



Comunicado de prensa – Madrid, 19 de septiembre de 2025

El plan integral involucra a equipos, proveedores y clientes para minimizar el desperdicio en toda la cadena de valor

Alcampo refuerza su compromiso con la lucha contra el desperdicio alimentario con un plan integral que actúa en toda la cadena de valor

La compañía aplica medidas de prevención y reacción que abarcan desde la producción hasta la cocina de sus bistrós



Madrid, 19 de septiembre de 2025. En el marco de la **Semana contra el Desperdicio Alimentario**, Alcampo reafirma su compromiso activo para combatir uno de los mayores retos globales: el desperdicio de alimentos.

Bajo el paraguas de su programa **"Alcampo y tú, sin desperdicio"**, reflejado en su sitio web www.alcampoytusindesperdicio.es, la compañía articula un plan integral que actúa en fases de **prevención y reacción**, involucrando a todos los equipos, *partners* y clientes. Todo ello con el objetivo de reducir de forma transversal el desperdicio en todas las fases de la cadena de suministro.

En el marco de la **prevención**, Alcampo pone el foco en el control y mejora de los procesos de aprovisionamiento, manipulación y conservación de productos frescos,



aplicando buenas prácticas y protocolos específicos para conservar la calidad y frescura de los productos. Este compromiso incluye la **formación de los equipos**, con más del 70% de la plantilla formada en módulos específicos, así como iniciativas como el **"Reto Desperdicio"**, que reconoce a los equipos que más reducen su tasa de desperdicio,

Más de un centenar de tiendas Alcampo cuentan con **tasas de desperdicio alimentario inferiores al 1%**. Entre ellas, los supermercados de Alcampo situados en las calles Paseo de Yeserías, Tomás Borrás y Paseo de la Esperanza, todos ellos en la ciudad de Madrid que se sitúan a la cabeza al alcanzar los niveles más bajos, próximos al 0%.

En 2024, los equipos de varias tiendas de Alcampo lograron situarse entre los que alcanzaron las tasas más bajas de desperdicio, prácticamente cercanas al cero. Además, en total más de un centenar de centros -109 en concreto- consiguieron mantener su tasa de desperdicio alimentario por debajo del 1%, consolidando así una tendencia muy positiva en la compañía. Paralelamente, otras tiendas destacaron por haber alcanzado las mayores reducciones respecto al año anterior, lo que refleja el compromiso conjunto de los equipos en esta materia.

Del mismo modo, desde 2012, Alcampo también impulsa la **venta a granel** para que sus clientes compren solo lo que necesitan. Actualmente ofrece más de **800 referencias** -incluyendo café, cereales, té, frutos secos, productos veganos y alimentos para animales- disponibles en todos sus hipermercados y algunos supermercados, junto a opciones de productos ecológicos y fruta y verdura congelada a granel en **13 de sus tiendas**.

En medio de la prevención y reacción destaca **Smartway**, una herramienta basada en inteligencia artificial implantada en el 100% de las tiendas que ha conseguido salvar **más de 4,4 millones de productos** en el primer semestre del año.

Esta solución no solo permite identificar los productos próximos a caducar y proponer diversas acciones -como la reducción del precio entre un 10% y un 50% o las donaciones a organizaciones sociales del entorno-, sino que también actúa **como una medida preventiva**, al facilitar el ajuste de los pedidos y garantizar que se adquieran únicamente los productos justos y necesarios.

Siguiendo con las medidas reactivas, en el canal online, ha incorporado la funcionalidad **flash sales** en su e-commerce, ofreciendo descuentos del **30%** en productos próximos a su fecha de caducidad de forma automatizada y personalizada según los hábitos de compra del cliente.

También, a través de su alianza con **Too Good To Go**, la compañía pone a la disposición de sus clientes **379 puntos de recogida de packs** en sus tiendas y, en el primer semestre del año ha salvado cerca de **160.000 packs**.

Asimismo, el año pasado logró el hito de **1 millón de packs salvados** desde el inicio de la colaboración, equivalentes a más de 1.000 toneladas de alimentos recuperados.



Otra iniciativa es **Happy Box**, cestas de frutas y verduras en perfecto estado pero fuera de los estándares estéticos que habitualmente se exigen para su comercialización. Actualmente existen dos formatos: de 5 kilos, disponible en hipermercados, por un precio de 2,99 € y de 2 kilos, disponible en supermercados, por 0,99 €. Durante el primer semestre de 2025, ha vendido **100.000 packs**, evitando el desperdicio de **315 toneladas de frutas y verduras**.

El plan se completa con medidas sociales y circulares. Todas las tiendas de Alcampo están conectadas a redes de **donación de alimentos** a través de acuerdos con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) y entidades sociales locales. En los seis primeros meses de 2025, se donaron **cerca de 540.000 productos**, por valor de más de **1 millón de euros**.

Y para dar una segunda vida a lo que ya no puede venderse, la compañía apuesta por la **innovación circular**: en Aranda del Duero, pan recuperado se transforma en cerveza artesanal de la mano de la cervecera Mica, y su subproducto vuelve a ser utilizado como ingrediente en el pan de los propios obradores de Alcampo.

Incluso en la cocina de sus **bistrós**, liderada por la chef ejecutiva Bárbara Buenache, el diseño de recetas incorpora criterios de aprovechamiento y sostenibilidad, evitando el desperdicio de alimentos en buen estado.

Más información:

Sobre Alcampo

[Alcampo](#) reúne los formatos de hipermercados y supermercados. En la actualidad opera con 527 centros, siendo 80 hipermercados y 447 supermercados (130 franquiciados). Asimismo, cuenta con 52 gasolineras y servicio de comercio on line.

La compañía cuenta con una plantilla de 23.300 personas y ostenta el sello Top Employer, concedido por Top Employers Institute, que reconoce la política de Recursos Humanos de la compañía, así como su entorno de trabajo y promoción del bienestar.

En el plano medioambiental Alcampo desarrolla un plan de descarbonización de su actividad que tiene como objetivo reducir en 2030 el 46% de las emisiones en los Alcances 1 y 2. Y la reducción de un 25% en 2030 frente 2020 las emisiones indirectas debidas a la logística y comercialización de productos en el Alcance 3.

Contacto de prensa: María José Rebollo • mj.rebollo@alcampo.es • 686 93 27 48