallegos, son unas de las novedades introducidas en 2022 bajo la marca **Alcampo Producción Controlada**, como lo son también las manzanas y peras ecológicas a granel, el fresón de la provincia de Segovia para comercializarse a partir de mayo, o los pollos y rotis rellenos con certificado de Bienestar Animal Welfare.





## Libertad de elección y disfrute

Históricamente, Alcampo ha priorizado la inclusión de productos orientados a satisfacer cualquier necesidad, cualquier gusto y cualquier preferencia. Este **surtido profundo y amplio**, para todos, responde a la convicción de escuchar al cliente, trabajar de la mano de los proveedores e innovar.

### Productos ecológicos

Presentes en los lineales de Alcampo desde 1998, los productos ecológicos han alcanzado las **2.250 referencias**, siendo casi **300** de marca Alcampo y Alcampo Producción Controlada. Además, en 11 tiendas se venden productos ecológicos a granel, alcanzando un surtido de **132 referencias**.

«2.250 referencias de productos ecológicos, siendo 132 a granel»



### Sin gluten y sin lactosa

La compañía cuenta con **1.345 productos sin gluten** (260 bajo su marca propia) y **415 sin lactosa** (15 de ellos de marca propia).





## Comercio Justo

En 2022 Alcampo ha celebrado el vigésimo aniversario de su alianza con Oxfam Intermon acogiendo en **190 de sus centros** la campaña **#LaHistoriaQueQuerrásComprar**, una quincena dedicada a la promoción del Comercio Justo.

Alcampo ofrece en la actualidad **casi medio centenar de referencias** entre las que se puede encontrar casi 40 de arroz, té, café, cacao o azúcar de la marca Tierra Madre de Oxfam, además de otra decena de referencias de productos de otras marcas.

Estos **productos certificados** promueven las óptimas condiciones laborales de los productores, la igualdad entre mujeres y hombres y el respeto al entorno natural. El beneficio resultante de su venta, revierte en proyectos desarrollados en las comunidades de origen, como la creación de escuelas o la asistencia sanitaria, entre otros.



## Café de marca propia con el sello Fairtrade

Este café de **marca propia BIO de origen Colombia**, es uno de los seis productos Alcampo certificados Fairtrade. A este café hay que sumarle otros tres cafés más y dos té incorporados en 2023, todos ellos BIO.

## Productos veganos

Alcampo ha incorporado espacios veganos en todos sus hipermercados y varios supermercados, agrupando módulos diferenciados con una **señalética específica** para facilitar al cliente que sigue una dieta vegana, la identificación y compra de los productos que desea. Este espacio cuenta con entre dos y cuatro módulos donde encontrar tanto productos que precisan frío como alimentación seca. En este marco y apostando firmemente por el surtido, Alcampo ofrece un abanico de casi **450 productos veganos** (productos específicos que en su elaboración original contendrían proteína animal y que ha sido sustituida), de los que una decena son de marca propia.

### «Alcampo ofrece un abanico de casi 450 productos veganos»

Para trasladar al cliente información clarificadora sobre **tendencias veggie**, alimentos y también sobre diferencias entre vegano, vegetariano y flexitariano, se creó un folleto comercial en agosto de 2022: **"Un viaje por el mundo veggie"**.



### Tofu Alcampo BIO

Este **"untable de tofu BIO"** es uno de los nuevos productos veganos de la marca Alcampo. Está elaborado por una empresa familiar española que se dedica a fabricar alimentos de origen vegetal, que cuenta con una planta propia de extracción de soja en la provincia de Burgos, de tal forma que, partiendo del haba de soja, se obtiene el licuado que se utiliza en la elaboración de este producto, permitiendo **controlar todo el proceso productivo**, desde el inicio hasta el producto final.





## Un surtido amplio para cubrir todas las necesidades

Además de los productos de alimentación, droguería y perfumería, la compañía cuenta con otras marcas exclusivas destinadas a cubrir todas las necesidades.



**cosmia**  
by Auchan

Es la marca para productos de cosmética, con **400 referencias**, de las que una veintena son ecológicas.



**Qilive**  
BY AUCHANLAB

Engloba **700 productos** tecnológicos, 300 de ellos incorporados en 2022.



**àctuel**<sup>®</sup>  
by Auchan

Acoge más de **3.660 referencias** para vestir los hogares, incluyendo menaje de cocina y ropa de hogar, de las que cuenta con 40 referencias realizadas con algodón orgánico.

# Inextenso

BY  
AUCHANLAB

Ofrece más de **5.800 referencias** de prendas de moda y complementos, de las que el 50% han sido concebidos bajo claros estándares de sostenibilidad en el marco de la **política de textil sostenible** publicada en 2020, por la que se compromete medioambientalmente desde la concepción y la fabricación de las tiendas hasta su reutilización y/o fin de vida útil, pasando por el aprovisionamiento y el transporte.



«50 productos One Two Fun certificados FSC o fabricados con plástico reciclado»





Es la marca de juguetes y juegos exclusivos que sólo pueden encontrarse en Alcampo. Alcanza un surtido de **más de 750 artículos** entre los que se pueden encontrar muñecos, dinosaurios, juegos de mesa o peluches. Con el foco puesto en el **cuidado del medioambiente**, bajo esta marca, que ofrece máxima calidad al mejor precio, se pueden encontrar 50 productos fabricados en madera procedente de bosques sostenibles certificados FSC o fabricados con plástico reciclado. Además, el 100% de los envases de One Two Fun se fabrican con cartón certificado procedente de **bosques de gestión sostenible**.

## Julio el Castor

Este es Julio El Castor, un peluche fabricado con **material reciclado** que se comercializa bajo la marca One Two Fun. Julio, que es guarda forestal, es respetuoso con el medioambiente y, además, es responsable con la sociedad porque con cada venta de un peluche Julio en la campaña de Navidad, se ha destinado 2 € a la Fundación CRIS Contra el Cáncer, organización con la que Alcampo colabora desde 2019 para apoyar la investigación del cáncer infantil. Gracias a Julio el castor, se han podido entregar 17.250 € a CRIS contra el Cáncer. Antes de Julio, la colaboración con Fundación CRIS vino de la mano de Famosa y Warner Bros vendiendo peluches de la serie Somos Osos, bajo la campaña "Somos Osos Solidarios", por la que se ha conseguido entregar a Fundación CRIS más de 250.000 €.





# Comer bien y vivir mejor

Promover la buena alimentación es el núcleo de la Visión de Alcampo que le hace actuar de manera global, empezando por su política de surtido y la concepción y desarrollo de sus marcas propias y continuando por la sensibilización y el acompañamiento a colectivos vulnerables que precisan apoyo en este sentido.

«Promover la buena alimentación es el núcleo de la Visión de Alcampo»



## Acciones e innovaciones de base para alimentarse bien

Alcampo incorpora la **perspectiva nutricional en los procesos de desarrollo** o reformulación de sus productos de marca propia. En este sentido, ha puesto en marcha acciones centradas en mejorar los perfiles nutricionales de dichos productos, centrándose en nutrientes con impacto en la buena alimentación, reduciendo grasas saturadas, azúcares y sal e incrementando siempre que es posible componentes como la fibra alimentaria.

Además de la concepción de base en los nuevos productos, los ya existentes se someten a estudio y reformulación para avanzar en pro de la mejora nutricional; sin ir más lejos en el último año se han reformulado medio centenar de productos de marca propia eliminando **3,5 t de grasas saturadas y 2,1 t de sal**.

Dispuesto a aportar al bien común, a través de ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución) y ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados), Alcampo ha participado en el **"Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas"**, puesto en marcha en 2016 por AESAN (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición) cuya finalización ha sido en 2022 y cuyo objetivo era reducir azúcares añadidos, sal y grasas saturadas de más de **3.500 productos** que en el promedio de la cesta de la compra aportan el **44,5% de la energía total diaria**.



### **Less Sugar**

Estas galletas son una de las **6 referencias** de la primera gama "Less Sugar" ("menos azúcar") de marca propia, elaboradas hasta con un **85% menos de azúcar** respecto a la media de los productos similares. La información del porcentaje de azúcar reducido se incorpora en el envase para facilitar la información a los clientes. En el caso concreto de estas galletas, los porcentajes oscilan desde el 49% menos de azúcar, hasta el 85%. Estas galletas se elaboran con ingredientes como mijo, trigo sarraceno, semillas de chía, canela, bayas de goji o té verde, utilizando siempre para endulzar azúcar de coco en lugar de azúcares refinados o edulcorantes.

## El gusto de alimentarse bien

**Comunicar y crear experiencias en torno a la buena alimentación** es un básico para Alcampo que promueve y trabaja para fomentar una alimentación y con ello la calidad de vida. Con esta máxima ha realizado casi cinco centenares de publicaciones en sus redes sociales, incluyendo también información y mensajes en este sentido en un centenar de newsletter enviadas a clientes e información disponible en el blog para clientes.

Asimismo, además de incorporar mensajes de promoción de la buena alimentación en sus tiendas o en múltiples folletos comerciales, se han creado casi una **decena de catálogos digitales o interactivos** para transmitir a los clientes la pasión de Alcampo por comer bien y vivir mejor, como el especial de «**la cocina de Alcampo #ComesComoVives**», con más de 50 recetas con productos de marca propia y Alcampo Producción Controlada, «**Disfruta de tu momento**» con información, recetas, curiosidades e historias de productos de marca propia como infusiones, café, o chocolate o «**Una nueva vida. Una buena vida**», un folleto digital interactivo con información sobre acciones responsables, desperdicio alimentario, textil sostenible, residuo cero, etc. Además, en las tiendas se ha incorporado **cartelería con información sobre las propiedades nutricionales** de categorías y productos.

A través de los procesos y estructuras de formación, la promoción de la buena alimentación llega al conjunto

## Merche La Leche

Esta es Merche y es la leche. Es uno de los 24 personajes que representan alimentos saludables como frutas, verduras, pescado y que han conformado la campaña de Stikeez, orientada al juego y al aprendizaje. Puesta en marcha a finales de agosto, esta campaña de animación se destinó a fomentar **hábitos de alimentación saludable entre la infancia** a través de estos simpáticos muñecos. Además de coleccionarlos (podían ser o bien



recibidos gratis por compra o adquirirllos) y guardarlos en la nevera Stikeez creada para tal fin, la colección se completaba con un minilibro y un juego con contenidos lúdicos y educativos.

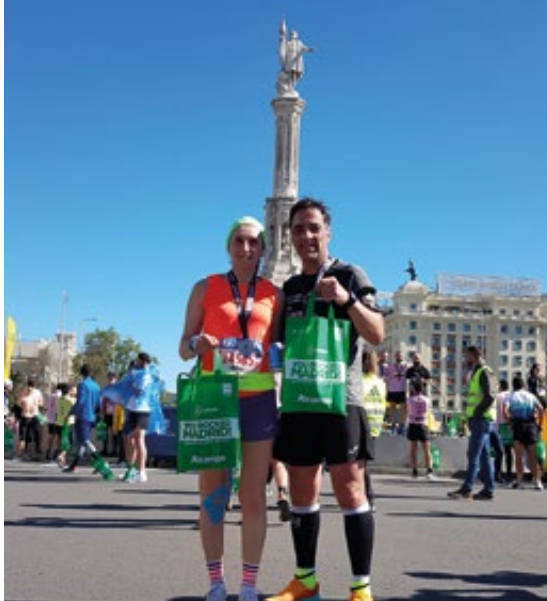


de los colaboradores. Por un lado se ha puesto en marcha una **campaña de acciones de sensibilización y formación** dirigida a todas las personas de Alcampo en la que, además de dar pautas para una alimentación saludable, se destierran mitos vinculados a la nutrición o se dan pautas para la alimentación en el trabajo. Asimismo, cabe destacar que, tras la formación durante el año pasado de **7.300 personas**, más de **15.000 colaboradores** cuentan con formación en el ámbito de «culture food» orientada a conocer la gastronomía del entorno.



## La meta de practicar hábitos saludables

Además de en la promoción de la buena alimentación, Alcampo trabaja en pro del **fomento de buenos hábitos**, como la práctica del deporte. Y lo hace aportando donaciones en dinero o especie para el desarrollo de actividades deportivas y equipos del entorno de las tiendas, destacando la Maratón de Madrid o el patrocinio del Club de Atletismo Alcampo-Scorpio 71, al que apoya desde 2008. Precisamente de la mano de este Club, Alcampo ha co-organizado la decimosexta carrera de la infancia en Zaragoza en 2022, acción encaminada a destacar y contagiar a la sociedad de los valores que imprime el deporte, en la que participaron **2.000 niñas y niños**.



## Buena alimentación para todos: Fundación Alcampo

La Fundación Alcampo en 2022 ha apoyado **12 proyectos** a favor de la buena alimentación donando un total de **235.000 €** que han beneficiado a 63.600 personas en su primera convocatoria denominada **#Juntosnosalimentamosbien**.

A dicha convocatoria han concurrido **54 proyectos** procedentes de organizaciones sociales, todos ellos apadrinados por un colaborador de Alcampo.

El jurado, compuesto por colaboradores y expertos en emprendimiento social, valoró la vinculación de los proyectos con la promoción de la buena alimentación destacando aquellas iniciativas innovadoras, con fuerte impacto social, que entiendan la alimentación en sus diversas dimensiones: **nutrición, identidad y socialización**.

Fundación | **Alcampo**

Descubre nuestros  
**12 proyectos**

# Los **12** proyectos que la Fundación | **Alcampo** apoya:

1



## ¡Qué te aproveche!:

Presentado por la **Fundación Banco de Alimentos de Cádiz** en colaboración con **Alcampo Sanlúcar**. Apoyo de **8.000 €** para cofinanciar la realización de talleres de cocina saludable dirigidos a personas vulnerables.

## Comer con sentido:

Presentado por **Casal dels Infants de Barcelona** en colaboración con Alcampo Diagonal. Apoyo de **27.000 €** destinados a cofinanciar un programa educativo en hábitos de alimentación saludable, dirigido a niños y jóvenes vulnerables y sus familias.



2

3



## Programa ALASS - Alimentación, Actividad física, Salud y Sostenibilidad:

Presentado por la **Fundación del Instituto de Investigación Sanitaria de Aragón** en colaboración con **Alcampo Los Enlaces**. Apoyo de **27.000 €** para cofinanciar el primer año de ejecución de este proyecto de investigación, entre 300 niños y adolescentes con el objetivo de mejorar hábitos de alimentación.

## Alimentando su futuro:

Presentado por la **Fundación Amigos de Galicia** en colaboración con **Alcampo Santiago**. Apoyo de **10.000 €** para cofinanciar un programa educativo en hábitos alimentarios saludables dirigido a familias vulnerables.



4

# #juntosnosalimentamosbien

## Compra de un camión frigorífico:

Presentado por la **Fundación Banco de Alimentos de Zaragoza** en colaboración con **Alcampo Utebo**. Apoyo de **27.000 €** para cofinanciar este recurso esencial para poder garantizar la recogida y distribución de alimentos frescos.



5



## Mercado 1 Kilo de Ayuda:

Presentado por la **Fundación Altius** en colaboración con **Alcampo Moratalaz en Madrid**. Apoyo de **27.000 €** destinados a cofinanciar el lanzamiento de un mercado solidario, destinado a dignificar y mejorar la ayuda alimentaria en beneficio de sus usuarios.

## Desayuna con salud:

Presentado por la **Fundación Sofía** en colaboración con **Alcampo La Laguna en Tenerife**. Apoyo de **25.400 €** destinados a financiar la digitalización de un programa educativo en hábitos de alimentación y vida saludable.



7



## Social Cooking:

Presentado por **CESAL** con la colaboración de **Alcampo La Vaguada de Madrid**. Apoyo de **27.000 €** destinados a cofinanciar el desarrollo de talleres de cocina, para favorecer la inclusión social de jóvenes inmigrantes a través de una experiencia compartida de cocina.



# #juntosnosalimentamosbien

## Apoyo a la seguridad y sostenibilidad alimentaria:

Presentado por la **Fundación Banco de Alimentos de Asturias** en colaboración con **Alcampo Gijón y Nalón**. Apoyo de **8.000 €** para poder mejorar las infraestructuras del Banco.



9



10

## Pío, Pío:

Presentado por la **asociación Huerteco** en colaboración con **Alcampo Burgos**, con un apoyo de **13.285 €** destinados a cofinanciar un programa educativo dirigido a la población escolar, que contribuirá a la preservación de la biodiversidad y el fomento de productos locales autóctonos.

## STEMLAB:

Internet for Food: presentado por la **ONG Creática** en colaboración con **Alcampo Leganés**, con una donación de **25.425 €** destinada a cofinanciar la ejecución de un proyecto tecnológico, que tiene como fin desarrollar prototipos aplicados a la alimentación en los colegios.



11



12

## La mare que va:

Presentado por la **Fundación Asindown de Valencia** en colaboración con **Alcampo Alboraya** que cuenta con una donación de **10.000 €** para cofinanciar un programa de capacitación mediante formación reglada en el sector de la hostelería, destinado a mejorar la inserción laboral de jóvenes con síndrome de Down y discapacidad intelectual.



## Comité de la Fundación Alcampo: participación abierta

La compañía ha seguido implicando a sus colaboradores en los **Comités de Evaluación de Proyectos de la Fundación** destinados a valorar los proyectos pre-seleccionados y validar de manera definitiva el importe y modalidades de ingreso del apoyo económico que aporta la Fundación, y sugerir recomendaciones para reforzar el impacto social y/o la perennidad del proyecto. En 2022, en el marco de la convocatoria **#Juntosnosalimentamosbien**, se celebraron 3 Comités con la participación de un total de 18 colaboradores voluntarios - a través de las Jornadas de Apertura - para valorar 12 proyectos en total, resultando todos ellos aprobados por los miembros.

**i 107 proyectos y más de 1,2 millones de €**

Desde su creación en España en 2013, la Fundación Alcampo ha contribuido a la mejora social y medioambiental de los lugares en los que la empresa está presente, habiendo apoyado hasta la fecha **107 proyectos** con una dotación presupuestaria de **más de 1,2 millones de €**. Muchos de estos proyectos, relacionados con la buena alimentación, se han puesto en marcha contando con **la participación de más de 1.500 trabajadores de Alcampo** que han llevado a cabo actividades de voluntariado.



# Arraigo a la tierra y admiración por quienes la trabajan

Alcampo cree en las relaciones forjadas con vínculos y acuerdos que generen confianza y valor, basados en la transparencia y en el largo plazo. Con estas máximas, la compañía trabaja de la mano de sus proveedores, impulsando con fuerza y determinación a los productores del entorno de sus tiendas.

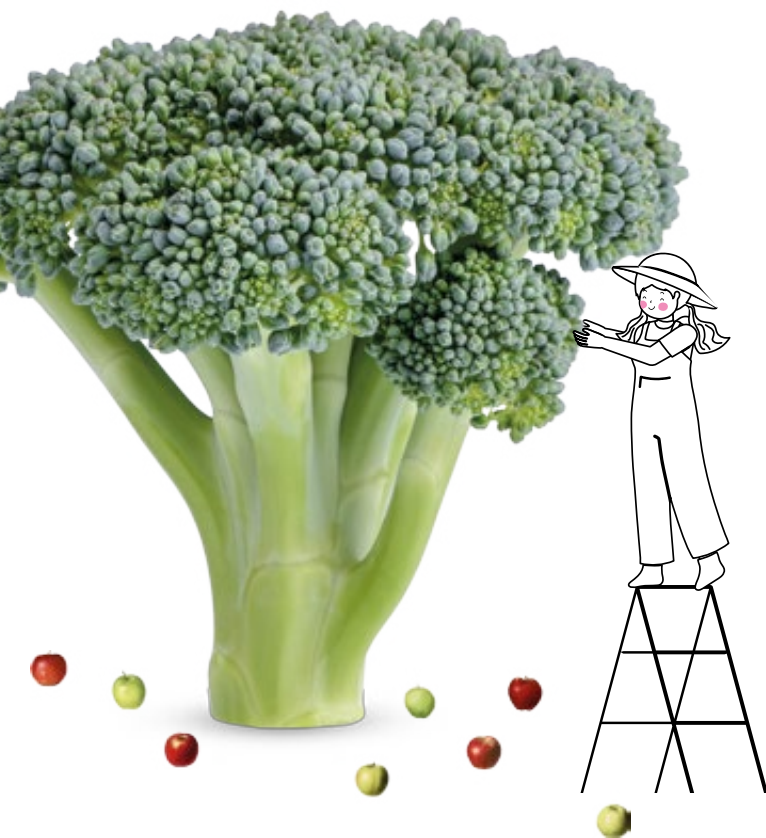
En 2022 ha realizado compras de productos y carburantes a **4.535 proveedores españoles por valor de 3.721 millones de €**, suponiendo un **94% de las compras totales de productos**.

Estos productos se distribuyen en todos los centros Alcampo. Además de estas compras a nivel nacional, las propias tiendas realizan **compras a pequeños proveedores locales de su entorno** que surten de productos a dichos hipermercados y supermercados, habiendo realizado compras a **1.483 productores por valor de 185 millones de €**.

En el caso de **servicios**, el porcentaje de proveedores españoles asciende al 97%, siendo un total de **2.580 proveedores a los que se contratan servicios por valor de 500 millones de €**.







## Figuras de calidad como garantía de origen y tradición

Alcampo **ha incrementado un 30%** el surtido de productos certificados con los sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) alcanzando los **310**.

Asimismo, ha realizado **acciones de promoción y conocimiento** junto, entre otras, a la DOP Nísperos Callosa d'en Sarriá, la IGP Castaña de Galicia, la IGP Ternera Gallega, DOP Vinos de Madrid, con quienes se han desarrollado varias catas y talleres de cocina con maridaje o IGP Ternasco de Aragón, con quien se desarrolló la campaña «la carne rosa» para poner en valor esta carne celebrando showcookings y degustaciones para clientes.

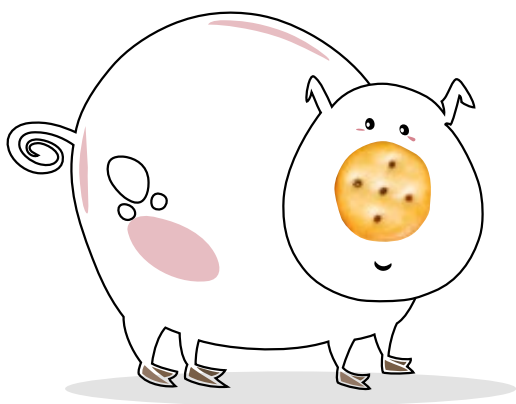
Además de productos certificados de marcas de proveedor, Alcampo acoge 35 productos de su marca propia bajo el paraguas "Selection" que o bien cuentan con sello de calidad DOP o IGP, o bien son de orígenes reconocidos, como DOP Miel de la Alcarria, IGP Berenjena de Almagro o IGP pimiento asado del Bierzo, entre otros.



### Pan Galego

Este pan es un pan certificado IXP Pan Galego, y está elaborado en uno de los hipermercados Alcampo que en enero de 2022, se convirtió en el único hipermercado con autorización para elaborar y vender pan bajo la IXP Pan Galego, siendo su panadería uno de los 22 obradores en toda Galicia con dicha autorización.





## Celebrar la riqueza de nuestros productos

Reforzando su apuesta por la **conservación del legado cultural y gastronómico** de España, los centros Alcampo señalizan y destacan los productos propios de sus Comunidades Autónomas o provincias. Además, la compañía ha continuado creando un folleto digital al mes con temática **#AlimentamosLoLocal**, para poner en valor los productos de cada zona.

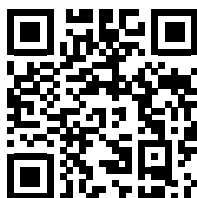
También ha trabajado de la mano de interprofesionales como Interovic (Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne), para promocionar el producto cárnico nacional participando activamente en campañas como **"Más cerca es mejor"**.

Además, en 2022 se han continuado realizando campañas de promoción de la mano de Administraciones Públicas y asociaciones de productores, para destacar y **dar a cono-**



### Historias que dejan huella

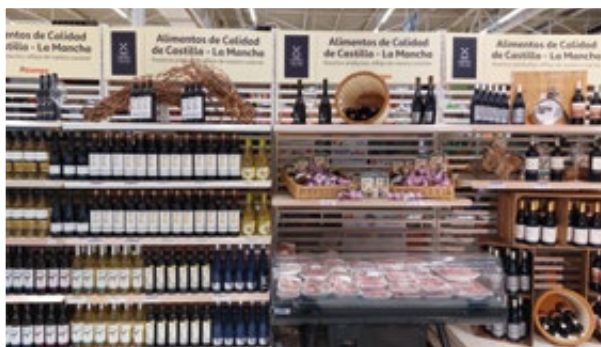
Esta es la historia de **Simón Martín**, nuestro proveedor de embutidos ibéricos que comercializamos bajo la marca **Alcampo Producción Controlada**. Es la historia de su empresa, de su familia, de su esfuerzo, de sus desvelos. La historia de su proyecto, su sueño y su producto que hoy pueden degustar los clientes de Alcampo. Más de 40 historias como la suya están disponibles en el Blog Huella.



*Huella,*

[alcampocorporativo.es/blog-huella/](https://alcampocorporativo.es/blog-huella/)

Un blog nacido para homenajear a las mujeres y hombres que hay detrás de cada producto.



cer **productos propios de regiones** como Madrid, Andalucía, Extremadura, Castilla y León, Aragón y Castilla-La Mancha, que se ha incorporado como novedad a las campañas ya en marcha. También se han celebrado campañas promocionales en provincias como Jaén bajo el lema “Me gusta Jaén”, Granada bajo el lema “Sabor Granada” o Las Palmas de Gran Canaria bajo programa “Gran Canaria Me Gusta”.

El hipermercado de Telde (Gran Canaria), en el marco de dicho programa, ha incorporado un **stand en el que la cooperativa local de agricultores ecológicos “Cosecha Directa”** podrá vender sus productos en Alcampo. Esta acción supone dar un paso más en su acuerdo con el Cabildo insular para promover el desarrollo de productores locales, incorporando en esta ocasión a **45 agricultores**.

Sin duda, estas promociones están vinculadas a la realización de actividades que redundan en la creación de capital relacional, que sea caldo de cultivo para el crecimiento compartido y el aprendizaje.







# Experiencias y alianzas

Alcampo tiene el firme propósito de crear entornos de **experiencias únicas e inigualables** para todos los que la eligen para hacer sus compras y también para su desarrollo profesional. Para crear experiencias únicas, más allá de cubrir la conveniencia, es necesaria la **emoción, emocionar y emocionarse**. Precisamente la emoción por **ser cada día mejores y aportar valor a la sociedad** hace a la compañía crear vínculos y alianzas en pro del bien común y la justicia social, todo ello desarrollando su modelo de comercio de la única manera que comprende: con **ética y responsabilidad**.





# El equipo Alcampo en el **origen** (y en el centro) de la **experiencia** y la **emoción**



---

«Alcampo es una empresa certificada Top Employer, habiendo renovado en 2022 (y 2023) dicho reconocimiento»

Innovación, responsabilización, desarrollo, diversidad, bienestar y participación son la base del proyecto de recursos humanos de Alcampo, del que forman parte 20.200 personas.

Alcampo es una empresa **certificada TOP EMPLOYER**, habiendo renovado en 2022 (y 2023) dicho reconocimiento. Este sello reconoce a la empresa por su política de Recursos Humanos, así como por el entorno de trabajo que ofrece a sus colaboradores.

*¡Talento everywhere!*

El desarrollo y crecimiento de la empresa ha permitido crear en 2022 más de 70 puestos de Responsables de Comercio, una figura clave en las tiendas Alcampo, para asegurar el éxito en aspectos comerciales, económicos y de gestión de equipos.

Los candidatos seleccionados reciben formación en estas áreas durante un periodo de entre 4 y 6 meses para sumarse, una vez hayan finalizado, al equipo de dirección de hipermercados y supermercados.

Habiendo dado un paso más en el compromiso con la creación de empleo y la igualdad de oportunidades, estos perfiles, destinados habitualmente a jóvenes con titulación universitaria, se han abierto a aquellos con estudios de FP Superior o Grado Medio relacionados con el comercio, como Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, Comercialización de Productos Alimentarios o Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria.

Asimismo, respondiendo a las necesidades derivadas del desarrollo del proyecto Alcampo donde la proximidad digital y la pasión por el producto son clave, se han creado más de medio centenar de puestos de manager en áreas vinculadas a la gestión logística, sistemas de información, e-commerce, data y, por supuesto, producto.



## Alianzas para el aprendizaje

Con el fin de hacer converger el mundo académico y el empresarial y tender puentes que **faciliten el acceso al empleo y el aprendizaje**, Alcampo colabora con más de 25 universidades y escuelas de negocios para que, además de participar en encuentros y ferias de empleo, sus alumnos puedan realizar prácticas en la empresa y acceder también a la tutorización de trabajos académicos de la mano de los expertos de Alcampo.

En este sentido, Alcampo se sumó en 2019 a **Alianza para la FP Dual** con el objetivo de potenciar la Formación Profesional Dual en la empresa e impulsar nuevos proyectos de esta modalidad formativa.

El pasado año, gracias a los 5 convenios de colaboración en el marco de favorecer la empleabilidad de jóvenes procedentes de la FP Dual, **32 alumnos** cursaron prácticas en Alcampo.



## Promoción interna

Alcampo es consciente de la necesidad de buscar y acceder al talento de fuera y de dentro de la compañía, que enriquezca y cree valor compartido. Por ello, además de crear procesos de atracción dirigidos a un público ajeno a Alcampo, también trabaja para favorecer la **promoción interna**. En 2022, han sido 42 las personas que han alcanzado posiciones de *manager* desde categorías de colaboradores.

**i** En 2022 Alcampo ha sido una de las empresas que la Xunta de Galicia ha reconocido por su apuesta por la FP Dual, destacando la participación activa en la profesionalización de los alumnos, así como en la mejora de su empleabilidad.



## Reforzar el talento de hoy y cultivar el de mañana

A lo largo del año se impartieron **210.000 horas de formación**, en la que se invirtió un 32% más que en 2021, superando los **5 millones de €**. Dicho importe fue destinado al mantenimiento y creación de una oferta de **2.000 módulos formativos**, siendo más de 700 en formato presencial y más de 1.250 en formato digital, habiendo creado en 2022 más de 160 módulos nuevos.

Estos módulos se alojan en la plataforma "ARE Learning Cloud" que recibe visitas de **4.375 usuarios al mes**. Además de los módulos creados y destinados a la especialización de las diferentes profesiones ejercidas en Alcampo, la compañía ofrece al **100% de la plantilla** la posibilidad de acceder a **80 módulos** enmarcados en el desarrollo de habilidades como la escucha activa, el trabajo en equipo o la creatividad, entre otras.

### Escuela de Desarrollo del Talento como palanca de transformación

Además del trabajo diseñado y ejecutado en formación, Alcampo cuenta desde hace años con la llamada "**Escuela de Desarrollo del Talento**" orientada a acompañar la transformación y el desarrollo de la empresa, poniendo en marcha programas que promuevan el aprendizaje individual y organizacional.

A lo largo de 2022 más de **400 personas** han participado en el conjunto de estos programas que se desarrollan en modo semipresencial, combinando acciones físicas y aprendizaje online. Siempre con el objetivo de innovar, en el ejercicio pasado se han incorporado al programa Serious Games y simuladores en el aprendizaje orientados a trabajar diferentes competencias y habilidades personales.

Algunos de los programas desarrollados han sido:

#### Pasarela:

Destinado a colaboradores de base, para entrenar las competencias que les permitan progresar y asumir nuevos retos.



#### Esfera:

Dirigido a responsables para favorecer competencias de liderazgo, excelencia, apertura y transformación.

### Avanza:

Concebido para acompañar a futuros dirigentes en la adquisición de habilidades para la transformación y el liderazgo digital.



### Líder Auchan:

Orientado a descubrir el rol de líder para directivas y directivos de reciente nombramiento, en formación o noveles, que les permita afianzar las competencias y cualidades del modelo de liderazgo de Alcampo.



### Lab to Grow

Este programa de desarrollo es un acelerador de talento, basado en cultura y metodología AGILE destinado a *managers* de reciente incorporación. En 2022 han participado en este programa **50 colaboradores** que han aprendido por inmersión, a nivel interno y externo, sobre los principales modelos de negocio y tendencias empresariales actuales finalizando con la realización, en equipo, de un proyecto real asociado a la estrategia de la empresa.

«En 2022 se impartieron 210.000 horas de formación, en las que se invirtieron mas de 5 millones de €»

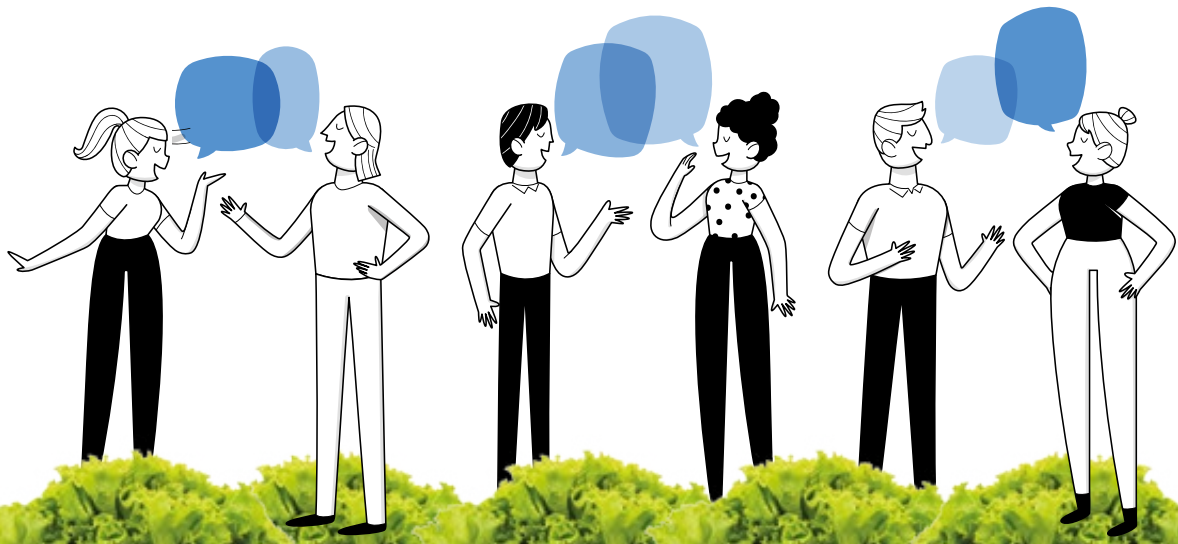


## Y hablando de transformación...

En un contexto de cambio, la **transformación cultural** se presenta como una palanca estratégica para evolucionar, adaptarse a la nueva realidad y para ser capaces de dar respuesta a un mundo cambiante.

Además del trabajo desarrollado para digitalizar a toda la plantilla (el 72% de las personas de Alcampo utilizan los medios digitales puestos a su disposición), la empresa puso en marcha un **Proyecto de Transformación Cultural** liderado por un equipo multidisciplinar que trabajó en la comunicación e impulso de acciones transformadoras de la mano de un equipo de más de 300 personas de la empresa que participaron activamente para facilitar un despliegue que impactara al 100% del equipo.

Otro de los programas puestos en marcha en 2022 en el marco de la transformación cultural fue el llamado proyecto **"Management responsabilizador"**, iniciado a finales de 2022, cuyo objetivo es favorecer la autonomía, el compromiso y el desarrollo profesional del equipo de mujeres y hombres de la empresa, piedra angular de la transformación y del éxito. Además de formación para managers, se ha realizado o previsto para 2033 workshops para toda la plantilla y un plan gamificado de comunicación, acompañamiento y refuerzo.



«El objetivo de Alcampo es favorecer la autonomía, el compromiso y el desarrollo profesional de las personas»



### Acompañamiento personalizado: **coaching** y **mentoring**

Alcampo trabaja desde hace años con procesos de coaching y mentoring orientados sobre todo a impulsar el proceso de transformación individual y colectiva en la compañía.

Ambas fórmulas aportan concreción y adecuación a la realidad personal de cada usuario, lo que redunda en la eficacia a la hora de conseguir los objetivos marcados.

El **coaching** es un proceso de acompañamiento, donde el coach provoca la reflexión y anima a la acción para conseguir los retos y desafíos definidos. En Alcampo, una media de 20 personas al año participan durante cuatro meses en procesos de coaching individual.

Además de este proceso individual, Alcampo puso en marcha el **coaching de equipo**, donde el equipo trabaja sin jerarquías para lograr retos concretos o sobre la propia situación en general, trabajando con el objetivo de saber qué se quiere conseguir, de dónde se parte y qué se va a hacer para conseguirlo.

Por su parte, el **mentoring**, está basado en la capitalización de la experiencia y valores de los profesionales de Alcampo para acompañar a otros compañeros y transmitirles el conocimiento. Tras dos años de la creación de la plataforma "Mentoring Auchan", más de 100 mentoras y mentores, todos ellos con formación previa en mentoring, están disponibles para el colectivo de managers que soliciten este acompañamiento.



## Sentirse bien. Conectar

Alcampo pone en marcha acciones para crear ambientes de trabajo donde el bienestar sea una realidad. Más allá de los planes de prevención de riesgos laborales, la compañía trabaja en la incorporación de medidas y programas para que los colaboradores se sientan bien, algo que redundará en la conexión compartida y el disfrute.

En este sentido, el pasado año puso en marcha un Plan de Bienestar que abarca las dimensiones profesional, física, emocional, financiera y social. Uno de los primeros pasos que se dieron fue la incorporación de una herramienta de flexibilidad en el cobro, dando la opción a todos los colaboradores a recibir su salario cómo y cuándo quieran sin necesidad de intermediarios.

Asimismo, se ha creado una página web con propuestas y consejos, se ha comenzado la adecuación del surtido de las máquinas de vending hacia uno más saludable en los cen-

tros, donde además se han habilitado salas para llevar a cabo diferentes acciones enmarcadas en el Programa de Bienestar como, por ejemplo, sesiones de fisioterapia.

«El Plan de Bienestar de Alcampo abarca las dimensiones profesional, física, emocional, financiera y social»

### ESPACIO BIENESTAR

Fisioterapia en Servicios de Apoyo

En **Alcampo**  
en las mejores manos...



**Dónde:** en nuestra Sede, en la planta baja despacho 500.  
**Horario:** Todos los viernes de 09:00 a 14:00.  
**Cita previa:** Pedir cita en recepción a María Payero.





## Participar = Vivir (y disfrutar) la vida Alcampo

La base de la política de recursos humanos de Alcampo ha sido siempre, fomentar la participación en la empresa desde un punto de vista amplio. Participar es responsabilizarse, es conocer, es opinar y dar feedback, es vivir y hacer vivir Alcampo.

Uno de los grandes proyectos de participación es el **accionario voluntario**, por el que los colaboradores pueden ser accionistas de la empresa y participar en los buenos resultados. En 2022, los más de **16.000 accionistas** de Alcampo han accedido a **12,5 millones de €** por participación en resultados.

Además de este proyecto en el que participa el 88% de la compañía, existen otros destinados a la totalidad de la plantilla, orientados al reconocimiento de los buenos resultados personales y de equipo. En este marco se han repartido casi **19 millones de €** (3,8 millones en acciones).

### Plan de voluntariado

Otro de los proyectos estrella de participación es el voluntariado corporativo, o Jornadas de Apertura, puestas en marcha para compartir experiencias inolvidables y conectar con el entorno más inmediato. Alcampo ha continuado en 2022 desarrollando su plan de voluntariado para que los colaboradores vivan, de primera mano, los proyectos que la compañía apoya e impulsa, implicando a los equipos de todos los centros de trabajo. En total, a lo largo de un año, más de **650 personas** han participado en Jornadas de Apertura durante **1.500 horas**. Desde su puesta en marcha en 2018 han participado más de **11.400 colaboradores** en actividades relacionadas con la mejora medioambiental y social, así como con el conocimiento y vivencia del producto desde el origen.

**i** Repartidos **31,2 millones en 2022** en primas y acciones a través de los planes de reparto de beneficios y remuneraciones variables personales y de equipo.



# Objetivo: emocionar al cliente a través de la experiencia

Alcampo tiene el propósito de ofrecer una **experiencia de compra diferencial y única** a sus clientes, tanto si optan por la tienda física como por la plataforma online o la combinación armónica de ambas.

Para hacer realidad su objetivo en las tiendas concebidas como espacios de vida, placer y convivencia, Alcampo ha reforzado su apuesta por la experiencia gastronómica. Además de la incorporación de aulas de experiencias tras reformas integrales en los hipermercados más grandes, la compañía ha reforzado sus mostradores de platos preparados así como sus bistrós, que han alcanzado la decena en 2022.

Para impulsar y promover la compra consciente, Alcampo ha trabajado en reforzar la información de interés para el cliente, creando contenidos atractivos y relevantes que cumplan los objetivos indicados. En 2022 se ha puesto en marcha el **blog [alcampo.es](https://alcampo.es)** donde



los clientes pueden encontrar contenidos relacionados con alimentación, buenos hábitos, tecnología, hogar y decoración, bebés o mascotas, entre otros. Además, se han retomado las actividades experienciales en tienda como las degustaciones, los eventos de showcooking o las actividades para niños y niñas y se ha puesto en marcha la retransmisión de talleres de cocina en directo a través de redes sociales, redes que se han visto incrementadas con la incorporación de TikTok.



¡Síguenos en...!

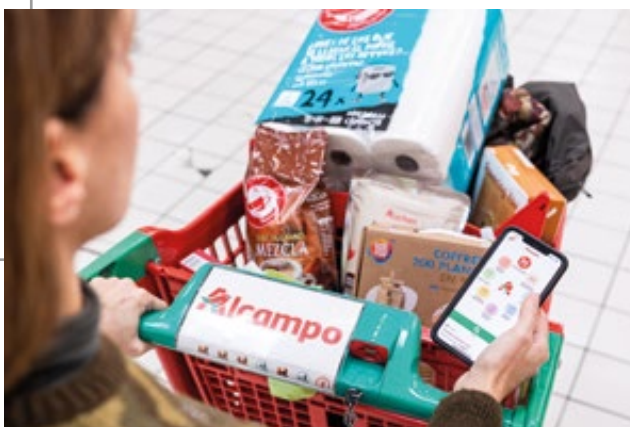
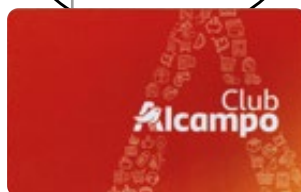




## Tenerife: dos hipermercados, servicio en toda la isla y más

Este punto de recogida con tienda de conveniencia abrió a finales de 2022 en Los Cristianos, un municipio situado al sur de la isla de Tenerife, isla donde Alcampo cuenta con dos hipermercados situados al norte. Abierto de lunes a domingo, los clientes pueden recoger los pedidos realizados a través de la página web, optando a un **surtido de 50.000 referencias**. El nuevo punto Alcampo.es complementa el **servicio de recogida** en el sur de Tenerife, donde hay también unas taquillas 24 horas en el municipio de Las Chafiras. Además, desde el hipermercado Alcampo de La Laguna se gestiona el envío de compras a la isla de la Gomera.

«Te esperamos»



En el ámbito del e-commerce se ha trabajado en la mejora de la experiencia phygital, habiendo avanzado en el objetivo de que el cliente gestione su compra cómo, cuándo y dónde quiera. La prueba de ello es que el **100% de los hipermercados y el 85% de los supermercados** funcionan como puntos de recogida, además de contar con otras soluciones como taquillas. Es decir, los clientes pueden acceder a un surtido de miles de productos propios de un hipermercado y recoger su compra donde deseen.

## i Club Alcampo

El Club Alcampo ha alcanzado en 2022 los **1,9 millones de socios** y ha aumentado el número de promociones y los beneficios para quienes quieren ser parte de Alcampo como regalo de bienvenida, regalo de cumpleaños, descuentos acumulables en saldo en función de las compras o acceso a eventos exclusivos.



---

«El 39% de puestos de responsabilidad está desarrollado por mujeres»



---

«Alcampo está trabajando en el III Plan de Igualdad junto a representantes de los trabajadores»

# La experiencia (y la emoción) de construir una **sociedad** **más justa**

Cuidar la dimensión social en el desarrollo del negocio es una máxima para Alcampo, que practica su actividad con ética y cree firmemente en la construcción de un entorno igualitario, apoyando a colectivos vulnerables e impulsando acciones que disminuyan la brecha social.



## Igualdad de oportunidades

Alcampo apuesta por la diversidad como fuente de riqueza, así como por la igualdad de oportunidades con la máxima de que una sociedad igualitaria es una sociedad más justa, y el compromiso de ser agente del cambio sistémico que precisa la sociedad para evolucionar.

La compañía focaliza sus esfuerzos en asegurar la igualdad de género y desarrollar proyectos de inclusión de colectivos vulnerables.

## Tod@s somos Alcampo

**El 39% de puestos de responsabilidad está desarrollado por mujeres.** Este dato, mejorable y con planes concretos para que dicha mejora sea realidad, supone haber incrementado dos puntos la presencia de mujeres en el colectivo de mandos respecto al pasado año.

Alcampo está trabajando en el tercer **Plan de Igualdad** junto a representantes de los trabajadores, aplicando en la actualidad el vigente que favorece la corresponsabilidad de mujeres y hombres e incorpora la perspectiva de género en la propia gestión de la empresa, en todas sus políticas y a todos los niveles.

Además de asegurar la participación paritaria y favorecer la contratación de mujeres en nuevos procesos de selección, la empresa ha desarrollado a lo largo de 2022 la segunda edición del programa **Empowering Women's Talent**, destinado a mujeres de la empresa y puesto en marcha por Equipos & Talento, una iniciativa de desarrollo del liderazgo y talento femenino que pretende enseñar, compartir e inspirar sobre igualdad y diversidad de género. En el pasado ejercicio el número de participantes ascendió a 60.

Alcampo recibió en 2022 precisamente de la mano de Equipos & Talento el sello de reconocimiento **"Diversity Leading Company"** otorgado por la apuesta global por la diversidad. Asimismo, la compañía es firmante del **Decálogo por la Igualdad** de Fundación **Woman's Week** y es empresa adherida a la iniciativa **"Más mujeres, mejores empresas"** del Ministerio de Igualdad.

En el marco del enérgico rechazo de la violencia de género, Alcampo forma parte de **"Empresas por una sociedad libre de violencia de género"**, apoyando a las mujeres víctimas a través de ayudas recogidas en el propio Plan de Igualdad, favoreciendo el empleo y participando en jornadas de sensibilización como la carrera "Hay Salida".

## Una sociedad plural y sin barreras

Alcampo pone en marcha, desde hace años, programas orientados a favorecer la empleabilidad de colectivos con mayor dificultad para encontrar trabajo, entre ellos las personas con discapacidad. La compañía ha finalizado 2022 con una tasa de discapacidad cercana al 5,7%, cifra resultante de los **505 puestos directos** y los **528 indirectos**, calculados a partir de los más de **10 millones de €** destinados a adquirir bienes y servicios a centros especiales de empleo.

Asegurar un **comercio sin barreras** es también trabajar para que la experiencia de los clientes sea igualitaria. En 2003 se introdujeron los primeros productos de marca propia etiquetados en braille, contando en la actualidad con más 330 referencias con este sistema de lectoescritura.

Salvo casos excepcionales, todas las tiendas cuentan con **cajas de salida con ancho especial** para que puedan ser utilizadas por personas usuarias de sillas de ruedas y ofrecen carros de compra adaptables a dichas sillas. Además, en todas las tiendas donde hay mostrador de información y probadores estos están adaptados, así como en aquellas donde la zona de balanzas no está asistida.



## Oportunidades para todos

En Alcampo desarrollamos desde hace años acciones para impulsar junto a Fundación Secretariado Gitano la formación y empleabilidad de jóvenes vulnerables. El año pasado impartimos formación teórica y práctica a **200 alumnas y alumnos** a través de formación práctica en tiendas y módulos formativos, algunos de ellos pertenecientes a nuestro catálogo formativo online, que Alcampo cedió a la Fundación. Además de la formación destinada a oficios tradicionales, se ha desarrollado una formación dirigida a productos tecnológicos y digitales en los hipermercados de Almería, Albacete y Alicante. Del total, **67 personas han sido contratadas**.

La totalidad de los hipermercados y un supermercado por zona de influencia, cuentan con **bucles de inducción magnética** para facilitar la comunicación con clientes con implantes cocleares o audífonos, así como el sistema de videointerpretación en Lengua de Signos SVisual que permite comunicarse en tiempo real con personas signantes.



## Alianzas para paliar la brecha social

Alcampo ha celebrado diferentes campañas, todas ellas encaminadas a la lucha para paliar la brecha social, aportando a la consecución de poner fin a la pobreza y reducir las desigualdades.

### Desayunos y Meriendas #ConCorazón

Entre el 3 y el 9 de octubre se celebró la décima campaña "Desayunos y Meriendas Con Corazón" organizada junto a Cruz Roja, Oney, Nhood y ACYRE Madrid. Durante el periodo que duró la campaña, en la que participaron **3.200 voluntarios**, los clientes de Alcampo realizaron donaciones por valor de más de 108.800 € que sumados a los 100.000 € donados por Alcampo y los 6.000 € de Oney y Nhood, el importe total entregado a Cruz Roja **superó los 214.000 €**.

### Gran Recogida de Banco de Alimentos

Del 25 de noviembre al 6 de diciembre de 2022, se celebró el mayor evento solidario de los Bancos de Alimentos a beneficio de las personas más desfavorecidas en España: la Gran Recogida organizada por Fesbal (Federación de Asociaciones de Bancos de Alimentos) y en la que participó un año más Alcampo, recogiendo donaciones económicas de los clientes, que podían hacerse tanto en las cajas como en la plataforma de comercio online. En total, se recaudaron **más de 240.000 €** habiendo entregado Alcampo 80.000 €. Además, por primera vez desde la crisis de la COVID-19, Alcampo apoyó la recogida de alimentos físicos durante el fin de semana pudiendo entregar más de **500.000 Kg** a los bancos de alimentos de la FESBAL.



## Ningún Niño sin Juguete

Alcampo volvió a celebrar en el periodo de Navidad 2022 su campaña “Ningún Niño sin Juguete”, habiendo finalizado con **más de 11.700 juguetes nuevos** que fueron entregados a las organizaciones del entorno de las 76 tiendas participantes que, a su vez, los hicieron llegar a niñas y niños que viven en familias en situación de vulnerabilidad. Además, Alcampo donó más de **2.500 juguetes nuevos**, tanto para las organizaciones como para SAMUR-Protección Civil y Samur Social, con quien colabora en Madrid desde hace años para que niños y niñas que viven en centros de acogida puedan acceder a juguetes en Navidad.

## Campaña de recogida de material escolar

Por segundo año consecutivo, Alcampo ha puesto en marcha la vuelta al cole más solidaria con una campaña de recogida de **material escolar nuevo** celebrada del 31 de agosto al 14 de septiembre de 2022, en 63 centros de su red con el fin de reducir la brecha social en la infancia y atenuar el impacto económico que supone para las familias en riesgo de exclusión la compra de material escolar. A lo largo de la campaña se recaudaron más de **61.000 artículos** (44.600 unidades de material escolar donados por clientes, a las que se suman 16.422 artículos donados por Alcampo por un valor de **más de 23.000 €**).



Regala un juguete nuevo y ayudaremos a que llegue a otros niños.  
Más información de cómo donar juguetes en [www.todosconjuguete.com](http://www.todosconjuguete.com)

**Alcampo**



## Un kilo de Ayuda

La Fundación Altius presta apoyo para cubrir las necesidades básicas de las familias más vulnerables y desarrolla programas de inserción laboral. En Alcampo se venden tarjetas de 1, 3 o 5 € para destinar a estos programas, tanto en cajas como en comercio online. En 2022 se ha conseguido entregar a esta Fundación **133.000 €**.



## Carrera Rosae en Valdepeñas (Ciudad Real)

Esta carrera solidaria tiene el objetivo de recaudar fondos destinados a la investigación del cáncer de mama. Una vez más, el equipo Alcampo de Valdepeñas apoyó este evento local en el que participaron mil personas entregando el avituallamiento, que repartieron los voluntarios de la empresa. Este es un ejemplo de la **participación activa** en actividades de apoyo a las personas del entorno de las tiendas. En 2022 se hicieron en este marco donaciones a entidades solidarias del entorno local por valor total de **más de 60.000 €**, siendo aproximadamente 7.000 € en aportaciones económicas y 52.000 € en productos. Además, los centros también han apoyado iniciativas deportivas y culturales locales a través de acciones de patrocinio por un total de **58.000 €**.

## «Alcampo donó a Cruz Roja 206.400 € de ayuda a Ucrania»

## Apoyo para Ucrania

Alcampo ha participado en acciones solidarias encaminadas a cubrir necesidades básicas de personas afectadas por el conflicto bélico en Ucrania, realizando donaciones directas de productos o participando en campañas de recogida de fondos.

En este sentido, ante la grave situación humanitaria, **Alcampo abrió una vía de colaboración con Cruz Roja** para apoyar a las personas de Ucrania que tuvieron que abandonar su país. Entre el 10 y el 31 de marzo de 2022 en las cajas de salida de las tiendas y en la página web de la compañía, se podían hacer donaciones de 1,3,5,10 y/o 20 €. Al finalizar la campaña, se entregaron a Cruz Roja **206.400 €**, procediendo 60.000 € de una donación de Alcampo y 146.400 € de las donaciones de clientes, proveedores y colaboradores de Alcampo. El montante final se destinó a la ayuda al pueblo ucraniano tanto en España, como en Ucrania o zonas fronterizas.

Respecto a las donaciones en especie, Alcampo colaboró en marzo de 2022 con la embajada de Ucrania haciéndole entrega de productos de primera necesidad y un palet de mascarillas FFP2, todo ello por un valor de **más de 32.000 €**.

En esta misma línea, Alcampo donó **ropa de abrigo** destinada a personas con discapacidad en Ucrania por un valor de 4.000 €, acción que desarrolló a través de la Fundación ONCE, organización que trabaja para mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad y con la que Alcampo colabora desde hace más de un cuarto de siglo.



# Sistema compliance y gestión ética

Alcampo cuenta con un **sistema de Ética, Compliance y Deber de Vigilancia**, que implica a todos los colaboradores de la empresa y que se fundamenta en su más firme compromiso en la prevención de la comisión de ilícitos, la lucha contra la corrupción, el deber de vigilancia y la protección de los datos personales, en definitiva, en una gestión ética del negocio.

La finalidad de este sistema es fortalecer la **cultura ética corporativa**, llegando a todos los grupos de interés, garantizando el respeto a la ley, el cumplimiento de las normativas internas, y los valores y principios éticos recogidos en la **Carta Ética** de Alcampo.

La **Carta Ética** que es la guía que fundamenta el comportamiento de todas las personas que forman parte de Alcampo y que recoge los estándares éticos de la organización, describiendo los principios más importantes que rigen la relación con cada uno de los grupos de interés: clientes, colaboradores, socios externos, accionistas y comunidad.



---

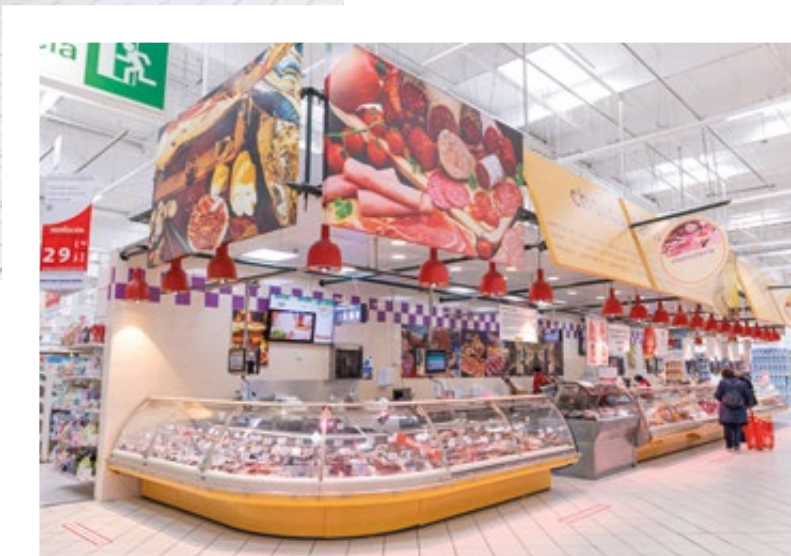
«Alcampo cuenta con  
un sistema de Ética,  
Compliance y Deber  
de Vigilancia»



Para hacer accesible la Carta Ética al conjunto de los empleados, la compañía elaboró la **Guía de Ética para el día a día**, en la que a través de ejemplos de situaciones concretas que pueden presentarse en el transcurso de la actividad diaria, se ilustra la aplicación práctica de cada uno de los principios éticos.

La empresa cuenta con un **Protocolo de Buenas Prácticas para la Prevención de Conductas Ilícitas** aprobado por el Consejo de Administración, que tiene por objeto concienciar a la plantilla de Alcampo de la existencia de determinadas conductas ilícitas y con ello establecer las pautas generales que deben regir el comportamiento de la Sociedad y de todos sus empleados/as (en su condición de agentes de la misma), en el desempeño de las funciones que tienen atribuidas y en sus relaciones comerciales y profesionales frente a terceros, actuando en todo momento de acuerdo con la Carta Ética.

Alcampo cuenta, además, desde 2015 con un **Comité de Ética**, compuesto por miembros que representan las diferentes áreas de la empresa, así como un asesor externo, con el objetivo de velar por el cumplimiento de su Carta Ética.





En 2021, se constituyó el **Comité de Compliance y Deber de Vigilancia**, con la misión de garantizar el cumplimiento de las leyes, normas y directrices internas, con el acento puesto en el análisis de riesgos que pueden impactar de manera significativa en la organización.

La compañía cuenta además con una **Política de Regalos en Invitaciones**, en la que se establecen los principios relativos a la oferta y aceptación de regalos e invitaciones.

En 2022, Alcampo ha dado un paso más en su compromiso para combatir y rechazar la corrupción y ha creado un **Código de Conducta** que define las reglas que deben ser observadas por todas las personas que forman parte de la organización.

Como complemento a todos estos elementos de gestión que configuran la gestión de compliance y la gestión de ética, existe un **canal web de denuncias**. Dicho canal está abierto al público en general con acceso disponible desde [www.alcampo.es](http://www.alcampo.es) y [www.alcampocorporativo.es](http://www.alcampocorporativo.es), para facilitar que cualquier persona pueda efectuar una denuncia de incumplimiento de los principios recogidos en la Carta Ética.

Para asegurar que los más de 20.000 colaboradores de Alcampo conocen y comparten el comportamiento ético definido por la empresa, se desarrollan acciones formativas y de sensibilización. En este marco, en 2022 más de 3.000 personas han recibido formación sobre ética, alcanzando en la totalidad **17.650 personas formadas**; además cabe destacar que en noviembre de 2022 Alcampo celebró la Compliance Week acogiendo actividades para dar a conocer el sistema de compliance entre los colaboradores de Alcampo.





## Control en la cadena de suministro

Además de todos los elementos expuestos, Alcampo también aplica el **Código de Ética Comercial Auchan** en el que entre otros se prohíbe la corrupción y se exige que se garanticen unas condiciones de fabricación que respeten los derechos humanos y de los trabajadores. Este código ético se basa en los principios establecidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, las Líneas Directrices de la OCDE, la Declaración de la OIT de 1998 relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, así como en los 8 convenios fundamentales de la OIT.



Estos compromisos, se inscriben en el marco de los **10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**. Su firma y compromiso es obligatorio para todas aquellas compañías que quieran ser proveedoras de

productos, por ello lo **han firmado el conjunto de los proveedores** y se ha verificado a través de auditorías en aquellos países que son considerados de riesgo desde el punto de vista del respeto de los Derechos Humanos y derechos de los trabajadores.

En 2022 se **realizaron auditorías sociales en 425 plantas** cuyo objetivo es conocer, a través de un auditor externo, el rendimiento de los productores y fabricantes respecto a factores de conformidad social recogidos en el Código de Ética Comercial.

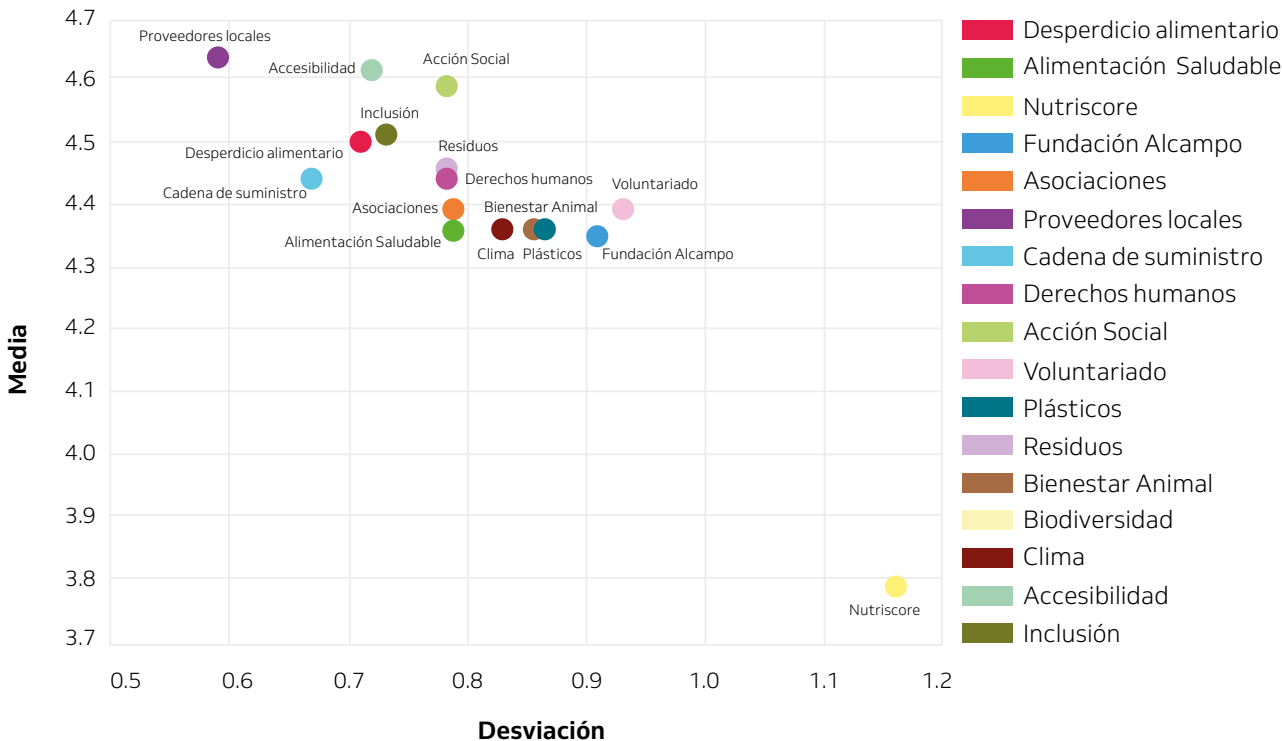


# Diálogo para entender, para compartir, para cambiar, para crecer

Alcampo apuesta por el diálogo continuo con sus grupos de interés. Las políticas que la compañía desarrolla son fruto de **la escucha y del compromiso** para atender las demandas y necesidades de todos los grupos con los que se relaciona.

La identificación de los grupos de interés se ha hecho a partir del análisis de la cadena de valor y del entorno en el que Alcampo desarrolla su actividad, clasificándolos en: clientes, empleados, proveedores, accionistas, la comunidad en su conjunto y el medioambiente (representados estos últimos por diversas entidades de índole social y medioambiental).

En 2022 se ha llevado a cabo un **estudio de materialidad** con representantes de medios de comunicación, proveedores locales y ONGs y Asociaciones, para identificar aquellos temas que más preocupan a los grupos de interés y que deben centrar la atención de Alcampo. El apoyo a los productores locales, la prevención del desperdicio alimentario, la protección de la biodiversidad y el Bienestar Animal son los temas que han suscitado el interés de los grupos.



Matriz de materialidad. Relevancia y consenso.



## La voz de las mujeres y hombres de Alcampo

En el caso de los colaboradores, además del diálogo a través de los más 800 representantes sindicales de los trabajadores, la compañía cuenta con varios programas más como las llamadas **“Conversaciones del Talento”**, una herramienta de feedback permanente por la que se establecen conversaciones trimestrales donde prima la cercanía y el interés por la persona, así como su plan individualizado de mejora y desarrollo.

Otra de las herramientas utilizadas cada dos años es el **Barómetro de Compromiso y Satisfacción<sup>5</sup>** (BES), una herramienta adoptada por Auchan Retail Internacional en todos los países en los que está presente. El propósito de dicho barómetro es conocer las opiniones, experiencias y percepciones de los colaboradores y, así, lograr las mejores condiciones para que el com-

promiso con el proyecto de la empresa sea una realidad que genere bienestar, sentido al trabajo y creación de valor.

En el BES realizado en octubre de 2022 participaron **15.350 colaboradores** de Alcampo, un 86% de la plantilla. El ratio de compromiso resultante ha sido del 87%. En este sentido cabe indicar que el índice Red Retail, calculado por Ipsos, arroja una cifra de compromiso del **77%**.

Esta medición se ha adaptado a la propia organización territorial de la compañía, permitiendo conocer en profundidad las necesidades o anhelos por equipos y elaborar los pertinentes **planes de acción** para cubrirlas y cumplir las expectativas de las personas de la empresa.

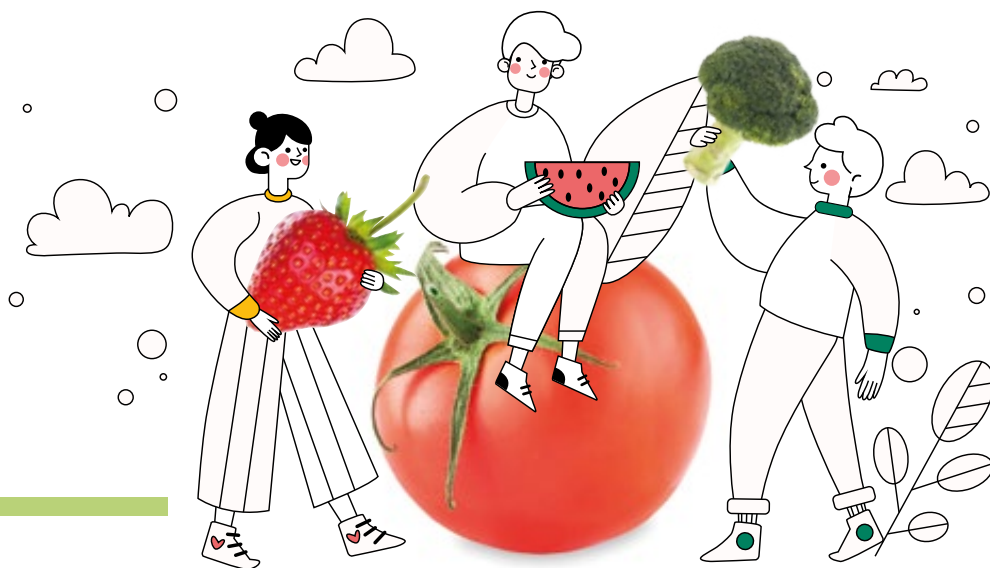
## La voz de los clientes

Alcampo cuenta con un amplio equipo de profesionales para atender a los clientes a través de canales físicos, como las propias tiendas, u online.

En 2022 se atendieron **más de 585.000 contactos de clientes** a través de llamadas, chat, mensajes, etc. y se realizaron más de **27.000 encuestas**.

5. Baromètre d'engagement et de satisfaction (BES).





# Actuar por el Planeta

La necesidad acuciante de actuar por el Planeta conlleva, para Alcampo, la puesta en marcha de **planes de acción** centrados en la consecución de objetivos medibles en el corto y medio plazo, fijando prioridades de actuación y desarrollando proyectos concretos en ámbitos donde la compañía puede aportar valor. La **descarbonización** de su propia actividad y el trabajo en pro de la descarbonización de la cadena de suministro, es una de los ejes de trabajo y compromiso de la compañía, así como la implementación de **proyectos de economía circular**, la lucha contra el **desperdicio alimentario** y el **uso de plástico** así como la conservación de la **biodiversidad**.





*Ayúdanos a reducir  
el consumo de plásticos*

**Puedes traer tu propio  
envase transparente**



• Servicio disponible en mostradores.  
• Para tu seguridad, nos reservamos el derecho de rechazar envases que no estén limpios,  
secos e adaptados.



**Acciones  
responsables**



# Proyecto Clima: lucha contra el cambio climático

La lucha contra el cambio climático forma parte de los objetivos esenciales de Alcampo desde el año 2008, momento en el que dio los primeros pasos en su Plan de Descarbonización. Durante dos años la compañía se ocupó en identificar los focos principales de las emisiones directas de CO<sub>2</sub>eq generadas por su actividad, publicando en 2010 por primera vez, la Huella de Carbono para sus hipermercados y en 2013 para sus supermercados, utilizando para su estudio y medición la metodología GHG Protocol. En este informe, Alcampo presenta por primera vez los resultados unificados de hipermercado y supermercados de los Alcances 1 y 2, por lo que el año base común pasa a ser 2013. El Alcance 3 se recoge en la **Huella de Carbono** publicada anualmente por la Compañía.



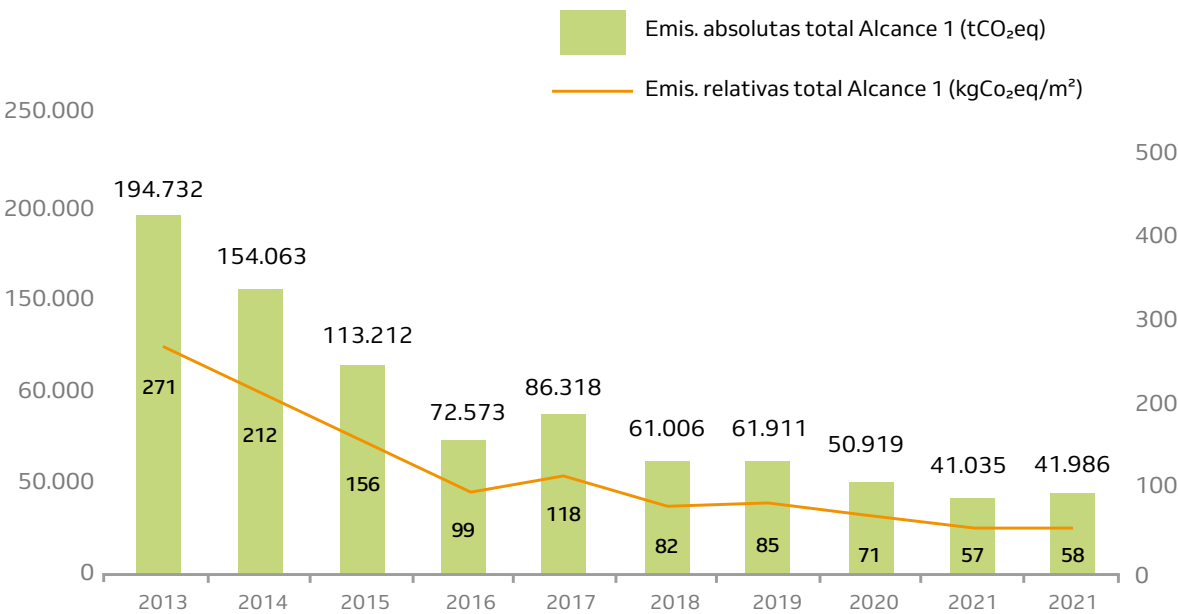
# Alcance 1

Este alcance agrupa las emisiones relativas a gas natural, gasóleo y gases refrigerantes, siendo este último la principal fuente de emisiones de CO<sub>2</sub>eq en este Alcance.

En 2022 las emisiones de CO<sub>2</sub>eq se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto en un 78% y en valor relativo (por m<sup>2</sup> de sala de venta) un 79%, gracias a los planes de mejora implementados. Planes de mejora centrados en el control de fugas, sustitución

de los gases refrigerantes por otros con menor poder de calentamiento atmosférico y la renovación de las centrales de frío por otras más eficientes y capaces de albergar estos nuevos gases.

Y con relación a 2021 han aumentado las emisiones de este alcance un 2% en valor absoluto y relativo, debido principalmente al incremento de fugas de gases refrigerantes de los equipos de frío alimentario.



Total Alcance 1 hipermercados y supermercados.

«La lucha contra el cambio climático forma parte de los objetivos esenciales de Alcampo desde el año 2008 »

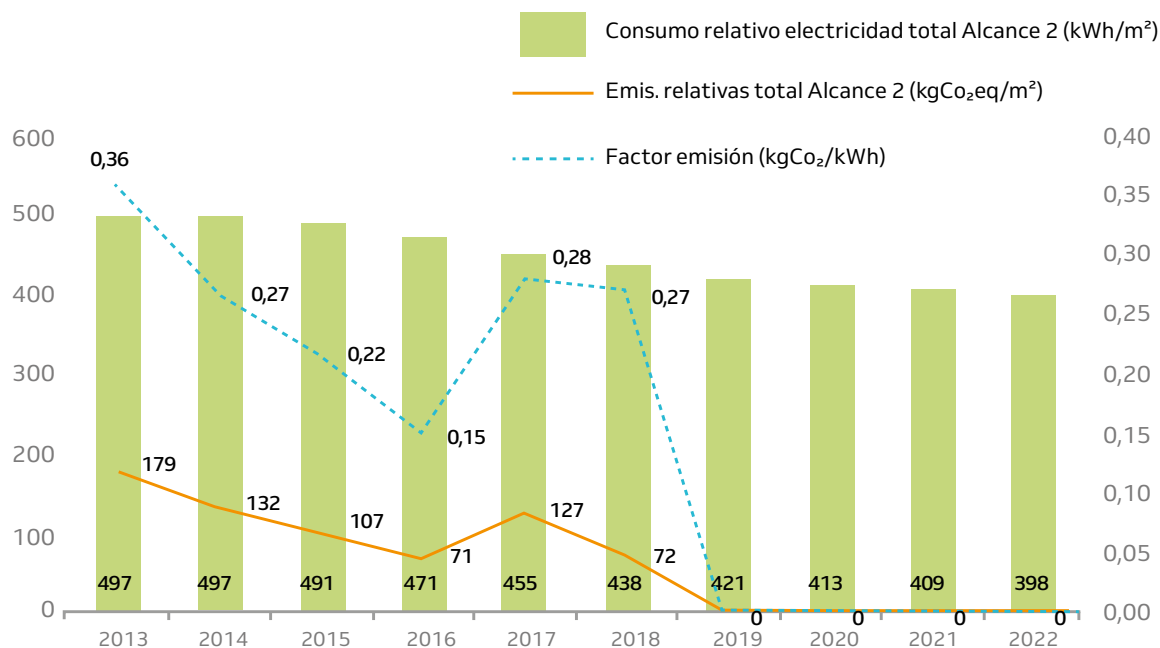
## Alcance 2

Este alcance es el relativo a las emisiones de CO<sub>2</sub>eq debidas al consumo de electricidad, cifra que desde mediados de 2018 es cero tras haber dado el paso de utilizar única y exclusivamente energía procedente de fuentes renovables con certificado de garantía de origen en la totalidad de tiendas, almacenes y oficinas de Alcampo.

También cabe indicar que Alcampo posee la **certificación ISO 50001: 2018** para todas sus unidades de negocio y continúa trabajando día a día para hacer realidad su plan de eficiencia energética iniciado en el año 2008. Respecto al ejercicio anterior la compañía ha **reducido un 3% el consumo** de kwh/m<sup>2</sup> de sala de ventas, cifra que alcanza un 20% con relación al año base (2013).

El trabajo desarrollado ha estado basado en el control, la inversión en tecnologías cada vez más eficientes y las actuaciones de sensibilización, destacando en este caso que, desde 2008, han recibido formación sobre eficiencia energética 12.000 personas.

Respecto a la inversión, en 2022 se han incorporado mejoras en áreas de frío, climatización e iluminación por valor de **más de 60 millones de €**, entre ellas cerrar muebles de productos frescos y congelados, lo que supone una reducción del 15% del consumo de electricidad del frío alimentario, en los centros en los que se han implementado dichas medidas.



Total Alcance 2 hipermercados y supermercados.

## Proyecto de autoconsumo

Tras una asociación con Helexia, empresa de servicios energéticos del Grupo Valtalia, Alcampo implementará autoconsumo de energía fotovoltaica en sus centros. En 9 hipermercados se instalarán paneles fotovoltaicos en el techo, así como en marquesinas situadas en los aparcamientos. El proyecto contará con una capacidad instalada de 9.130 kWp, estimando que estas plantas producirán anualmente 13,3 GWh de energía fotovoltaica, evitando así las emisiones de **3.000 t CO<sub>2</sub>eq** al año.

## i Objetivos de descarbonización

**Respecto a los Alcances 1 y 2, Alcampo pretende que en 2030 se hayan reducido un 46% las emisiones de CO<sub>2</sub>eq debidas a su actividad y ser neutros en carbono en 2043.**



## La hora del Planeta

Un año más Alcampo se sumó a la Hora del Planeta para llamar la atención sobre el cambio climático. Todos los centros apagaron sus rótulos el 26 de marzo a las 20:30 h. La Hora del Planeta es el apagón voluntario puesto en marcha por la organización WWF que este año contó con el lema **“Muévete por el Planeta”**, para recordar que la naturaleza es el sistema de soporte vital del Planeta.

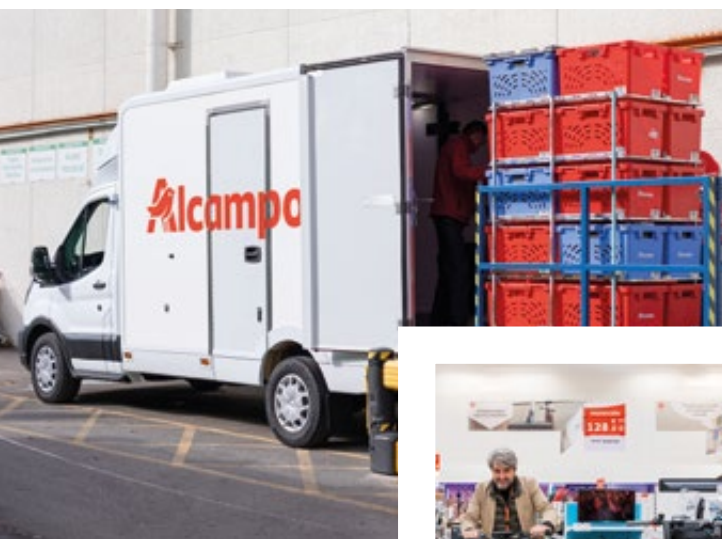
«Alcampo ha invertido +60 millones de € en mejoras en áreas de frío, climatización e iluminación»



## Alcance 3

Las emisiones de los Alcances 1 y 2, ligadas directamente al funcionamiento de las tiendas de Alcampo, suponen un 2% del total de las emisiones que genera cada año la compañía, siendo necesario establecer planes de reducción de emisiones ligadas al Alcance 3.

Con la vista puesta en el futuro, en 2030 Alcampo ha fijado el objetivo de **reducir un 25% las emisiones de CO<sub>2</sub>eq debidas a la logística y comercialización de productos**. Para ello, en el año 2023 comenzará a recabar información cualitativa y cuantitativa de las acciones realizadas por parte de sus proveedores para luchar contra el cambio climático, y asegurar que en 2025 **la totalidad de proveedores cuentan con un Plan de Descarbonización** avalado por un organismo independiente y, además, facilitan información sobre su Huella de Carbono así como el grado de desarrollo de los planes de descarbonización establecidos.



## «En 2025 todos los proveedores contarán con un Plan de Descarbonización»

### Velocidad de cruce en la reducción de emisiones procedentes del transporte

Alcampo está trabajando en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>eq procedentes del transporte tanto el utilizado de los almacenes a sus tiendas, como el utilizado para transportar la mercancía a los clientes.

Como medidas tomadas para la mejora medioambiental, cabe indicar que el **85% de los camiones** utilizados son certificados Euro 6, habiendo mejorado 10 puntos porcentuales respecto al pasado año.

Para el reparto a domicilio, Alcampo continúa trabajando con partners que utilizan vehículos menos contaminantes, algo que ya es una realidad en **89 de sus supermercados**, donde para realizar la entrega a domicilio utilizan motos, triciclos, ciclomotores y furgonetas eléctricas. En el primer semestre de 2023, Alcampo prevé incorporar vehículos eléctricos de flota propia para sus hipermercados de la Comunidad de Madrid.

Además de lo indicado, la compañía pretende impulsar la movilidad urbana sostenible. Por ello, además de contar con siete puntos de recarga de vehículos eléctricos (proyecto que se verá ampliado en 2023), ha desarrollado una amplia oferta de productos para dicha movilidad (patinetes, bicicletas eléctricas y accesorios) incorporando este surtido de hasta **30 referencias** en todos sus hipermercados y en 25 supermercados, cuya superficie de exposición es menor, a través de catálogos.

# Alianzas por la descarbonización. Un plan de futuro que empieza hoy

Las emisiones vinculadas a la comercialización de productos suponen más del 60% de las emisiones totales generadas por Alcampo anualmente, lo que implica trabajar de la mano y en alianza con los productores.

Ya en febrero de 2023 Alcampo comunicó a sus proveedores, en el acto público “Alianzas por la Descarbonización” los objetivos de cara al futuro indicados en párrafos anteriores, para lo que es necesario el trabajo conjunto y coordinado.



Los principales ejes propuestos para avanzar en los planes de descarbonización son **mejorar las prácticas agrícolas y ganaderas**, avanzar en la eficiencia energética y en la utilización de **energías renovables**, reducir el **desperdicio alimentario**, garantizar que las **materias primas proceden de fuentes sostenibles** y no contribuyen a la deforestación y dar pasos



## Una formación de impacto: CLIMA

Tras hacer público el compromiso de la compañía con la descarbonización, se ha dado el pistoletazo de salida a los planes de **sensibilización y formación, en la que han participado 1.050 personas**, de las que 35 han sido formadas en el llamado «El mural del clima» un taller lúdico, colaborativo y creativo sobre el cambio climático que permite descubrir el funcionamiento del clima, así como las causas y fatales consecuencias del cambio climático.

claros en el **ecodiseño** y la **circularidad** de los productos y envases.

Por su parte, Alcampo avanzará en la digitalización del intercambio y seguimiento de las emisiones de sus proveedores y en su acompañamiento, así como en la inclusión de una cláusula relativa a la reducción de emisiones en los convenios comerciales.

i

## Objetivos de descarbonización



### Alcances 1 y 2

Reducción de las emisiones debidas a los Alcances 1 y 2 un 46% en 2030<sup>6</sup> y ser neutro en carbono en el año 2043.

### Alcance 3

Reducir un 25% las emisiones de CO2 de la cadena de suministro en 2030<sup>7</sup>.

6. Año de referencia 2019. 7. Año de referencia 2020.

# Economía circular para crear valor infinito

Desde hace años Alcampo diseña y ejecuta planes para hacer realidad su política de economía circular basada en la reducción, en la reutilización y en el reciclado y transformación de los residuos en nuevas materias primas secundarias.

## Horizonte: residuo cero

360 personas han recibido formación sobre gestión de residuos a lo largo del año, sumando así más de **7.600 colaboradores** con conocimiento sobre dicha gestión básica para lograr el compromiso de Alcampo: ser **residuo cero**, objetivo que es una realidad en **38 centros**, habiendo sumado tres a los existentes en 2021. Los residuos que se generan en estos 36 hipermercados y dos plataformas logísticas son reciclados o valorizados energéticamente, evitando que vayan a vertedero. De esta forma se reduce la contaminación del suelo, del aire y del agua, y también se reduce la explotación de nuevos recursos naturales, al transformar una parte de estos residuos en materias primas que se vuelven a introducir en los procesos productivos.

El proyecto Residuo Cero comenzó su andadura en 2013, desde entonces la tasa de valorización se ha mejorado **más de un 70%**.

Para el resto de centros de la empresa, la tasa de valorización ha mejorado dos puntos porcentuales respecto al año anterior, ascendiendo ésta al 90%; es decir que **sólo el 10% de los residuos que genera la actividad de Alcampo van a vertedero**.



## ¡Aquí reciclamos todos!

Además de contar con **120 ecoparques** para facilitar la segregación y reciclaje de residuos a sus clientes, Alcampo ha incorporado en todas sus tiendas con venta de impresoras, contenedores de recogida de cartuchos. Igualmente, en 44 centros cuenta con contenedores para productos textiles usados, acción que desarrolla de la mano de Cáritas que, en 2022, ha recogido de dichos contenedores **260 t de ropa**.

«Solo el 10% de residuos generados van a vertedero»





## Donaciones de productos no alimentarios

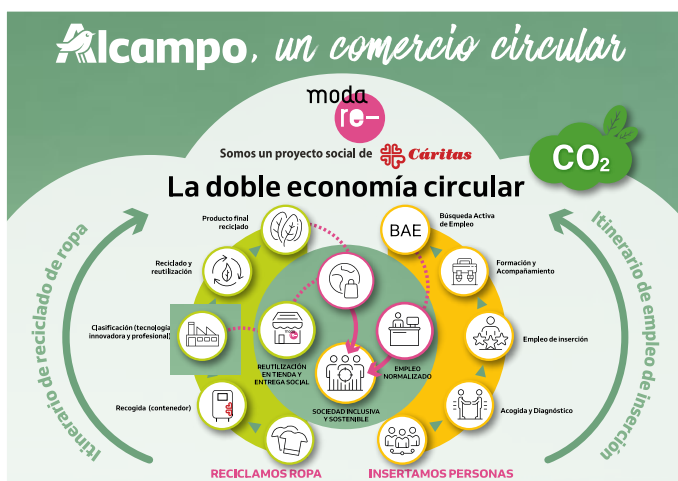
Partiendo de la base de que los productos aptos para el consumo pero no para la venta no son sólo alimentarios (tema que se tratará en el punto destinado a la lucha contra el desperdicio alimentario), Alcampo ha avanzado significativamente en los procesos de donación de productos no alimentarios (droguería, perfumería o bazar) a entidades solidarias, habiendo donado en 2022 productos por valor de **57.700 €** hecho que supone una aportación a la lucha contra el desperdicio desde un punto de vista global.

«La tasa de valorización se ha mejorado más de un 70% desde 2013»



### Vestir el reciclaje

En el caso de textil, cabe resaltar la colaboración con Cáritas (gestor de **Moda re-**) entidad a la que Alcampo dona prendas de sus tiendas que son aptas para el uso pero no para la venta, para que sean incluidas en los circuitos de reutilización, reciclado y donación de Moda re-, habiendo entregado **más de 15 t** en un año.



## Productos llenos de (segunda) vida

Alcampo ha continuado desarrollando proyectos de codesarrollo e innovación para incorporar a su oferta productos que o bien se reutilicen previa adecuación de los mismos, o bien sean fabricados a partir de los propios residuos que Alcampo genera.

En el primero de los casos, Alcampo ofrece productos tecnológicos y de segunda mano bajo su proyecto **“Nueva Vida”**. En el caso de la implantación de córners de ropa de segunda mano Mora re- en colaboración con Cáritas, estos han alcanzado los 16 durante 2022, año en el que se han abierto 8 nuevos, llegando a Comunidades Autónomas donde no estaban presentes como Aragón y País Vasco. Estos córners cuentan con un surtido aproximado de **500 referencias** de ropa para niño/a, mujer, hombre y complementos, cuyos precios oscilan entre los 2 y los 30 €. Desde el inicio de su andadura se han vendido más de **70.000 prendas**, 70.000 piezas que no han terminado en vertedero.

### ReWARE, ¡larga vida a la tecnología!

Además de la venta de ropa de segunda mano, Alcampo trabaja en colaboración con la empresa española Reware en un proyecto de venta de productos reacondicionados de telefonía e informática de segunda mano, con el objetivo final de generar menos basura electrónica y reducir la contaminación y la explotación de nuevos recursos naturales.

Este proyecto, que dio sus primeros pasos en el año 2019, ha evolucionado notablemente. Por un lado, son ya 51 las tiendas que han incorporado estos espacios **“Nueva Vida”** donde se pueden encontrar, en gran medida, smartphones, ordenadores, Macbook e iPad, auriculares o smartwatch.

Dando un paso más en este proyecto que hace realidad los pilares de la economía circular como reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales, Alcampo ha incorporado en sus centros de Marbella (Málaga) y Sant Boi (Barcelona) un mostrador donde, además de vender los productos anteriormente mencionados, se recompran productos usados y se ofrece servicio de reparación.

Respecto a los **productos creados a partir de sus propios residuos**, Alcampo ya incorporó en 2020 un sustrato universal de marca propia en cuyo compost se utilizan residuos orgánicos generados en las tiendas, habiendo continuado en 2022 incorporando otros nuevos proyectos como **petfood** o **carcasas** de seguridad.



## «51 tiendas con productos de tecnología renovados»

### Carcasas de seguridad que vuelven a ser... carcassas

Este proyecto, puesto en marcha en 2022 en un hipermercado de Barcelona (Sant Adrià), se desarrolla en colaboración con un proveedor local que, en primer lugar, separa las diferentes piezas en función de su composición. Por un lado, actúa sobre los materiales plásticos para triturarlos, grancearlos y extrusionarlos con la finalidad de conseguir un producto homogéneo listo para volver a ser inyectado en los moldes que conformarán las nuevas carcassas. Por otro lado, tratan el resto de componentes para su **reutilización o reciclado en plantas especializadas**. En este caso, se comprueba que funcionen las alarmas, así como la tensión de los muelles y se clasifican los pernos metálicos siguiendo criterios de longitud y composición.

### Petfood de marca propia. ¡Guau!

El nuevo petfood de marca propia, está fabricado con **harinas procedentes de subproductos cárnicos** de las propias carnicerías de Alcampo. Dichos subproductos, tras su tratamiento correspondiente, se transforman en harinas que enriquecen la fórmula del pienso. Este proyecto, que hoy es una realidad, se comenzó a desarrollar en 2021 junto a los gestores Hisamar y ReFood y el proveedor de alimento para animales Elmubas.



## Experiencia y aprendizaje

Los productos de segunda vida de Alcampo, fueron unos de los protagonistas de la **exposición experiencial de economía circular** celebrada en la Universidad del País Vasco y creada en el seno del Grupo de Trabajo de Economía Circular de WAS (*Women Action Sustainability*), junto a la Gipuzkoako Foru Aldundia - Diputación Foral de Gipuzkoa. Además, el proyecto Mora re- se exhibió en la Jornada sobre Moda y Sostenibilidad de la Universidad Rey Juan Carlos en Madrid.





## Alcampo y tú, sin desperdicio

Alcampo quiere contribuir a terminar con el desperdicio alimentario, una lacra para la Humanidad que redundan en el calentamiento global y en el aumento de la brecha social.

Para ello, la compañía ha diseñado y emprendido diferentes acciones que van desde la prevención y mejora de sus procesos, hasta la sensibilización de clientes y formación de la plantilla.

Desde 2019, Alcampo colabora con **Too Good To Go**, aplicación a través de la que los usuarios pueden salvar packs de alimentos que están llegando al final de su vida útil, habiendo salvado en las tiendas propias de Alcampo **más de 176.000 packs** en un año, que en términos medioambientales supone haber dejado de emitir **440 t** de CO<sub>2</sub>eq a la atmósfera. Desde 2019 se han salvado **354.000 packs**.

Otra de las acciones llevadas a cabo es la reducción del precio de productos con caducidad próxima, aplicando descuentos de entre un 10% y un 50%.

Asimismo, realiza donaciones de productos alimentarios a **Bancos de Alimentos** del entorno de cada tienda, habiendo donado en 2022 productos por valor de más de **700.000 €**.

## Conocimiento como base de la concienciación

En el marco de la **formación y sensibilización**, Alcampo ha puesto en marcha un proyecto de animación que pretende compartir información y buenas prácticas con toda la compañía, para asegurar un trabajo conjunto y en equipo con el objetivo de reducir la pérdida de alimentos.

Con respecto a la formación, la empresa ha creado un módulo de formación e-learning sobre desperdicio alimentario en el que **14.025 empleados** han participado, suponiendo un **69% de la plantilla**.

Además, de cara a trabajar en pro de la concienciación ciudadana, en el mes de septiembre de 2022 Alcampo se sumó a la **Semana contra el Desperdicio de Alimentos** bajo el lema que le acompaña desde hace tiempo: "Alcampo y tú, sin desperdicio". Showcookings, talleres de cocina y formación para todas las personas que quisieran saber más sobre el desperdicio estuvieron disponibles, lanzando, además, un reto de desperdicio para todas las tiendas Alcampo.

En 2022, todas estas medidas se han ido consolidando y han dado como resultado una **reducción del desperdicio alimentario del 12,5%**.

## -Plástico + compromiso

El plástico se ha convertido, por su uso, abuso y su persistencia en el medioambiente, en otra de las batallas a librar en la lucha contra el cambio climático y la preservación de la biodiversidad.

Alcampo dio un paso al frente hace años, creando un **plan de actuación** con metas claras, medibles fijando pasos de ejecución en el corto y medio plazo que implicaban actuar sobre sus propios envases de productos de marca propia, así como en los de terceros que pone en el mercado.

En este sentido, Alcampo tiene el compromiso de que en 2025 el 100% de sus envases plásticos sean reciclables, compostables y/o reutilizables. Los datos hablan por sí solos: al finalizar 2022 se alcanzó el objetivo en el **46% en envases** de productos frescos y el 69% de los productos de marca propia. Además, el **100% de las bolsas** de caja son reutilizables, reciclables y contienen hasta un **80% de material reciclado** procedente de los propios residuos.



«En 2022, se ha reducido el desperdicio alimentario un 12,5%»



### Uso mi recipiente y lo vuelvo a usar

Los clientes de Alcampo pueden **traer su envase** para hacer la compra en los mostradores de productos frescos y platos preparados desde 2020. Este servicio que fue suspendido durante la pandemia, ha vuelto a estar disponible en la totalidad de las tiendas.

## Principios de eco-concepción en marca propia

El **100% de los envases de marca propia** presentados en brik o que incorporan papel o cartón en el envase, cuentan con certificación o bien **FSC o PEFC**, en ambos casos, certificando su procedencia de fuentes sostenibles. Éste es uno de los requisitos a cumplir en los productos de marca propia, siendo fieles a los principios de eco-concepción aplicados. En este sentido, además de trabajar en el diseño de envases, se trabaja en el **rediseño**, incorporando mejoras que permitan utilizar menos materias primas, teniendo en cuenta toda la vida del envase. A lo largo del pasado ejercicio se han **evitado 16 t de envases y embalajes**, cifra que asciende a **680 t** contando desde el inicio del proyecto, en 2008.

Envases fabricados con subproductos de caña de azúcar.

**Compostables**



Para su reciclado, deposítalo en el contenedor marrón.

**¡Muchas gracias!**



### Marca propia de reDISEÑO

Algunos ejemplos de las mejoras desarrolladas, son haber incorporado un **50% de PET reciclado** en las bandejas de siete referencias de pavo y jamón cocido loncheado, haber eliminado la lengüeta de plástico de pañuelos desechables, reemplazándola por una de papel, de tal manera que se mejore la reciclabilidad o haber incorporado un **80% de PET reciclado** en la bandeja de tiras de bacon, reduciendo el 25% de peso en el envase.

## i La responsabilidad en bandeja

A finales de 2022 se introdujo un cambio en los envases de platos preparados que supondrá **evitar el consumo de 35 t de plástico**. Los envases para llevar comida, fabricados en plástico, se sustituyeron por otros fabricados con fibra natural procedente de subproductos de caña de azúcar.



Otra de las prioridades para Alcampo, es promover la incorporación de material reciclado a sus envases y reducir un 50% en 2050 los envases de plástico que se ponen en el mercado. Hasta hoy se han ahorrado **231 t** anuales en frutería y panadería, al haber eliminado el porex en ambos casos habiendo optado por alternativas mas sostenibles, que aportan mayor reciclabilidad como por ejemplo , cajas y bandejas de cartón con certificado FSC en el caso de panadería.

---

«Hasta hoy se han ahorrado 231 t anuales de plástico en frutería y panadería»

### Sin envase: venta a granel

Diez años después de la primera incorporación de una sección destinada a la venta a granel, Alcampo ofrece esta opción de compra prácticamente en la totalidad de sus hipermercados ofreciendo casi **1.400 referencias**.

Dando un paso más en su oferta de productos a granel Alcampo ha desarrollado un proyecto de **ampliación de oferta y renovación de espacios** en cinco tiendas, como Vaguada en Madrid o La Laguna en Tenerife, incluyendo una nueva gama de productos congelados como pescado, verduras o frutas, entre otros, disponibles en un servicio asistido ubicado junto a las tolvas de autoservicio renovadas.

La venta a granel permite al cliente comprar la cantidad que exactamente necesita o desea, redundando no sólo en su satisfacción sino en evitar que se desperdicien alimentos. Asimismo, la venta a granel reduce la cantidad de envases.



**i** **La mar de sostenibles**  
En noviembre de 2020 Alcampo introdujo los primeros carros y cestas fabricados con un 25% de residuos de cabos y redes de pesca reciclados, algo que es una realidad en **70 hipermercados y supermercados**.



# Biodiversidad, riqueza y equilibrio natural

Conservar la biodiversidad es esencial para regular el equilibrio natural, mantener la producción de los ecosistemas o proteger los recursos hídricos, entre otros beneficios que hacen posible la vida. En Alcampo se trabaja en este sentido con el fin de aportar, de la mano de sus proveedores, a la mejora de las prácticas agrícolas y ganaderas, una de las palancas que más impacta en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a la conservación de los bosques y a la recuperación de especies animales y vegetales, que nutren de riqueza infinita el ecosistema.



## Insectos vs. químicos

En 2018 Alcampo inició un proyecto para primar la incorporación de productos hortofrutícolas que procedan de una producción en la que se **minimiza el uso de químicos en el cultivo**, eliminándose por completo en el proceso de conservación. Gracias a la aplicación de estas técnicas, tales como la utilización de feromonas que confunden a las plagas o la atracción de insectos beneficiosos para el cultivo, se logra, a largo plazo, el aumento de la biodiversidad y la reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub>eq. En 2022 ha sido posible trabajar con **15 productos** (11 de ellos Alcampo Producción Controlada) bajo estas características, algo que no siempre es posible sobre todo si las condiciones meteorológicas no son las adecuadas.



## Nuestros bosques

La conservación de bosques primarios, sumideros naturales de CO<sub>2</sub>eq y reservorios de biodiversidad son una prioridad para Alcampo, por lo que se ocupa de garantizar que las materias primas que la empresa consume proceden de fuentes sostenibles y no contribuyen a la deforestación.

Alcampo cuenta con una **Política de Bosques** desde 2017, actualmente en revisión, con los objetivos de reducir riesgos relativos a la sostenibilidad asociados a la comercialización de determinados productos y apoyar la restauración forestal. El **100% de los productos de marca propia** de madera o derivados fabricados en España, están certificados con los sellos FSC o PEFC.

Con la vista puesta en el futuro, y asegurando que avanza en su Política de Bosques, Alcampo ha firmado un Convenio de colaboración con la ONG Earthworm para establecer su participación en la **“Campaña Grupo de Soja”**, organizada por la ONG mencionada, que tendrá como fin la implementación de una estrategia colectiva, para asegurar el abastecimiento de soja libre de deforestación y conversión.

En 2022, por principio de precaución, Alcampo dejó de comercializar carne de vacuno de Brasil, para luchar contra la deforestación importada. La carne de origen brasileño se vendía únicamente en los tres hipermercados de Canarias.



### Café y chocolate (certificado): una combinación perfecta

50 de las **63 referencias** de café de marca propia, cuentan con el sello de *Rainforest Alliance* y 30 de las **39 referencias** de chocolate tienen certificado UTZ de agricultura sostenible.



## Bosque Alcampo, espacio de vida que da vida

Respecto a la **restauración forestal**, Alcampo colabora con la organización WWF desde 2011 para recuperar un encinar autóctono en el municipio de Tembleque (Toledo). Durante el pasado año se ha continuado apoyando el mantenimiento del área repoblada, colocando estructuras que protegen los árboles. Además, se ha previsto la realización de un seguimiento de las especies, aplicado el **"Protocolo de seguimiento para proyectos de restauración forestal"** que la organización desarrolló hace algunos años con la Universidad Politécnica de Madrid, un control que permitirá saber cómo evoluciona la masa forestal creada, como base para adoptar otras actuaciones necesarias para retroalimentar el proyecto de restauración forestal.



## ¡Juntos, por la restauración forestal!

Con el objetivo final de recuperar la integridad ecológica en tierras degradadas, un año más, medio centenar de voluntarias y voluntarios de la compañía acudieron al bosque Alcampo para realizar labores de mantenimiento, plantando **145 plantones de encinas y coscojas** y retirando aquellos que no sobrevivieron tras plantaciones anteriores.



## Bienestar Animal, por principio

Alcampo cuenta con una Política de Bienestar Animal desde el año 2020, habiendo marcado metas hasta el año 2026. En 2022 dando un paso más, **Alcampo amplió los compromisos** incluyendo que el 100% de los productos que contengan huevo como alguno de sus ingredientes, procederá de gallinas no criadas en jaulas ni en sistemas combinados en 2024 para la marca Alcampo Producción Controlada y en 2025 para el resto de marca propia. Asimismo, la compañía se ha adherido al **Compromiso Europeo del Pollo** para garantizar que el 100% del pollo fresco, congelado, así como productos procesados (que contengan más del 50% de pollo) cumplan con los requisitos marcados por dicho compromiso para todas sus marcas propias y en su marca exclusiva Alcampo Producción Controlada.



Respecto a la consecución de objetivos fijados, cabe indicar que al finalizar 2022 el **100% de los proveedores de Alcampo Producción Controlada** cumplían los requisitos de Bienestar Animal marcados en la política basada en 13 puntos y se habían adherido al Plan Nacional de Resistencias de Antibióticos. De hecho, casi una treintena de productos cárnicos de Alcampo Producción Controlada cuentan con certificación en Bienestar Animal Welfair.

El logro de esta meta complementa los pasos dados con anterioridad, como el hecho de que desde 2021 el **100% de huevos** bajo marca Alcampo y Alcampo Producción Controlada proceden de gallinas que no han sido criadas en jaulas ni en sistemas combinados.



«El 100% de los proveedores de Alcampo Producción Controlada cumplen los requisitos de Bienestar Animal»





## Océanos para respirar

Alcampo cuenta con una **Política de Pesca sostenible** basada en cuatro puntos: luchar contra la pesca ilegal no declarada y no reglamentada (INDNR), no comercializar especies clasificadas “en peligro” o “en peligro crítico” en la Lista Roja de Especies Amenazadas de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, asegurar la sostenibilidad y biodiversidad de los recursos y ecosistemas acuáticos, a través del apoyo a la creación y conservación de Reservas Marinas de evitar la captura accidental de especies y prohibir el cercenamiento de las aletas de tiburón y descarte del resto del cuerpo. El cuarto punto está sustentado en la creación de alianzas y el codesarrollo de acciones encaminadas a garantizar la pesca sostenible y aportar al bien común.

En este aspecto favorece la inclusión de productos pesqueros certificados contando con 11 productos certificados ASC (Aquaculture Stewardship Council) y **55 productos certificados MSC** (Marine Stewardship Council), 10 de ellos de marca propia.



### Primer atún MSC de marca propia

Alcampo lanzó en noviembre de 2022 la **primera conserva de marca propia de atún de pesca sostenible** *Marine Stewardship Council* en el mercado español (MSC). El atún listado (*Katsuwonus pelamis*) de la conserva, cuyo proveedor es Frinsa del Noroeste, proviene de la pesquería de atún capturado en el océano Índico por los barcos de la empresa vasca Pesqueras Echebaster. Esta empresa, con sede en Bermeo, obtuvo la certificación de pesca sostenible de MSC en 2018. Consta de seis barcos cerqueros que desembarcan el atún que capturan en las islas Seychelles y en otros puntos del océano Índico.



### “Mares para Siempre”

Entre el 21 y el 27 de febrero de 2022 Alcampo se sumó, un año más a la «Semana Mares para Siempre» organizada por MSC (Marine Stewardship Council), una organización internacional sin ánimo de lucro que establece una serie de estándares con base científica y mundialmente reconocidos en materia de pesca sostenible y de trazabilidad de productos pesqueros. Durante esos días, los productos con el sello azul de MSC estuvieron destacados **en todos los centros Alcampo**, haciendo realidad el compromiso con la sensibilización de los consumidores en favor de la pesca sostenible.



## Recuperación de especies, conservación de los ecosistemas

Alcampo ha seguido trabajando para incorporar a la cesta de sus clientes variedades autóctonas que favorecen la **recuperación de la biodiversidad y la fijación de población rural**.

Por ello ha seguido manteniendo e impulsando proyectos como el de tomates de Madrid o de Mutxamel (Alicante), en ambos casos recuperados, así como **melones** también de la Comunidad de Madrid de los que ha comprado **8.800 Kg**. Respecto a los tomates, se han reducido las compras a la mitad debido a la climatología, habiendo adquirido 2.580 Kg de tomate de Mutxamel (Alicante) y **13.000 Kg de tomate** de Madrid.

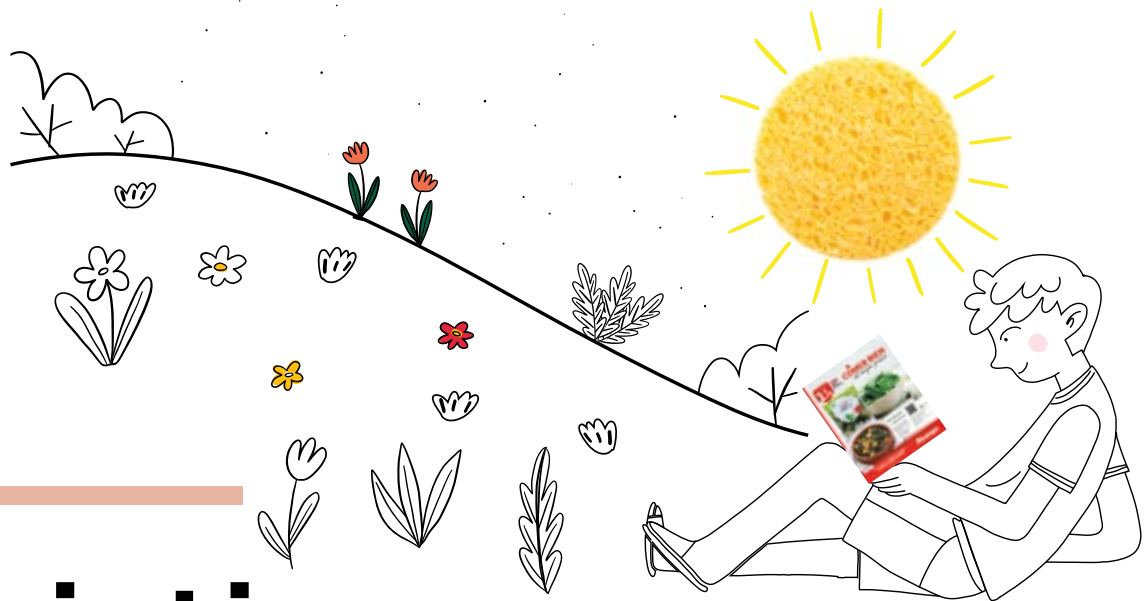
Además, en este caso, a lo largo del mes de julio de 2022 más de una veintena de restaurantes, entre los que se encontraban establecimientos centenarios, con estrella Michelin, tabernas e, incluso, una pastelería, y el bistró de Alcampo Vaguada, celebraron la **2ª Semana del tomate madrileño**, una iniciativa promovida por el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (iMiDRA), la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid (ACYRE Madrid) y Alcampo, con el objetivo de acercar el producto local de calidad a la mesa, impulsar el consumo de tomates autóctonos de proximidad y conectar la huerta madrileña con las mesas de los restaurantes de la región.

Además de los productos hortofrutícolas, Alcampo colabora con productores de **porco celta de Galicia y porc negre en Mallorca**, dos especies porcinas que estaban a punto de desaparecer y fueron recuperadas por ganaderos locales.



### ¡Apoyamos la recuperación de la gallina castellana negra!

En 2022 la Fundación Alcampo ha aprobado la cofinanciación del **Programa “Pío, Pío”** de la asociación Huerteco, que trabaja para dar a conocer y recuperar la gallina castellana negra, que es la gallina más antigua de la Península Ibérica; una especie incluida dentro del Catálogo Oficial de Razas de Ganado de España como raza aviar en peligro de extinción e incluida en el Programa Nacional de conservación, mejora y fomento de las razas ganaderas. En Huerteco implican a los más pequeños en el trabajo en pro de la recuperación de la biodiversidad, promoviendo, a través del programa “Pío, Pío” la instalación en los centros educativos de un gallinero portátil con 2 gallinas, a la vez que se instala una incubadora para que se pueda conocer todo el ciclo de la vida de una gallina: desde que pone un huevo hasta que el pollito nace.



# Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definen prioridades a nivel mundial y determinan la ambición global para el año 2030, buscando movilizar a toda la sociedad en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes. Los ODS hacen una llamada a la acción para poner fin a la pobreza y crear una vida digna con oportunidades para todos, dentro de los límites del Planeta.

Alcampo ha alineado su estrategia con las prioridades globales y ha identificado aquellos ODS que son prioritarios dada la naturaleza de su actividad. La identificación de los ODS se ha llevado a cabo evaluando los impactos en toda su cadena de valor y teniendo en cuenta la opinión y prioridades de sus grupos de interés.

Por todo ello, Alcampo ha identificado como una prioridad incrementar el impacto positivo en su contribución a los ODS 2, 8, 12 y 13.







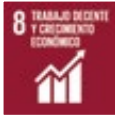


| ODS                                                                                           | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                                                                            | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>1.2</b>   | De aquí a 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades en las que Alcampo opera.<br>Promover la Inclusión socio-laboral de los colectivos más vulnerables.                                                                                                            | 20.200 empleados.<br>16.000 accionistas.<br>31,2 millones de € repartidos entre la plantilla.<br>Compras a 4.535 proveedores españoles por valor de 3.771 millones de €.<br>Generación de empleo para personas vulnerables: 771 puestos de trabajo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  <b>2.1</b>   | De aquí a 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad, incluidos los niños menores de 1 año, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.                                                                                                                                                                                                                        | Contribuir a mejorar la alimentación de las personas más vulnerables. Aumentar el volumen de alimentos donados por Alcampo y sus clientes.<br>Apoyar proyectos solidarios que contribuyan a fomentar el acceso a la alimentación saludable y la lucha contra la malnutrición. | Donaciones de alimentos a organizaciones sociales por valor de 1.329.361 €. (contempla las donaciones de Alcampo y las de sus clientes).<br>Donaciones durante la Campaña Desayunos y Meriendas Con Corazón junto con Cruz Roja: entrega de 214.824 € destinados a la compra de alimentos para familias vulnerables.<br>Gran Recogida de Alimentos de Fesbal: donaciones de clientes por valor de 241.207 € y más de 504.095 kilos y donación de Alcampo por valor de 80.000 €.<br>La Fundación Alcampo ha apoyado 12 proyectos que contribuyen a la buena alimentación, con una donación total de 235.210 €. |
|  <b>2.3</b> | De aquí a 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los ganaderos y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos e insumos de producción y a los conocimientos, a los servicios financieros, los mercados y las oportunidades para añadir valor y obtener empleos no agrícolas. | Promover la oferta de productos de Comercio Justo.<br>Promover la oferta de productos locales y de proximidad.                                                                                                                                                                | Acuerdos con 1.483 productores locales y compras por 185 millones de €.<br>Quincena de Comercio Justo 2022: +7,80% de incremento de ventas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| ODS                                                                                           | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                                   | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>2.4</b>   | De aquí a 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, a los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad de la tierra y el suelo.                                                                                                | El 100% de los huevos de marca propia Alcampo serán provenientes de gallinas no criadas en jaulas.                                                                                                                                   |                                                                                                                                         |
|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | El 100% de proveedores de alimentos de origen animal de la marca exclusiva Alcampo Producción Controlada, cumplen los Requisitos Alcampo de Bienestar Animal.                                                                        | En 2022, el 100% de los proveedores de alimentos de origen animal de Marca APC ya cumplen con los requisitos Alcampo de Bienestar Animal.                                                                                  |
|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | El 100% de las explotaciones ganaderas de proveedores de Alcampo Producción Controlada de alimentos de origen animal, se han adherido a los compromisos publicados oficialmente en el Plan Nacional de Resistencias de Antibióticos. | En 2022, el 100% de los proveedores de alimentos de origen animal de Marca Alcampo Producción Controlada, se han adherido a los compromisos publicados oficialmente en el Plan Nacional de Resistencia a los antibióticos. |
|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | En 2025 el 100% de huevos del 100% de proveedores, provendrán de gallinas no criadas en jaulas ni en sistemas combinados.                                                                                                            | Actualmente el 65% de las unidades distribuidas cumplen con este requisito.                                                                                                                                                |
|  <b>2.5</b> | De aquí a 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus correspondientes especies silvestres, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales conexos y su distribución justa y equitativa, según lo convenido internacionalmente. | Desarrollar proyectos de recuperación de variedades de semillas y especies autóctonas.                                                                                                                                               | En 2022 se ha desarrollado el proyecto de recuperación de variedades autóctonas de tomate y melón de la Comunidad de Madrid y de tomates de Mutxamel, en Alicante.                                                         |

| ODS                                                                                                             | Meta                                                                                                                                                                                                                             | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                                      | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>3</b> SALUD Y BIENESTAR     | <b>3.4</b><br>De aquí a 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante su prevención y tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar.                                    | Contribuir a la investigación del cáncer infantil.                                                                                                                                                                                      | Desde el año 2019, 258.000 € donados a la Fundación Cris contra el cáncer destinados a proyectos de investigación.                                                                                                                                                                         |
|  <b>3</b> SALUD Y BIENESTAR     | <b>3.9</b><br>De aquí a 2030, reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la polución y contaminación del aire, el agua y el suelo.                           | Disponer una oferta de productos saludables.<br>Reformular los productos de marca propia para reducir su contenido en sal, azúcar y grasas saturadas.<br>Aumentar la oferta de productos de origen agrícola sin residuos de pesticidas. | Lanzamiento nueva gama de galletas Less sugar elaboradas hasta con un 85% menos de azúcar.<br>15 productos de marca propia sin residuos de pesticidas.<br>+50 productos de marca propia reformulados, eliminando 3,5 t de grasas saturadas y 2,1 t de sal.                                 |
|  <b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD | <b>4.4</b><br>Para 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento. | Contribuir a la profesionalización y mejora de la empleabilidad de los empleados Alcampo y otros colectivos.                                                                                                                            | 5 millones de € de inversión en formación, 210.000 horas y casi 2.000 módulos formativos.<br>3.450 personas han recibido 46.000 horas de formación de oficio.<br>Impulso a la FP Dual: convenio con 5 centros educativos.                                                                  |
|  <b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO  | <b>5.2</b><br>Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.                             | Contribuir a la erradicación de la violencia de género.<br>Apoyar la inclusión laboral de las mujeres víctimas de violencia de género.                                                                                                  | Apoyo a la IX Carrera contra la Violencia de Género.<br>Apoyo al Día contra las Violencias contra la Mujer.                                                                                                                                                                                |
|  <b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO  | <b>5.5</b><br>Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.                                     | Conseguir la igualdad real en todos los ámbitos de la empresa.<br>Alcanzar al menos un 40% de mujeres en posiciones de liderazgo.                                                                                                       | Participación en la iniciativa Más mujeres, mejores empresas puesta en marcha por el Ministerio de Igualdad.<br>Aplicación del II Plan Igualdad de Alcampo.<br>Aplicación del Protocolo de Prevención y Tratamiento de Situaciones de Acoso.<br>39% de mujeres en posiciones de liderazgo. |



| ODS                                                                                           | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Compromiso Alcampo                                                                       | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>6.4</b>   | De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce, para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua. | Reducir el consumo de agua en nuestros centros.                                          | Puesta en marcha de plan para el uso sostenible del agua (Test de sistema detección de fugas).                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|  <b>7.2</b>   | De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas.                                                                                                                                                                                           | El 100% de la electricidad consumida proviene de fuentes renovables.                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|  <b>7.3</b>  | De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.                                                                                                                                                                                                                                | Reducir el consumo energético en nuestros centros.                                       | <p>Reducción del 21% del consumo energético en los centros desde el año base 2010.</p> <p>Certificación ISO 50001: 2018 para todas sus unidades de negocio.</p> <p>60 millones de € de inversión en mejora de la eficiencia energética en 2022.</p>                                                                                                                        |
|  <b>8.5</b> | De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.                                                                         | Alcanzar en 2024 una tasa de inclusión de personas con discapacidad en plantilla del 4%. | Tasa de contratación directa de personas con discapacidad en 2022: 2,78%.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Realización de auditorías al 100% de los proveedores.                                    | <p>Tasa de contratación directa de personas con discapacidad en 2022: 2,78%.</p> <p>Empleo directo de personas con discapacidad: 505.</p> <p>Empleo indirecto de personas con discapacidad: 528.</p> <p>Empleo directo de otros colectivos vulnerables: 204 a través del Plan Empleo CRE y 67 a través de los programas de empleo de la Fundación Secretariado Gitano.</p> |

| ODS                                                                                            | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Compromiso Alcampo                                                                         | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>8.8</b>    | Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.                                                                                                                                                          | Reducir los accidentes laborales.                                                          | Tasa de accidentes laborales: 5,15% y número de enfermedades profesionales 16.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  <b>9.1</b>    | De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales.                                                                                                                                                                                                                                  | Poner en marcha un modelo de proximidad digital que sea sostenible y accesible para todos. | 11 5 millones de € en inversiones en 2022.<br>100% hipermercados punto de recogida de compra online y 87% de supermercados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|  <b>10.2</b>   | De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.                                                                                                                                                              | Generar empleo para personas en riesgo de exclusión.                                       | Empleo directo de personas con discapacidad: 500.<br>Empleo indirecto de personas con discapacidad: 528.<br>Empleo directo de otros colectivos vulnerables: 271.                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  <b>11.2</b> | De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad. | Promover sistemas de transporte que reduzcan la contaminación de las ciudades.             | Reparto a domicilio: vehículos no contaminantes utilizados en 89 supermercados Alcampo.<br>Transporte de mercancías: 85% de la flota vehículos utilizados son Euro 6.                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|  <b>11.3</b> | Para 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para una planificación y gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.                                                                                                                                                                                       | Facilitar la accesibilidad de todos los centros.                                           | Medidas implantadas en todos nuestros hipermercados y algunos supermercados para mejorar la accesibilidad:<br>Sistema de video interpretación de signos SVisual, bucles de inducción magnética, cajas de acceso prioritario, carros de compra adaptados, probadores y mostradores adaptados, báscula libre servicio adaptada.<br>Además en algunas tiendas contamos también con sistemas de check out sube baja y elevadores de cestas. |

| ODS                                                                                            | Meta                                                                                                                                                                                                 | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Indicadores año 2022                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>11.6</b>   | De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo. | Aumentar la tasa de valoración de residuos alcanzando el 100% de los centros Residuo Cero.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 38 centros con Residuo Cero.                                                                                                         |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      | Facilitar la valorización de los residuos de nuestros clientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tasa de valorización de residuos del 90% en los centros.                                                                             |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 127 Ecoparques Cliente.                                                                                                              |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 35 centros contenedor Cáritas para gestión de residuo textil.                                                                        |
|  <b>12.2</b> | De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.                                                                                                           | El 100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | El 46% de los envases de producto fresco envasados en Alcampo ya son reciclables; en el caso de nuestra marca propia Alcampo un 69%. |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      | Promover, siempre que sea posible, la incorporación de plástico reciclado en los envases.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Bolsas de línea de caja reutilizables y reciclables con hasta un 80% de material reciclado.                                          |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      | Reducir un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025 y un 50% en 2030.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Bolsas reutilizables granel, con un 50% plástico reciclado.                                                                          |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      | El 100% de proveedores de productos de madera y derivados de marca propia, deberán poseer el certificado FSC o PEFC. Para los productos de marcas que no sean propias, se tendrá en cuenta el riesgo asociado al país de origen. Si el país de origen está clasificado como de riesgo alto, se exigirá al proveedor la disposición de certificados FSC o PEFC. Para aquellos productos procedentes de países de bajo riesgo, se exigirá la trazabilidad de los mismos. |                                                 |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      | El 100% del surtido de marca propia habrá sido reformulado sin aceite de palma o con aceite de palma procedente de fuentes sostenibles.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                      |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                 |



| ODS                                                                                          | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Compromiso Alcampo                                                                                                                                  | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  12.3        | De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.                                                                                           | Reducir el desperdicio de alimentos un 25% en 2025.                                                                                                 | Reducción del desperdicio alimentario un 12% en 2022.<br>Donación de excedentes alimentarios por valor de 711.000 €.<br>14.025 empleados formados en reducción del desperdicio alimentario. |
|  12.4 y 12.5 | De aquí a 2030, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medioambiente. | Seguir impulsando la economía circular y la segregación de residuos en sus centros, y conseguir el 100% de hipermercados con Cero Residuos en 2025. | 38 centros Residuo Cero.                                                                                                                                                                    |
|  12.5      | De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.                                                                                                                                                                                                                      | Ampliar el número de corners de venta de ropa de segunda mano. Moda re- en alianza con Cáritas.<br>Promover la venta de productos reacondicionados. | Actualmente contamos con 16 corners de Moda re- en hipermercados.<br>51 centros venden productos Reware, smartphones y aparatos electrónicos reacondicionados.                              |
|  12.6      | Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de Informes.                                                                                                                                             | Publicar el Informe de Actividad y RSC.                                                                                                             |                                                                                                        |
|  12.8      | De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.                                                                                                                                                                 | Realizar campañas de comunicación y sensibilización.                                                                                                | Campaña de promoción de Comercio Justo.<br>Campaña de promoción de la Pesca Sostenible.<br>Campañas de promoción de productos locales y regionales.                                         |

| ODS                                                                                            | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                         | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>13.2</b>   | Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.                                                                                                                                                                          | Alcances 1 y 2 de nuestra Huella de Carbono: Neutros en carbono en 2043, y -46% en 2030, frente a 2019.                                                                                                                                                                                                                                                                             | Las emisiones de CO <sub>2</sub> eq se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto en un 78% y en valor relativo (por m <sup>2</sup> de sala de venta) un 79%. Desde 2018 las emisiones de Alcance 2 son cero.                                                                             |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                              | Alcance 3 de nuestra Huella de Carbono: logística y comercialización de productos: -25% en 2030, frente a 2020.                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|  <b>13.3</b>   | Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.                                                                         | Realizar campañas de sensibilización para implicar a los grupos de interés.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Participación en las campañas Libera de Ecoembes y SEO Birdlife y en La hora del Planeta de WWF.                                                                                                                                                                                                              |
|  <b>14.2</b> | De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos. | Contribuir a erradicar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR).                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Homologación de proveedores, para garantizar el cumplimiento legal de nuestros requisitos de calidad de procesos y productos.                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                              | No comercializar especies clasificadas 'en peligro' o 'en peligro crítico' en la Lista Roja de la UICN.                                                                                                                                                                                                                                                                             | Análisis y control diario de los requisitos legales, haciendo hincapié en el control de las tallas mínimas. A través de inspectores externos en nuestros almacenes y tiendas, se realizan controles y análisis de los productos: se comprueba y garantiza el correcto cumplimiento de los requisitos legales. |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                              | Asegurar la sostenibilidad y biodiversidad de los recursos y ecosistemas acuáticos, a través de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación y conservación de Reservas Marinas.</li> <li>• Reducción de bycatch3 y buenas prácticas pesqueras.</li> <li>• Prohibición del Shark finning (cercenamiento de las aletas de tiburón y descarte del resto del cuerpo).</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| ODS                                                                                            | Meta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Compromiso Alcampo                                                                                                                                                                                                   | Indicadores año 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>14.4</b>   | De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas. | Promover las prácticas responsables.                                                                                                                                                                                 | <p>Apoyo y comercialización de productos procedentes de FIPs (Proyectos de Mejora Pesquera):</p> <p>Pota Argentina.</p> <p>Chipiron patagónico.</p> <p>Pulpo.</p> <p>Tintorera / Pez espada.</p> <p>Comercialización de Gallineta procedente de proyectos de recuperación.</p> <p>Comercialización de 11 productos certificados ASC (Aquaculture Stewardship Council) y 55 productos certificados MSC (Marine Stewardship Council), 10 de ellos de marca propia.</p> |
|  <b>15.2</b> | De aquí a 2020, promover la puesta en práctica de la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, detener la deforestación, recuperar los bosques degradados y aumentar considerablemente la forestación y la reforestación a nivel mundial.                                                                                                                                                                                                           | Reducir riesgos relativos a la sostenibilidad asociados a la comercialización de productos de madera y derivados.                                                                                                    | El 100% de la MDD gestionada en España e importaciones directas disponen del certificado FSC o PEFC.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Eliminar el aceite de palma de los productos de marca propia en todas aquellas referencias en las que es posible sustituirlo, y asegurando, en las que no, que dicho aceite debería proceder de fuentes sostenibles. | El 100% de productos de marca propia gestionados en España sin aceite de palma o con certificado RSPO.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Apoyar la restauración forestal.                                                                                                                                                                                     | 11 años apoyando el proyecto de restauración forestal en Tembleque de la mano de WWF.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  <b>15.5</b> | Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de biodiversidad y, de aquí a 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción.                                                                                                                                                                                                                                             | Promover la biodiversidad de las especies.                                                                                                                                                                           | 3 proyectos de recuperación de semillas de tomates y melones de la Comunidad de Madrid y tomates de Mutxamel (Alicante).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |





**16.1,  
16.2,  
16.3,  
16.4  
y 16.5**

16.1. Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo.

16.2. Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños.

16.3. Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos.

16.4. De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada.

16.5. Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

Actuar de forma ética y responsable, económica, social y medioambientalmente.

17.650 empleados formados en ética, el 96% de la plantilla.  
El conjunto de los proveedores firman el Código de Ética Comercial Alcampo.  
Auditorías sociales realizadas en 435 plantas en 2022.



**17.17**

Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

Ser una empresa generadora de alianzas que contribuya al desarrollo sostenible.

Miembro de la red española del Pacto Mundial.  
Desde 2018, 11.400 colaboradores han participado en el programa de voluntariado de Alcampo.  
Colaboraciones con más de 100 ONG's y asociaciones en 2022: proyectos desarrollados con Cruz Roja, Oxfam Intermon, Once, FSP, MSC, WWF, Fundación Cris, Cáritas, Altius, Secretariado Gitano.  
Desarrollo de proyectos de economía circular en colaboración con empresas como Saica Natur, Semilas Batlle, Elmubas y Chromium.



Dirección de RSC y Comunicación Externa.  
[prensa@alcampo.es](mailto:prensa@alcampo.es)  
[rsc@alcampo.es](mailto:rsc@alcampo.es)



ELEMENTAL  
CHLORINE  
**FREE**  
GUARANTEED







[www.alcampocorporativo.es](http://www.alcampocorporativo.es)

