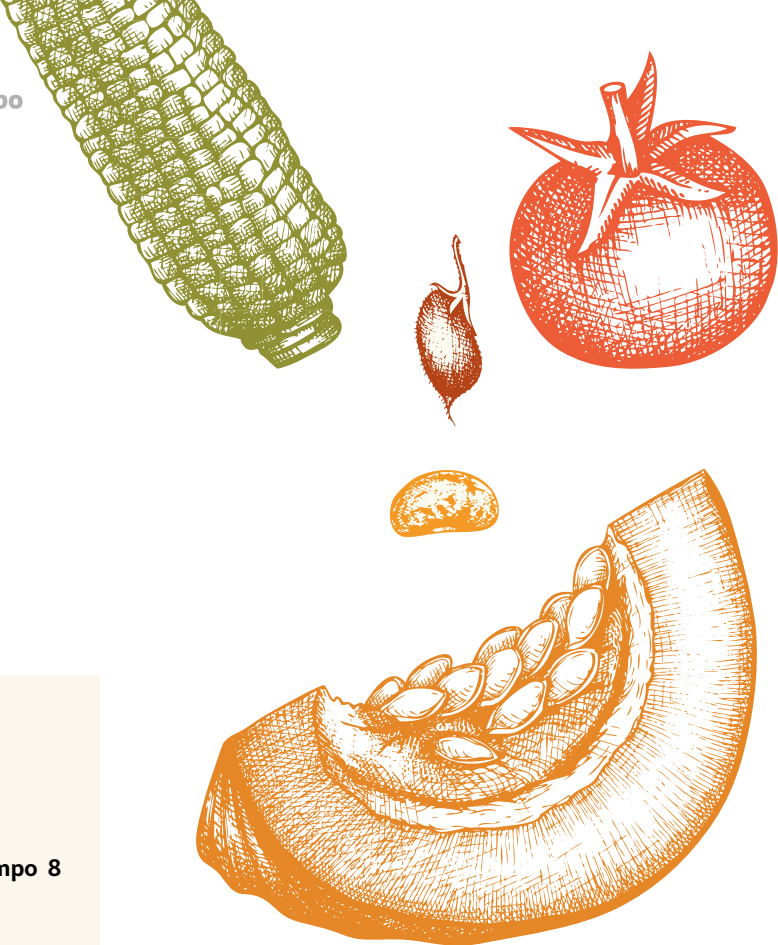


INFORME DE ACTIVIDAD Y RESPONSA BILIDAD SOCIAL CORPORA TIVA 2024

“Queremos practicar un comercio ético
y responsable en constante evolución
que haga realidad nuestra Visión:
Comer bien y vivir mejor, cuidando
el Planeta.”



ÍNDICE



CARTA DE AMÉRICO RIBEIRO 4

CIFRAS CLAVE 6

RESULTADOS 8

Nuevos centros que lucen el rótulo Alcampo 8

Desembarco en Girona 8

El modelo de franquicia, en expansión 9

Un hito en el proyecto de proximidad digital: el CFC (*Customer Fulfillment Center*) comienza a funcionar 9

98.500 metros cuadrados para revolucionar la logística 10

Transformar espacios para crear nuevas experiencias 11

Elegir Alcampo es salir ganando 11

COMER BIEN 13

Una oferta con sentido y accesible para todos 14

Para gustos, los sabores 14

Una marca que inspira 17

Nutriendo la buena alimentación 22

Calidad integral: evaluación precisa y mejora continua 22

Una fundación que abre caminos para la alimentación saludable 23

Deporte como motor de bienestar 26

Conocer para elegir, elegir para consumir mejor 28

El legado de nuestra tierra en cada producto 28

Los frescos en el corazón 33

VIVIR MEJOR 36

El latido de Alcampo: sus personas 38

Convivencia y participación para el éxito colectivo 39

Conocer, aprender, crecer 41

Un entorno laboral positivo y saludable 43

Abriendo puertas al talento 44

Acuerdos con centros educativos: una relación simbiótica 44

Igualdad de oportunidades para un mundo más justo 45

Trabajar por la igualdad entre mujeres y hombres 45

En Alcampo cabemos todos 46

Escuchar a nuestros clientes y conectar 48

Iker, un chatbot evolucionado con IA generativa 48

Club Alcampo, el club de clubes 48

Comercio sin barreras 49

La responsabilidad de aportar a paliar la brecha social 50

Un comercio con principios: la ética como guía de actuación 54

CUIDAR EL PLANETA 56

Cambiar para cambiar el cambio (climático) 58

Un trabajo de Alcance 59

Revolución circular: estrategias para un futuro redondo 66

Alcampo y tú sin desperdicio 67

Gestionar el agua, proteger nuestro mañana 72

Transformando residuos en recursos 73

Redefiniendo el plástico: reducir, sustituir e innovar 76

Un planeta lleno de vida 78

Que los árboles nos permitan ver el bosque 78

Océanos vibrantes 81

Política de Bienestar Animal 82

Renaciendo raíces: recuperación de variedades autóctonas 83

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 84

Juntos por nuestro Planeta 86

Un foco en los Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios 87



Estamos listos para seguir escribiendo el futuro

Me complace presentar este vigésimo Informe de Actividad y Responsabilidad Social Corporativa, una publicación anual que representa no sólo un ejercicio de transparencia, sino también una oportunidad para reflexionar sobre los logros alcanzados en 2024 y definir las estrategias que marcarán nuestro rumbo en 2025.

Este informe recoge nuestra actividad, siempre desarrollada en el marco de nuestra Visión: Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta.

CARTA

El año 2024 ha sido testigo de un proceso clave para nuestra expansión y consolidación, ya que, a lo largo del ejercicio, hemos integrado desde un punto de vista operacional y cultural las más de 200 tiendas adquiridas a Grupo DIA en 2023. Asimismo, hemos inaugurado un almacén dedicado a la compra on line altamente robotizado que nos ha permitido avanzar y alcanzar los primeros hitos de nuestro proyecto de proximidad digital, iniciado en 2021.

Además, 2024 ha sido un año marcado por el impulso a la innovación y la creación de nuevas experiencias para nuestros clientes. En este contexto, hemos puesto en marcha una plataforma logística que transformará de manera significativa la forma en la que gestionamos la cadena de suministro y hemos abierto nuestra primera tienda en la provincia de Girona, experimentando también una evolución de nuestro lema, que ha incorporado una nueva frase evocadora que resume perfectamente nuestra misión y propósito: *Sales Ganando*.

"Miramos hacia 2025 con la convicción de que cada desafío es una oportunidad."

Sin embargo, 2024 no estuvo exento de desafíos, ya que tuvimos que afrontar dos negativos eventos: un ciberataque y las fatídicas consecuencias de la DANA que afectó gravemente a nuestro hipermercado situado en Aldaia (Valencia).

Ante todas las situaciones expuestas en lados opuestos de la balanza, hay un denominador común que no puedo dejar de reconocer públicamente: las personas.

Me refiero a las personas de Alcampo, más de 23.000 mujeres y hombres que con su entrega, hacen suyo cualquier reto empresarial enarbolando con pasión y profesionalidad la bandera de Alcampo para llegar a buen puerto.

Y también a nuestros proveedores, con los que trabajamos mano a mano para crear lugares comunes de éxito compartido y que siempre nos acompañan en el camino respondiendo con agilidad y eficacia a cualquier reto.

Y, por supuesto, a nuestros millones de clientes, que no sólo confían en nosotros cada día, sino que nos inspiran a evolucionar a través del diálogo y la escucha activa, participando en nuestras iniciativas para el progreso social y medioambiental.

Con la fuerza que nos otorgan las personas y una visión sólida enmarcada en nuestros valores, confianza, apertura y excelencia, afrontamos 2025 con verdadero entusiasmo, sabiendo que será un año de grandes retos.



"Con la fuerza de las personas y una visión sólida, afrontamos 2025 con verdadero entusiasmo, sabiendo que será un año de grandes retos."

Américo Ribeiro,
Director General Alcampo.

En esta línea, seguiremos trabajando para crear valor y riqueza a través de la creación de empleo de calidad, el fortalecimiento de nuestra red de proveedores y la colaboración con organizaciones que promuevan la igualdad de oportunidades, persiguiendo siempre el objetivo de garantizar a todos nuestros clientes el acceso a una oferta variada, de alta calidad y al mejor precio, que les permita disfrutar de una alimentación saludable y equilibrada.

"Estamos listos para seguir escribiendo el futuro, y escribirlo juntos."

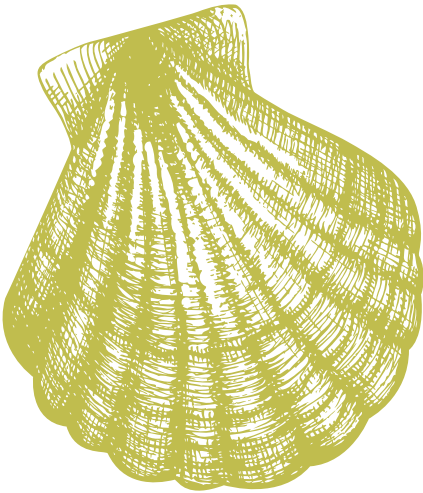
Asimismo, reafirmamos nuestro compromiso con un modelo de negocio basado en la ética y la sostenibilidad, manteniéndonos firmes en nuestros principios y avanzando con determinación en la lucha contra el cambio climático y el desperdicio alimentario, al tiempo que impulsamos la economía circular y la preservación de la biodiversidad.

Miramos hacia 2025 con la convicción de que cada desafío es una oportunidad y cada paso adelante nos acerca a nuestro propósito de ser la marca preferida por nuestros grupos de interés.

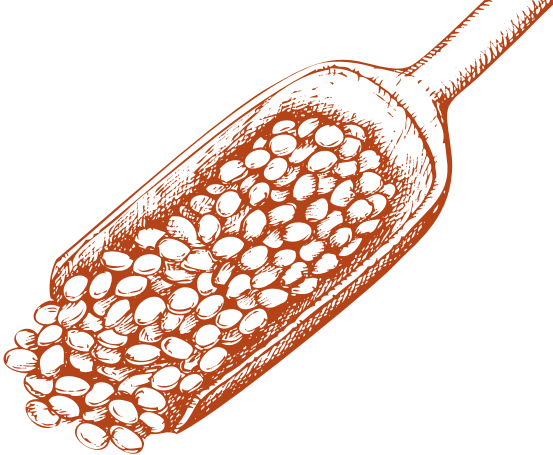
Tengo claro que con el esfuerzo de cada persona que forma parte de Alcampo, con la confianza de nuestros clientes y con la colaboración de nuestros proveedores y aliados, avanzaremos con determinación hacia un futuro próspero, igualitario y respetuoso con el medio ambiente.

Estamos listos para seguir escribiendo el futuro, y escribirlo juntos.

CIFRAS CLAVE



ESG



100%
de la energía
procede de fuentes
renovables.

-3,3%
de consumo
de energía.

7
proyectos
de autoconsumo
fotovoltaico.

500
proveedores
contactados
para el Plan de
Descarbonización,

el **88%** ha dado
respuesta,

el **50%** ya mide
sus emisiones
y más del

20%
ha avanzado
con planes
de descarbonización.

47%
% de la plantilla ha
realizado al menos
uno de los cursos
ofertados sobre
cambio climático.

Evitado tirar
a la basura

6
millones
de alimentos gracias
a Smartway.

70%
de la plantilla recibió
formación sobre
desperdicio.

1
millón de packs
salvados
con Too Good To Go
desde 2019.

1,69
millones de euros
donados en
productos a Bancos
de Alimentos.

2.845
productos
ecológicos.

630
productos para
veganos.

800
referencias a granel.

93,3%
tasa de valorización
de residuos.

46
centros residuo cero.

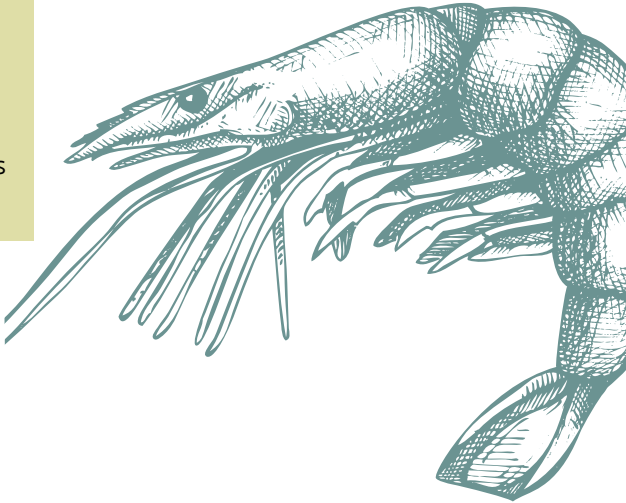
153
ecoparques para
clientes.

20
toneladas de
envases y embalajes
evitadas.

430 Kg
de residuos
eliminados de
playas y bosques
por voluntarios de
Alcampo.

60
productos
certificados MSC
(Marine Stewardship
Council) y

15 ASC
(Aquaculture
Stewardship
Council).



23.298
personas en
plantilla.

18.006
accionistas.

26,12
millones
de € repartidos
entre la plantilla.

9,47
millones de €
en formación.

Empleo para
+1.100
personas
con discapacidad.

42,2%
puestos de
responsabilidad
desarrollados por
mujeres.

4
proyectos apoyados
por la Fondation
Auchan con

178.000€
y **4.600**
personas
beneficiadas.

300
voluntarios.

5.527
proveedores
españoles.

3.735
millones de €
a proveedores
españoles.

1.300
pequeños
productores
locales.

15.800
referencias de
productos frescos.

1.465
referencias sin
gluten.

370
productos sin
lactosa.

48
referencias de
Comercio Justo.

80
hipermercados y
1 almacén altamente
robotizado destinado
al comercio on line.

316
supermercados
propios.

129
franquicias.

5.004
millones de € cifra
de venta.

117
millones de €
en inversión.

3,26
millones
de socios del
Club Alcampo.

1
nuevo hipermercado
+ 12
supermercados
franquiciados.

1
nueva plataforma
logística
de 98.500 m².

50.000
referencias en
surtido.

4.258
productos
de alimentación
de marca propia
(280 con el sello
Cultivamos
lo Bueno).

22.250
controles y análisis
a productos y agua.

77%
de la plantilla
formada en ética.

100%
de proveedores
firman el Código
de Ética Comercial.

ESG

ESG



RE SUL TA DOS

Alcampo finalizó el año 2024 con un parque de 80 hipermercados, un almacén altamente robotizado destinado al comercio on line (CFC o *Customer Fulfillment Center*), 316 supermercados propios, 129 franquicias y 52 gasolineras.

La cifra de venta alcanzó los **5.004 millones de €¹**. Por su parte, **la inversión ascendió a 117 millones de €**, destinada en su mayoría al desarrollo de su proyecto de proximidad digital, a la apertura y renovación de tiendas y almacenes logísticos, así como aquellas orientadas a la lucha contra el cambio climático.

5.004

MILLONES DE
€¹ DE CIFRA
DE VENTA

117

MILLONES
DE € DE
INVERSIÓN

Nuevos centros que lucen el rótulo Alcampo

Alcampo, que en 2024 consolidó el negocio en las tiendas adquiridas a Grupo DIA, abrió un hipermercado en la provincia de Girona, un almacén altamente robotizado para la compra on line, 12 franquicias y un almacén logístico de grandes dimensiones.

Desembarco en Girona

Tras una inversión de 9 millones de €, en junio de 2024, Alcampo abrió sus puertas en el centro comercial Espai Gironés, en Salt, sobre una superficie de 4.500 m², siendo el primer hipermercado Alcampo en la provincia de Girona. Con una plantilla de 144 personas que recibieron 8.000 horas de formación, el nuevo centro Alcampo inició su andadura con la vocación de ser un referente en la comarca.

El modelo de franquicia, en expansión

Alcampo, de la mano de emprendedores, abrió 12 tiendas franquiciadas sumando 5.000 m² de superficie de venta bajo el rótulo Alcampo, creando 108 puestos de trabajo.

Estas tiendas son en su mayoría pequeños supermercados y fueron abiertas 7 en Barcelona, 1 en Zaragoza, otra en Huesca y otra en Tarragona, y 2 en la Comunidad de Madrid, siendo una de ellas una tienda de 2.000 m² situada en el Centro Comercial OMO Arroyomolinos Park.

Las 129 franquicias Alcampo crean empleo para 1.270 personas.

Un hito en el proyecto de proximidad digital: el CFC (*Customer Fulfillment Center*) comienza a funcionar

Alcampo y Ocado Solutions pusieron en marcha el nuevo CFC (*Customer Fulfillment Center*), un almacén altamente robotizado ubicado en San Fernando de Henares (Madrid) diseñado para preparar hasta 280.000 pedidos mensuales realizados a través de www.alcampo.es.

Este nuevo centro en el que trabajan más de 300 personas, dispone de hasta 25.000 referencias y cuenta con tecnología robótica y con la aplicación de Inteligencia Artificial para optimizar la recepción, decantado, preparación, cargas y entregas de pedidos, que se hacen en camiones híbridos o eléctricos cargados en 5 minutos y que entregan las compras en el amplio horario de las 7 de la mañana a las 22 horas, facilitando así la vida a sus clientes.

Hasta 1.000 robots pueden moverse a 4 metros por segundo a través de la rejilla, para acercar los productos a los brazos robóticos o estaciones manuales, facilitando el “*picking*” de la compra. Después, los productos pasan por una automatización de carga completa por rutas (“*autoframeload*”), lo que aligera el trabajo físico.

El inicio de funcionamiento del CFC (*Customer Fulfillment Center*) es un hito clave del proyecto de proximidad digital iniciado en 2021 junto a Ocado Solutions y en el que Alcampo ha invertido **19,4 millones de €**, formando parte de este proyecto la renovación de la web www.alcampo.es, la incorporación de la App así como la implementación del procedimiento ISF (*In-Store Fulfilment*) en las tiendas que preparan pedidos on line, permitiendo duplicar la tasa de productividad a la hora, algo que es una realidad desde enero de 2024.



1. Cifra con IVA.



98.500
M² DE SUPERFICIE
EN LA PLATAFORMA
LOGÍSTICA DE
ILLESCAS

25
MILLONES DE €
DE INVERSIÓN

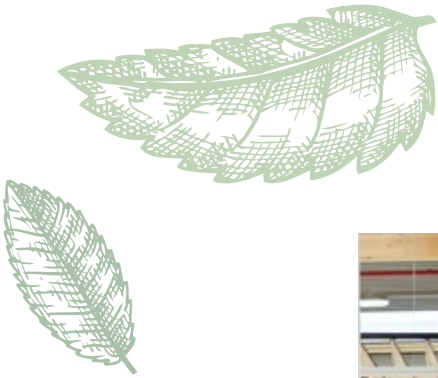
+600
COLABORADORES
TRABAJAN EN LA
PLATAFORMA

98.500 metros cuadrados para revolucionar la logística

Tras una inversión de **25 millones de €**, Alcampo comenzó a operar en la nueva plataforma logística ubicada en la toledana localidad de Illescas que, con 98.500 m² de superficie, da servicio de alimentación seca y fresca a todos los hipermercados de la Península, Baleares y Canarias, al almacén altamente robotizado dedicado a la compra on line y a más de un centenar de supermercados ubicados en la Comunidad de Madrid.

Esta plataforma construida por el promotor inmologístico GLP, que cuenta con certificación medioambiental BREEAM Very Good y es residuo cero, está preparada para procesar al año **más de 100 millones de cajas**.

La plataforma incorpora sistemas de clasificación automática de pedidos como Sorter y VSorter, para la identificación y clasificación de los artículos en la ubicación definida, garantizando una preparación de pedido preciso y de alta calidad y favoreciendo la agilidad, optimización del espacio, ergonomía y garantía de un flujo ágil y eficiente gracias también a las más de 600 personas que allí trabajan.



Transformar espacios para crear nuevas experiencias

Además de hacer reformas en 26 supermercados, Alcampo ha acometido reformas integrales en tres de sus hipermercados.

En concreto dichas renovaciones han sido en las tiendas de Torreldones en Madrid, Diagonal Mar en Barcelona y Burgos, en las que se han invertido en torno a 22 millones de € para crear espacios más modernos y respetuosos con el medio ambiente, listos para vivir una experiencia inigualable y adaptados a las nuevas necesidades de compra de los clientes.

En todos los casos, las tiendas renovadas han sido reestructuradas para dar protagonismo máximo a los productos de alimentación, haciendo un foco especial en los frescos de mercado por lo que o se han ampliado mostradores o se han incluido en caso de no haberlos. Además, Diagonal Mar y Burgos han incorporado un bistró donde aumentar la experiencia gastronómica a la hora de hacer la compra, y Torreldones una barra en su panadería donde disfrutar de un buen café con bollería recién hecha.

En dichas reformas, se han incorporado cambios en pro del cuidado del medio ambiente como la sustitución de iluminación por otra más moderna y eficiente, la instalación de nuevas centrales de frío o el reemplazo de los muebles de frío por otros con puertas cerradas para evitar pérdidas de temperatura. Se estima que todas las medidas implementadas permitirán ahorrar aproximadamente el 25% del consumo eléctrico.



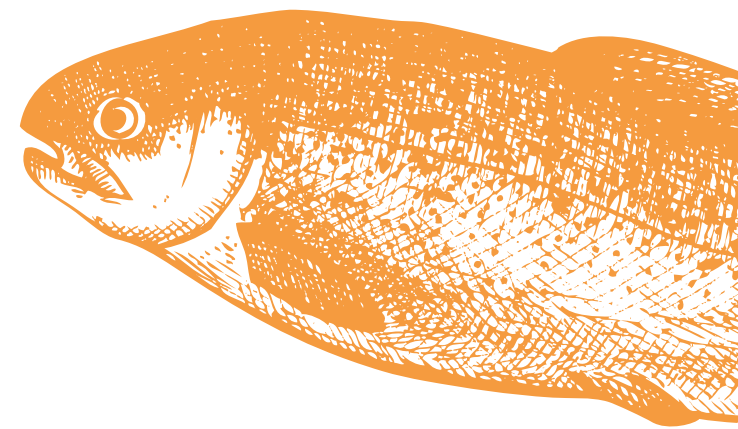
Elegir Alcampo es salir ganando

Alcampo evolucionó su marca y presentó su nuevo lema **“Sales Ganando”**, una frase que captura la esencia de su filosofía y compromiso con los clientes.

La compañía ofrece una propuesta de valor centrada en la calidad de sus productos, la promoción de la oferta local, los mejores precios y una atención personalizada. Además, resalta su compromiso con el cuidado del Planeta desde una perspectiva amplia.

En resumen, Alcampo transmite una experiencia de compra diferencial, cercana y responsable, garantizando que, al entrar en sus establecimientos, los clientes realmente “salen ganando”.

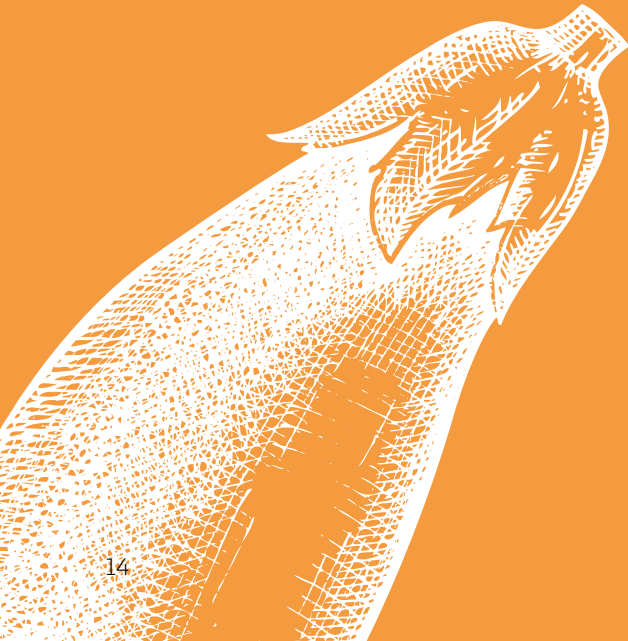




COMER **BIEN**

Proponer una oferta con sentido y accesible, promover la alimentación de calidad y acompañar a sus clientes por la senda de un mejor consumo, son los pilares que sustentan la política comercial de Alcampo.

Por eso, día a día, las personas que forman esta compañía trabajan para ofrecer una amplia gama de productos capaces de responder a un espectro amplio y diverso donde cada persona importa, poniendo el foco en los productos frescos, el desarrollo de productores locales, la pasión por la gastronomía y el desarrollo de su marca como bandera de sus valores y compromisos.



Una **OFERTA** con sentido y accesible para todos

Han pasado ya cuatro décadas desde que Alcampo abrió las puertas de su primer hipermercado en España, pero su razón de ser, en esencia, no ha cambiado: **ofrecer una cesta de la compra variada, de calidad y al mejor precio.**

Reconocida año tras año por ser la enseña nacional más barata y con un surtido de **más de 50.000 referencias**, Alcampo hace realidad su propósito con el diseño de surtidos equilibrados donde su marca y la del fabricante conviven y se complementan, incluyendo además productos que respondan a las necesidades, elecciones o gustos de todos y cada uno de sus clientes.

Para gustos, los sabores

En un mundo donde cada persona tiene necesidades, preferencias y estilos de vida únicos, Alcampo entiende la necesidad de contar con una amplia variedad de productos como un claro ejemplo de respeto a la diversidad, compromiso con la personalización de las compras y búsqueda de la satisfacción de las personas que eligen Alcampo.

Para hacer evolucionar la oferta, Alcampo escucha al cliente, le entiende y busca soluciones para que cada uno encuentre en las tiendas físicas u on line de la compañía, aquello que le aporta valor.

SIN (sin gluten, sin lactosa, sin azúcar o sin sal)

Alcampo ofrece 1.465 referencias sin gluten, cifra que supone un 25% más con respecto al año anterior. Del total, casi 400 productos son de su marca, siendo 59 de la línea específica que vio la luz en 2010. Asimismo, la compañía cuenta con 370 productos sin lactosa, 16 de ellos de su marca. En el caso de sal y azúcar, sólo se han contabilizado los productos de su marca, de los que se ofrecen 63 sin azúcar añadido, 13 sin azúcar, 13 sin sal añadida y 8 sin sal.

1.465
REFERENCIAS
SIN GLUTEN

370
PRODUCTOS
SIN LACTOSA



Veganos

La oferta de productos para dietas veganas ha crecido un 10%, contando en la actualidad con 630, de los que 75 son de marca Auchan. Además de la oferta en sí misma, Alcampo reserva en sus tiendas espacios de fácil localización para asegurar a quienes prefieren adquirir productos “plant based”, encontrarlos con facilidad, algo que replica en su web, poniendo a disposición de sus clientes un espacio vegano donde acceder a novedades o, simplemente, hacer más sencilla e intuitiva su compra.

630
PRODUCTOS
VEGANOS

Ecológicos

Alcampo fue pionera en la apuesta por los productos ecológicos. Hoy, los clientes pueden acceder a 2.845 productos ecológicos de los que 300 son de su marca, contando 80 de ellos con el sello Cultivamos lo Bueno.



Para personas con problemas de deglución

Alcampo, que ya contaba con una gama de cremas de su marca destinadas a personas mayores, introdujo el pasado año aguas gelificadas y triturados de frutas Campofrío Health Care, división de productos de alimentación para el sector hospitalario y geriátrico de Campofrío, siendo la primera cadena de distribución en incluir alimentos de textura modificada en sus centros de toda España. El Instituto Cerdà ha reconocido este proyecto como uno de los 20 casos destacados de la octava edición del Observatorio de Innovación en Gran Consumo.

De Comercio Justo

Desde 2002 los clientes que deseen adquirir productos de Comercio Justo pueden hacerlo en Alcampo donde 48 referencias (4 de ellas de su marca) de azúcar, cacao, chocolate, café, té, arroz o bananas, entre otras, están disponibles durante todo el año. Además de la oferta continuada, Alcampo celebra anualmente con Oxfam Intermón una campaña para promocionar y dar a conocer estos productos: “La Historia que querrás comprar”. En la última campaña los bistrós de Alcampo incluyeron un postre cocinado con chocolates de Tierra Madre de Oxfam Intermón y en los 54 hipermercados que cuentan con obrador de pastelería, se ofrecieron dos postres elaborados con productos Tierra Madre: una tulipa de chocolate con trufa elaborada a base de cacao y otra con nata pura endulzada con azúcar de Paraguay.



1 al 15 MAYO 2024

QUINCENA DEL COMERCIO JUSTO

PRODUCTOS DE CALIDAD, BUENOS PARA QUIEN LOS CONSUME, PARA QUIEN LOS PRODUCE Y PARA EL PLANETA.

El Comercio Justo supone una vía para salir de la pobreza para muchas familias en países y zonas productoras en América Latina, Asia y África. Las familias campesinas consiguen vender y procesar sus materias primas a un precio justo y les permite invertir en educación y en salud para la gente de su comunidad. Cuando Alcampo comercializa productos Tierra Madre de Oxfam, está contribuyendo a mejorar la vida de muchas personas.

Te invitamos a disfrutar del sabor de TIERRA MADRE a través de la degustación de su:

- **TÉ CEYLÁN VERDE CON MENTA** cultivado en las montañas de Sri Lanka, de manera ecológica y natural, consiguiendo un producto de gran sabor que conserva todos los principios activos de las plantas naturales;
- **AZÚCAR DE CAÑA SIN REFINAR BIO**, de alta pureza que mantiene las propiedades nutritivas de la caña de azúcar y de cultivo orgánico sin fertilizantes, se reutilizan los residuos de la caña para generar compost orgánico y bio-fertilizante.



¿TE APETECE UN MUNDO MÁS JUSTO?

 **PAGO DIRECTO Y BIENO**  **DESARROLLO COMUNITARIO**  **CULTIVO SOSTENIBLE**

Una marca que inspira

Alcampo finalizó 2024 con 4.258 productos de alimentación de marca propia, habiendo incrementado el surtido un 9,3% respecto al año anterior. La marca Auchan, que cuenta con una participación de aproximadamente un 20% en ventas, incorporó el año pasado unos 280 productos de mercados de alimentación, incluyendo alimentación de mascotas.

Si se tienen en cuenta todos los productos introducidos como novedades la cifra asciende a más de 530, siendo casi 160 accesorios para mascotas, 70 de la marca de cosmética Cosmia y 30 de artículos de limpieza como cepillos, barreños o escobas.

4.258

PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN MARCA PROPIA

+530

PRODUCTOS INTRODUCIDOS EN 2024

En **alimentación**, además de los productos bajo el clásico pájaro rojo donde se ubican la mayoría (casi 3.000), la compañía ofrece gamas específicas como primer precio (identificados con un pulgar), donde se cuenta con 340 productos, Auchan Collection que acoge 180 productos gourmet y Cultivamos lo Bueno, una línea que recoge a la perfección la apuesta por las alianzas de la compañía.



Cultivamos lo Bueno, un nombre nuevo para una historia de largo recorrido

En abril de 2024 Alcampo anunció la evolución de su proyecto Alcampo Producción Controlada creando el marchamo de calidad “Cultivamos lo Bueno”, con el que identifica aquellos productos de marca propia Auchan, Auchan Collection o Auchan Bio, que responden a los requisitos establecidos en el proyecto como la búsqueda de sabores y olores de antaño, la total trazabilidad y el ejercicio de prácticas respetuosas con el medio ambiente y el bienestar animal.

Para compartir con sus clientes el renombramiento de un proyecto histórico, Alcampo creó más de medio centenar de experiencias en sus tiendas, entre *showcookings*, degustaciones, catas y encuentros con los propios productores que pudieron contar, de primera mano, la historia que hay detrás de sus productos.

Este proyecto, que vio sus inicios en los albores del año 2000 y ha ido evolucionando con el paso de los años, se desarrolla en colaboración estrecha con proveedores, la mayoría del sector primario, estableciendo con ellos alianzas duraderas basadas en la transparencia y asumiendo compromisos mutuos que redundan en la creación de valor compartido para ambas partes, para la sociedad y para el Planeta.

280
REFERENCIAS CON
SELLO CULTIVAMOS
LO BUENO

96
PRODUCTORES
CULTIVAMOS
LO BUENO



La nueva imagen Cultivamos lo Bueno se ha ido incorporando paulatinamente a los productos ya existentes, contando con dicha imagen casi un 70%, cifra que alcanzará el 100% durante 2025, año en el que este programa cumple 25 años.

Al finalizar 2024, eran 280 las referencias de alimentación que lucían el sello Cultivamos lo Bueno. Desarrolladas junto a 96 productores, la mayoría españoles. Entre este portfolio se pueden encontrar medio centenar certificadas en bienestar animal y 80 ecológicas.

Entre las 70 novedades incorporadas el pasado año, cabe destacar la carne IGP Cerdo de Teruel, las harinas de Zamora o el surtido de leches de Galicia.

IGP Cerdo de Teruel

La carne fresca de cerdo con la garantía IGP Cerdo de Teruel que es la primera IGP porcina de España, se introdujo en Alcampo en colaboración con el proveedor Cartesa. Esta carne IGP con un 50% de Cerdo Duroc cuenta con certificado de Bienestar Animal (*Welfare quality*), asegurando Alcampo el control de todo el proceso productivo, desde la materia prima procedente de granjas integradas y seleccionadas, hasta el producto final.



Harinas con historia

Un trío compuesto de harina de trigo molida en molino de piedra, harina de espelta blanca y harina de centeno blanca, fueron integradas en el surtido de Alcampo Cultivamos lo Bueno. Las tres nuevas proceden de cereales sembrados en tierras de Zamora y producidas durante todo el año por Coperblanc Zamorana S.A., cuya historia se remonta a 1917, cuando el abuelo de los actuales propietarios adquirió un molino.



La leche que sabe a leche

Desarrolladas por la gallega Grupo Lence, Alcampo incorporó leche desnatada, semidesnatada y entera tanto fresca como UHT. Esta leche procede de 60 granjas gallegas situadas a menos de 100 Km de la central lechera, estando todas ellas certificadas en bienestar animal. Además de la búsqueda de sabores y olores de antaño, la leche Alcampo Cultivamos lo Bueno favorece la fijación de población rural y el desarrollo de productores de Galicia.

Un universo de marcas de no alimentación para una compra completa

Además de las marcas de productos de alimentación, Alcampo cuenta con varias marcas exclusivas que complementan su oferta no alimentaria, como las siguientes:



770
REFERENCIAS

cosmia
by **Auchan**

Marca dedicada al cuidado y belleza, creada en España en 2012, que hoy por hoy cuenta con penetración internacional en todos los países donde opera Auchan Retail, ofreciendo en la actualidad 385 referencias, de las que 35 son Cosmia BIO.

385
REFERENCIAS



Qilive
BY **AUCHANLAB**

Destinada a la tecnología, acoge un surtido variable de unas 770 referencias. En 2024 esta marca en constante evolución incorporó 360 productos nuevos.

âctuel
by **Auchan**

Esta marca destinada a complementos del hogar como menaje, vajilla y textiles, cuenta con más de 4.300 referencias de las que 280 están amparadas con sellos de sostenibilidad reconocidos.



Es la marca de juguetes de Alcampo que cuenta con unas 600 referencias durante todo el año, la mayoría de ellas destinadas a la campaña de Navidad, que en la pasada campaña expuso 500 referencias, de las que el 45% (225) eran novedades. Además, de esas 500, una treintena eran peluches fabricados con poliéster reciclado y otra treintena, eran productos fabricados con madera con certificación FSC.



3.900
REFERENCIAS



4.300
REFERENCIAS



600
REFERENCIAS

Inextenso
BY **AUCHANLAB**

Es la marca de textil y complementos que acoge 3.900 referencias de las que casi 2.700 cuentan con etiquetas que certifican el origen sostenible de los tejidos, como algodón ecológico o textiles fabricados con fibras recicladas.

Nutriendo la BUENA alimentación

La promoción de la buena alimentación forma parte de la esencia de Alcampo. De hecho, más de 10.900 personas, casi el 50% de la plantilla, han recibido formación en este sentido.

Para ello la empresa cuenta con una persona especialista en nutrición que supervisa los mensajes destinados al cliente para asegurar rigor en las informaciones, participando también en el desarrollo de productos y recetas, así como en acciones informativas sobre nutrición destinadas tanto a clientes como a personal de Alcampo.

Asimismo, Alcampo realiza controles exhaustivos de calidad, trabaja en la reformulación de productos de su marca, promueve buenos hábitos de alimentación y desarrolla planes de sensibilización sobre la importancia de alimentarse bien, haciendo un foco especial en el apoyo a los más vulnerables, algo que hace realidad a través de su fundación.

“La promoción de la buena alimentación forma parte de la esencia de Alcampo, +10.900 colaboradores han recibido formación en este sentido.”



+22.250
CONTROLES
Y ANÁLISIS
REALIZADOS

128
PRODUCTOS
REFORMULADOS
EN 2024

Calidad integral: evaluación precisa y mejora continua

A lo largo de 2024 se han realizado más de 22.250 controles y análisis a productos y agua, teniendo en cuenta en el primero de los casos las materias primas, el producto terminado en las tiendas, el control de alérgenos, etc.

Con una visión de progreso permanente, a lo largo de 2024 se reformularon 128 productos de la marca Auchan para mejorar sus características organolépticas y su composición nutricional.

Como resultado del trabajo en pro de la mejora nutricional, se implementaron mejoras en 13 productos, lo que permitirá evitar el consumo de 1,8 t de grasas saturadas, 2,6 t de azúcar y 350 Kg de sal.



Fondation|Auchan
Alimentamos lo que nos une

Una fundación que abre caminos para la alimentación saludable

En el año 2012 la Fondation Auchan dio sus primeros pasos en España con la finalidad de apoyar proyectos sociales orientados a mejorar la vida. Desde hace algunos años, la fundación destina sus esfuerzos a favorecer el acceso a una alimentación saludable desde un punto de vista holístico, con la convicción de que la buena alimentación debe ser accesible a todos y que ésta es no sólo un aspecto clave en la construcción de una sociedad sana, sino un factor de vínculo social.

Fiel a su espíritu de participación activa en la vida de la empresa, la Fundación sostiene su apoyo a proyectos sobre el compromiso de las personas de Alcampo. Son ellas quienes acompañan a las organizaciones de su entorno, no sólo en la presentación de candidaturas, sino también en el propio desarrollo de las acciones cuando los proyectos son respaldados.

Cada año, la Fundación abre un proceso de presentación de candidaturas, tras la preselección de las mismas se presentan las opciones finalistas al Comité de Evaluación donde se establece la concesión de apoyo económico.

Para la preselección y selección de proyectos, se da prioridad a aquellos dirigidos a personas vulnerables con el objetivo de fomentar el conocimiento y saber hacer en torno a la alimentación, impulsar la creación de experiencias compartidas y luchar contra la malnutrición mediante acciones de formación y sensibilización, que doten a las personas de conocimientos y herramientas para luchar contra la alimentación desequilibrada.

Desde sus comienzos en 2012 la Fondation Auchan ha apoyado más de un centenar de iniciativas a las que ha destinado **1,71 millones de €**, beneficiando a casi 120.000 personas.

En 2024 fueron 4 los proyectos apoyados con 178.000 €, alcanzando a 4.600 personas

Salir Adelante

La Asociación Manos Ayuda Social en colaboración con Alcampo Vallecas (Madrid), ha podido llevar a cabo este proyecto al que se han destinado 37.000 € para financiar la adquisición de una cámara frigorífica-congeladora para conservar alimentos en su comedor social, desde donde se proporciona alimentación saludable y sostenible a unas 400 personas que viven en familias en situación de vulnerabilidad.



Ecofriendly

Down Coruña en colaboración con el hipermercado Alcampo A Coruña ha recibido 40.500 € para desarrollar actividades formativas, con el fin de permitir la incorporación al mercado laboral de los usuarios de esta organización. Entre las líneas formativas se encuentra la elaboración de compost a partir de residuos orgánicos urbanos, la educación ambiental y la preservación del entorno o el fomento de una alimentación saludable y accesible para todas las personas, entre otros.

60.000

€ DONADOS
A FUNDACIÓN
ALTIUS

40.500

€ EN FINANCIACIÓN
PROYECTO DOWN
CORUÑA 2024

Bosque Comestible

Presentado por la Asociación Ábrego en colaboración con Alcampo Burgos. Este proyecto, al que se han destinado 40.500 € para su cofinanciación, tiene el objetivo de recuperar un espacio natural degradado en el Valle de las Caderechas y convertirlo en una zona de cultivo sostenible, involucrando a asociaciones y colectivos del entorno.



1 Kilo de Ayuda

La Fundación, en colaboración con el hipermercado de Moratalaz (Madrid), ha apoyado con 60.000 € la adquisición de un vehículo refrigerado destinado a redistribuir alimentos y prevenir el desperdicio alimentario, mejorando la alimentación de las familias vulnerables, acción que se estima puede beneficiar a 3.330 personas cada año.



Deporte como motor del bienestar

Además de la buena alimentación, Alcampo promueve los buenos hábitos, como la práctica de deporte. En 2024 destinó más de 140.000 € a donaciones, colaboraciones y patrocinios de entidades del entorno de sus tiendas muchas de ellas vinculadas a la práctica deportiva, destinando la colaboración al apoyo de clubes o asociaciones deportivas.

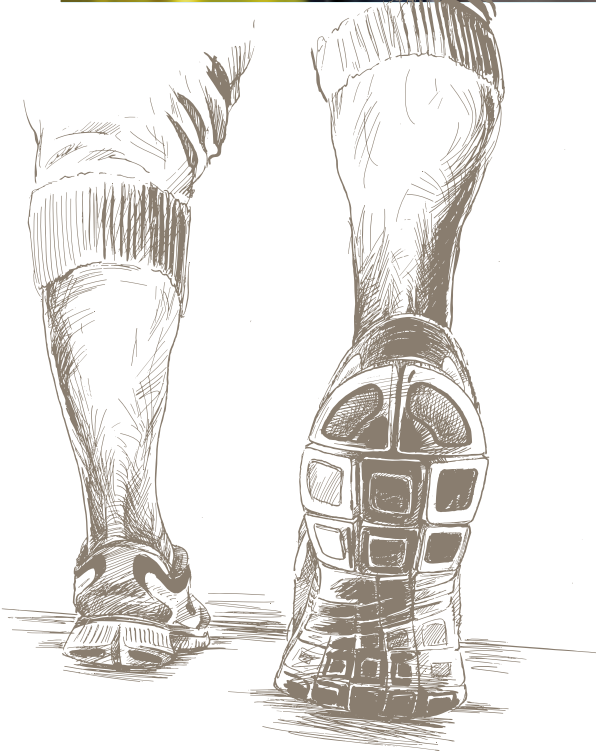
Algunos ejemplos son la maratón de Madrid, el torneo de tenis en Colmenar (Madrid), la carrera Rosae en Valdepeñas, la maratón Infantil organizada por la Asociación Veciños Cristo de la Victoria en Coia (Vigo), la vuelta a nado a Formentera en Baleares organizada por la Fundación Respiralia, o la carrera de Cruz Roja en Zaragoza, ciudad que también acogió la “18ª carrera de la infancia” organizada por el Club Alcampo Scorpio 71 que, con el apoyo de Alcampo, congregó a dos millares de niñas y niños.

También destacan el de la Fundación Deportes de Alcobendas (Madrid), la Agrupación Deportiva de Baloncesto Fontiñas en Santiago, el Club de Balonmano Villa de Aranda de Duero (Burgos) o el Club de Atletismo Ciudad de Motril (Granada).



+140.000
€ DESTINADOS
A CLUBES O
ASOCIACIONES
DEPORTIVAS

+600
ATLETAS
FORMAN EL
CLUB ALCAMPO
SCORPIO 71



Haciendo equipo, estrechando lazos

Ya en febrero de 2025, Alcampo renovó en un acto público el acuerdo de patrocinio del club de atletismo Alcampo Scorpio 71, integrado por 600 atletas escolares y federados. Alcampo, que está vinculado a este Club desde el año 2007 selló su acuerdo por tres temporadas más.



Conocer para elegir, elegir para consumir **MEJOR**

Alcampo, especialista en alimentación, asegura una oferta amplia y variada, haciendo un foco especial en los frescos, piedra angular de su comercio.

Apasionado por la gastronomía, impulsa el conocimiento y disfrute del producto y acompaña a sus clientes para inspirarlos a descubrir el placer de cocinar.

Dentro del propósito de consumir mejor, la compañía reafirma su compromiso con los productores locales, fomentando no solo la compra de productos a proveedores de España, sino también su reconocimiento y puesta en valor. De este modo, contribuye al crecimiento y bienestar de las comunidades locales.

El legado de nuestra tierra en cada producto

En 2024 Alcampo realizó compras de productos a **5.527 proveedores españoles²** por valor de **3.735 millones de €**, suponiendo casi el 98% de las compras totales.

Del total de proveedores, unos **1.300 son pequeños productores locales**, en su mayoría pymes del sector primario que venden sus productos sólo a la o las tiendas Alcampo ubicadas en una zona determinada, favoreciendo con esta colaboración el desarrollo local y la repoblación de zonas rurales a los que realizó compras por valor superior a 168 millones de €.

2. Con CIF en España. Las compras de carburantes están excluidas.



Alcampo realiza compras a más de una treintena de lonjas españolas y el **100% de la carne de cordero, pollo y cerdo** que pone en sus lineales es nacional y favorece la incorporación de variedades autóctonas. En el caso de frutas y verduras, Alcampo apuesta por el origen España, adquiriendo productos hortofrutícolas de importación en contraestación, ante la demanda del consumidor y cuando por diferentes circunstancias hay escasez de producto español o cuando ya ha finalizado o no comenzado la temporada nacional. En todas sus tiendas, crea lazos con agricultores locales ofreciendo sus productos y favoreciendo el consumo de productos de temporada.



“En 2024 Alcampo realizó compras de productos a 5.527 proveedores españoles² por valor de 3.735 millones de €, suponiendo casi el 98% de las compras totales.”

1.300
PROVEEDORES
SON PEQUEÑOS
PRODUCTORES
LOCALES

Una alianza redonda

El hipermercado Alcampo de Marratxí (Baleares) incorporó el pasado año, en colaboración con la **Cooperativa Pagesos Ecològics de Mallorca**, verduras ecológicas a granel y de Km 0. En total se comercializa más de un centenar de productos que van variando según la temporada, manteniendo en todo caso la máxima de estar disponibles del campo a la tienda en 24 horas sin pasar por almacenes intermedios.



Madrid Rural

Desde el año 2023 Alcampo mantiene una alianza de colaboración con Madrid Rural, un centro para la distribución y comercialización de productos hortofrutícolas de la Comunidad de Madrid que permite hacer llegar a los clientes los productos de la tierra cultivados por pequeños y medianos agricultores del entorno. En 2024 la compañía realizó compras por valor de 144.000 € adquiriendo unos 109.000 productos como lechugas, verduras o tomates.

144.000

€ EN COMPRAS
REALIZADAS EN
MADRID RURAL

109.000

PRODUCTOS
ADQUIRIDOS EN
MADRID RURAL



Ganaderos ganadores: El sentido de la Carne, el ritual del Cordero y Paquito

Alcampo se sumó al movimiento promovido por la asociación de fabricantes y distribuidores AECOC, “**El sentido de la carne**”, una iniciativa pionera de colaboración de la cadena de valor del sector cárnico y la distribución para poner en valor los productos cárnicos.

Además, Alcampo colaboró con INTEROVIC, **la organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y el Caprino**, para impulsar la venta de cordero nacional, del que Alcampo compra más de 2.400 t anuales a los 25 productores con los que trabaja.

En el marco de esta colaboración se sumó a “**El ritual de cordero**” para acompañar a los consumidores compartiendo en carnicerías y lineales ejemplares de ‘**El Recetario**’, el primer libro de recetas de lechal, cordero y cabrito exclusivamente, donde descubrir desde las más tradicionales a las más contemporáneas.

Además, la compañía participó activamente en la campaña en torno a “**Paquito**”, el bocadillo de cordero. Por una parte, desarrolló “**El Paquito en casa**”, invitando a sus clientes a elaborar y disfrutar del bocadillo de cordero y por otra, incluyendo un bocadillo creado *ad hoc* por la chef ejecutiva de la compañía, Bárbara Buenache, para ser disfrutado en los bistrós de Alcampo.





Sabores diversos, platos únicos

España es un país rico en sabores y cuenta con una tradición culinaria muy vinculada al territorio no sólo nacional sino local. Históricamente, Alcampo adapta el surtido a los gustos y tradiciones de cada zona y promueve que en cada localidad se valore el producto autóctono, destacándose en sus lineales para facilitar su identificación. Además, celebra campañas promocionales para destacar dichos productos y llevarlos, incluso, a tiendas ubicadas en regiones diferentes. En 2024 la compañía ha acogido 8 campañas para promocionar productos de 5 Comunidades Autónomas (Castilla la Mancha con sus productos "Campo y Alma", "Alimentos de Madrid", "Alimentos de Extremadura", "Andalucía Sabe" y "Aragón Alimentos Nobles") y 3 provincias ("Sabor a Málaga", "Degusta Jaén" y "Sabor Granada").

Calidad diferenciada

Alcampo comercializa 345 referencias con sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) de España, de ellos 23 productos de su marca.

345
REFERENCIAS CON
SELLO DE CALIDAD
DOP O IGP



Los **FRESCOS** en el corazón

La oferta de productos frescos aumentó un 6% en 2024, alcanzando las 15.800 referencias.

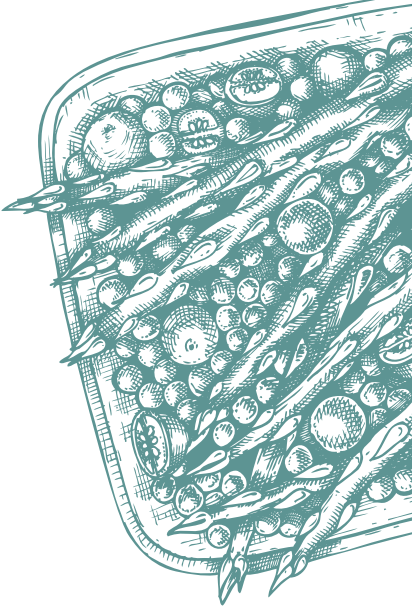
Unas 6.700 personas de la compañía desarrollan su carrera profesional vinculada a los productos frescos, ya sea en labores de compras, prescripción o venta incluyendo, además, la desarrollada tras los mostradores o en los obradores de Alcampo.

En el concreto caso de los productos cárnicos, la compañía dota de obradores a todos sus hipermercados y a un centenar de supermercados, donde los profesionales de oficio realizan hasta 100 cortes diferentes de productos cárnicos.

15.800
REFERENCIAS DE
PRODUCTOS FRESCOS

Además, la compañía cuenta en Zaragoza, con una planta propia de transformación de carne de ovino y vacuno que da servicio personalizado a los supermercados y a algún hipermercado, realizando labores de preparación, corte y envasado de la carne.

En esta planta puesta en marcha en la década de los 90, trabajan 40 profesionales que preparan cada año en torno a 800.000 packs tras cortar y preparar para los clientes 2.000 t de carne.



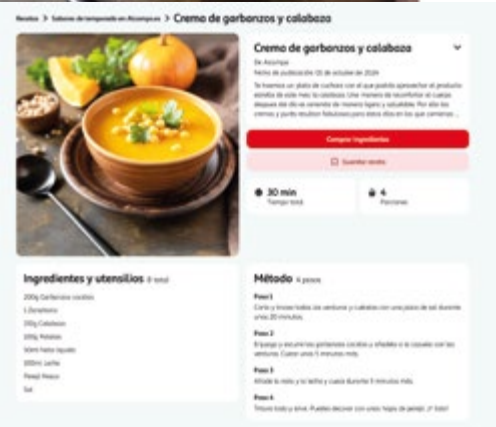
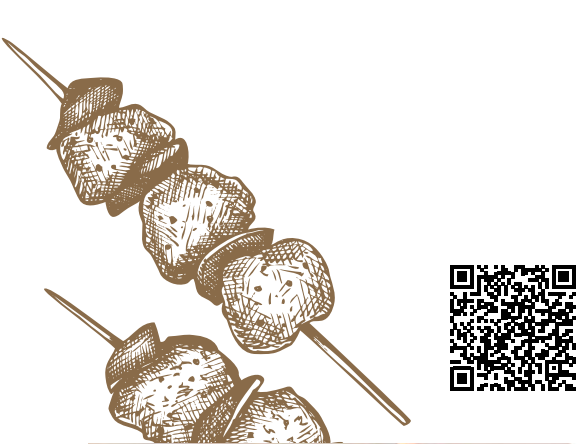
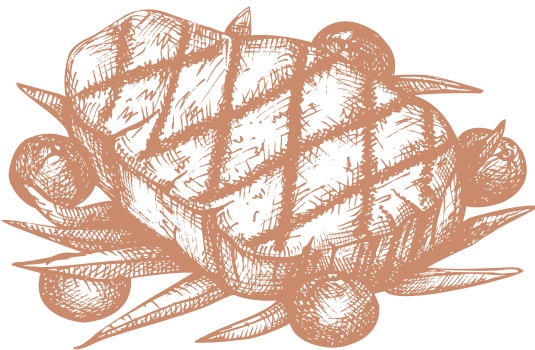


Transferir el saber, contagiar la pasión

La formación y capacitación de profesionales de oficio es fundamental en el compromiso con los productos frescos, ya que, más allá de la oferta, es indispensable contar con personas que comprendan a fondo el producto y las técnicas adecuadas para su manipulación.

Este conocimiento especializado no sólo garantiza una mayor calidad en el servicio, sino que también impacta directamente en aspectos clave como la satisfacción del cliente y la reducción del desperdicio alimentario, contribuyendo así a una gestión más eficiente y responsable de los recursos.

Con este convencimiento Alcampo puso en marcha las denominadas **escuelas de oficio**, habiendo destinado cursos formativos en 2024 a casi un millar de profesionales, impartidos muchos de ellos por los 260 expertos de Alcampo a los que se ha capacitado para ser formadores.



Además de ayudar a sus clientes en los fogones, Alcampo realiza acciones donde el disfrute y el aprendizaje van de la mano y pone en marcha talleres, catas, *showcooking*s y degustaciones en las que en muchos casos, participan los propios productores, así como cocineras y cocineros profesionales. Precisamente a ellos destina parte de la inversión en patrocinios que realiza durante el año, como el Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid, Gran Canaria Me Gusta o Comer en el Alto Aragón, un concurso que cuenta ya con una trayectoria de treinta años.

Recetas para experimentar y disfrutar

Alcampo incorporó una nueva funcionalidad en su web y App de compra on line para mejorar la experiencia de cliente apoyándose en Inteligencia Artificial. En concreto en su apartado de recetas **“La Cocina de Alcampo”**, el cliente puede seleccionar una receta que, además de ofrecer el contenido habitual de pasos a seguir, raciones y tiempo de preparación, despliega los posibles ingredientes para que el usuario pueda añadir a la cesta de la compra los productos que necesite y, por supuesto, de la marca que considere.

“La Cocina de Alcampo” ofrece un buscador de recetas por familias de productos (carne, pescado, verduras, etc.) y por temporada. Además, los clientes pueden añadir las recetas que prefieran a su lista de “Recetas Guardadas” y también tienen la posibilidad de compartirlas con amigos o familiares.





VIVIR MEJOR



Enmarcado en el concepto de vivir mejor, que forma parte de la Visión de la compañía, Alcampo trabaja para construir un futuro más justo para todos, poniendo el foco en las personas de su equipo, con quienes hace realidad su compromiso fundamental de colaborar con los colectivos más vulnerables, desarrollar el negocio basándose en principios éticos y hacer realidad el propósito de asegurar a sus clientes la mejor experiencia de compra.

La empresa concibe como esencial asegurar el desarrollo y el bienestar de las personas de la empresa generando entornos inclusivos, colaborativos y colmados de diálogo enriquecedor que impulsen con energía la llamada a la acción para vivir y hacer vivir la diferencia Alcampo.

El **LATIDO** de Alcampo: sus personas

Innovación, responsabilización, desarrollo, diversidad, bienestar, convivencia y participación conforman las claves de la política de Recursos Humanos de la compañía, una política orientada a hacer de Alcampo la empresa preferida para trabajar para las 23.298 personas que conforman el equipo y para todas aquellas que están por venir.

Un año más la empresa fue reconocida con el sello Top Employer por Top Employers Institute, algo que se repitió en 2025, y, por primera vez, a nivel corporativo (Auchan Retail) con el sello Top Employer para Europa, obteniendo así el reconocimiento que sustenta su compromiso con implementar buenas prácticas y políticas propias en beneficio de todos sus trabajadores y trabajadoras.

El programa de Top Employers Institute certifica a las organizaciones líderes en las prácticas de personas basándose en su participación y los resultados obtenidos en su *HR Best Practices Survey*. Esta encuesta engloba 6 dominios de RRHH, que incluyen 20 temas como la Estrategia de Personas, Ambiente de Trabajo, Adquisición de Talento, Aprendizaje, Bienestar y Diversidad e Inclusión, entre otros.



Convivencia y participación para el éxito colectivo

Alcampo a lo largo de la historia ha construido una cultura basada en la participación activa, el compromiso y el reconocimiento del talento de cada miembro del equipo y del equipo en su conjunto con la convicción de que cuando cada persona aporta sus ideas, compromiso, habilidades y esfuerzo, la empresa crece y se transforma.

El voluntariado, el accionariado y los programas de reconocimiento al trabajo bien hecho son herramientas de participación.

Las “Jornadas de Apertura” o **voluntariado corporativo**, reunieron en 2024 a 300 personas durante un millar de horas en las que pudieron participar en horario laboral en los proyectos sociales y medioambientales que apoya Alcampo.

El **programa de accionariado**, nacido en 1996 en España, otorga a los equipos de la empresa la posibilidad de ser accionistas de la compañía, del que forman parte 18.006 personas, un 91% de los que tienen posibilidad de serlo, cumpliendo el sencillo requisito de estar de alta a 31 de diciembre del año anterior a la suscripción anual que se realiza en el primer semestre del año.

Ser accionista permite acceder al reparto anual de beneficios, cuyo montante ascendió el año pasado a los 12,68 millones de € que se entregaron en acciones.

26
M€ DE REPARTO
ECONÓMICO
EN 2024

+18.000
COLABORADORES
PARTICIPAN EN EL
PROGRAMA DEL
ACCIONARIADO

Por otro lado, existen **programas de reconocimiento del desempeño** que celebran los logros y el buen trabajo realizado de manera individual y en equipo, en el marco de los que se entregaron 13,44 millones de €.

Sumando ambas cantidades, el reparto económico por los resultados y aportación al desarrollo de la empresa superó los **26 millones de €**.



Construir la empresa entre todos

Cada año, Alcampo pone en marcha el **Barómetro de Compromiso y Satisfacción (BES)** (*Baromètre d'Engagement et de Satisfaction*), una iniciativa que recoge la voz de sus 23.298 colaboradores. A través de este estudio, se analizan sus percepciones sobre la relación con la empresa, la visión del proyecto empresarial y las oportunidades de mejora, con el objetivo de seguir construyendo un entorno más motivador y alineado con las expectativas de los equipos.

Respondido por un 75% del total, los resultados arrojan que el nivel de compromiso con el proyecto empresa es alto, alcanzando un 80%. En cuanto a la relación entre manager y su equipo, se percibe un alto nivel de satisfacción sobre la autonomía y margen de maniobra para cumplir los objetivos, alcanzando un 82%.

Además, la calidad de los productos y servicios que Alcampo ofrece a sus clientes se valora con un 84%, cifra similar a la percepción de que Alcampo actúa como una empresa responsable con la sociedad y el medio ambiente.



La inversión en formación aumentó un 44% respecto al pasado año hasta alcanzar los 9,47 millones de €, habiendo incrementado las horas formativas un 54%.



Conocer, aprender, crecer

En un año de transformación y consolidación de la incorporación de las tiendas adquiridas en 2023 a Grupo DIA, y la consecuente formación de los equipos, la inversión en formación aumentó un 44% respecto al pasado año hasta alcanzar los 9,47 millones de €, habiendo incrementado las horas formativas un 54%, pasando de 205.540 a 443.860.



En total se pusieron a disposición de la plantilla 1.950 cursos de los que 1.100 son on line, facilitando así el acceso al conocimiento para todos.

En los planes de formación de Alcampo, alineados con los objetivos estratégicos de la empresa, destaca el trabajo desarrollado para la capacitación de los profesionales de oficio y el conocimiento del producto, así como aquellos orientados a la transformación digital y a la profundización en aspectos claves de la política de Responsabilidad Social Corporativa, como la lucha contra el desperdicio alimentario, la gestión ética en los negocios o la comprensión del proyecto de descarbonización de la actividad, entre otros.

443.860
HORAS DE FORMACIÓN EN 2024

1.950
CURSOS EN DISPOSICIÓN PARA LA PLANTILLA

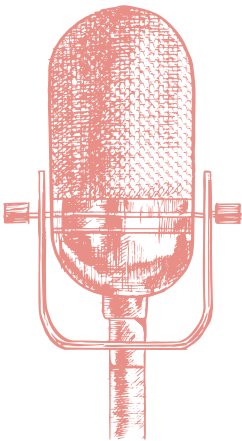
Escuela de Desarrollo del Talento

Alcampo dispone de varios programas de apoyo a los equipos para impulsar tanto el crecimiento de habilidades, la evolución y el aprendizaje como el coaching interno, que se llevó a cabo durante 160 horas en procesos individuales, o la conocida como Escuela de Desarrollo del Talento.

En esta escuela participaron 1.863 personas durante 12.066 horas, cuadruplicando la cifra de participantes del año anterior. La escuela ofreció programas personalizados adaptados a perfiles diversos, como responsables que necesitaban desarrollar competencias de liderazgo (Esfera), mujeres que requerían apoyo para su empoderamiento (*Empowering Women's Talent*), nuevos responsables listos para participar en un acelerador de talento basado en la cultura y metodología AGILE (*Lab to Grow*), y equipos de base que debían adquirir nuevas habilidades para afrontar nuevos retos (Pasarela).

1.863
PERSONAS
PARTICIPARON
EN LA ESCUELA
DE DESARROLLO
DEL TALENTO

12.066
HORAS EN
PROGRAMAS
DE DESARROLLO



20.620
CONVERSACIONES
DEL TALENTO
EN 2024



Conversaciones del Talento, escucha activa para seguir avanzando

Las Conversaciones del Talento son encuentros individuales entre el *manager* y cada uno de los miembros del equipo que se orientan a la revisión de los resultados de los objetivos individuales, así como de los planes de acción fijados. Esos encuentros cara a cara, que el año pasado se vivieron en 20.620 ocasiones, están basados en escucha activa, la empatía y la construcción conjunta de los planes de desarrollo para cada persona.



"Alcampo dispone de varios programas de apoyo a los equipos para impulsar el crecimiento de habilidades, la evolución y el aprendizaje, como el coaching interno."

Un entorno laboral positivo y saludable

Tras tres años de recorrido, 2024 ha vivido la consolidación del "Plan de Bienestar Vivir Mejor" que se desarrolla en torno a 5 ejes de bienestar: profesional, físico, emocional, financiero y social.

En el pasado año se hizo un foco especial en el bienestar físico y mental, ofreciendo charlas y consultas sobre alimentación y poniendo en marcha programas de gestión del estrés, gestión de emociones y *mindfulness*, incluyendo en este caso módulos de introducción, psicología positiva y un programa específico de *mindful eating*.

Asimismo, en función de la realidad de cada centro se han incorporado diversas opciones, desde yoga a servicio de fisioterapia a precios reducidos.

Abriendo puertas al **TALENTO**

En 2024 las nuevas incorporaciones se orientaron principalmente a un puesto esencial en la dirección operativa de las tiendas: los responsables de comercio. Estos responsables tienen la función de liderar equipos de trabajo, dinamizar puntos de venta y asegurar la correcta orientación al cliente.

Tras realizar tres campañas de atracción, 41 personas entraron a formar parte de este colectivo, siendo el 40% de promoción interna.

Una vez realizada la incorporación durante los primeros cuatro meses, se lleva a cabo un periodo de formación intensivo y remunerado, durante el cual los nuevos responsables de comercio cuentan con el apoyo de un o una formador/a que guía y tutoriza el proceso, asegurando que cada persona esté plenamente capacitada para asumir su nuevo rol.

Acuerdos con centros educativos: una relación simbiótica

Alcampo mantiene acuerdos con más de 33 universidades y escuelas de negocio, colaborando activamente en la formación de estudiantes a través de clases magistrales, programas de prácticas y tutorización de trabajos de fin de grado y máster. En 2024, fueron 22 alumnos los que participaron en estos programas, y la compañía también asistió a una docena de ferias y foros de empleo para presentar su proyecto empresarial.

Dando un paso más en la política de acompañamiento a alumnos, Alcampo creó un proceso de mentoring para estudiantes que puso en marcha con 4 estudiantes de la Universidad Europea.



Además, Alcampo ofrece a estudiantes, en su mayoría de FP Dual en Gestión y Ventas de Espacios Comerciales, la oportunidad de realizar prácticas en entornos laborales reales, acogiendo el pasado año a mil alumnos en sus tiendas.

La compañía ha continuado trabajando con diversos Institutos de Formación Profesional de las áreas en las que opera, así como en alianza con AECOC, organización que acoge a distribuidores y fabricantes, en su programa de FP Dual llevado a cabo con el Instituto de los Alimentos de Barcelona, reconocido por el Instituto Cerdà como una de las mejores innovaciones sociales en el año 2024.

IGUALDAD de oportunidades para un mundo más justo

La gestión de la diversidad fomenta un entorno enriquecido de diferentes perspectivas, experiencias y puntos de vista que redundará en la capacidad de ofrecer soluciones a los desafíos presentes y futuros.

La composición de la plantilla por franjas de edad, es del 41% para mayores de 50 años, del 46% para la franja comprendida entre 30 y 50 años y del 13% para los menores de 30. Por sexos el 73% de la plantilla son mujeres y el 27% hombres.

Trabajar por la igualdad entre mujeres y hombres

Alcampo aplica desde 2023 el tercer Plan de Igualdad Efectiva entre mujeres y hombres, que favorece la corresponsabilidad e incorpora la perspectiva de género en toda la gestión de la empresa, incorporando un protocolo específico de acoso sexual o por razón de sexo, así como guías de actuación en ámbitos de selección,

contratación y promoción profesional, como que en el supuesto en que dos personas trabajadoras opten a una vacante indefinida a tiempo completo, se favorecerá en igualdad de condiciones, la incorporación de las mujeres siempre que sea el sexo infrarrepresentado. Asimismo, en aquellos casos en que los candidatos a promocionar a un puesto directivo lo sean en igualdad de idoneidad, se dará prioridad al sexo infrarrepresentado.

En 2024 el porcentaje de puestos de responsabilidad desarrollados por mujeres fue del 42,2%, cifra ligeramente superior a la del pasado año.

Cabe destacar que el Comité de Dirección de la empresa se ha visto aumentado en cuatro personas, tres de ellas mujeres. En total son cuatro las mujeres que forman dicho comité directivo, alcanzando el 40% sin contar al director general.

+42
% DE MUJERES
EN PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD

+42%
DE MUJERES EN
PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD



En Alcampo cabemos todos

Alcampo trabaja con el convencimiento de que la inclusión de colectivos vulnerables es una responsabilidad fundamental para construir una sociedad más justa y equitativa. Por ello trabaja con organizaciones del entorno en programas de formación y capacitación para la mejora de la empleabilidad, así como de contratación, destacando la labor llevada a cabo con Fundación ONCE para personas con discapacidad, Fundación Secretariado Gitano para personas gitanas y Cruz Roja para personas en situación de vulnerabilidad, en términos generales.



“Alcampo trabaja con el convencimiento de que la inclusión de colectivos vulnerables es una responsabilidad fundamental para construir una sociedad más justa y equitativa.”

Con **Cruz Roja**, con quien firmó un acuerdo de colaboración para la inclusión en el año 2019 ha acogido el pasado año a **209 personas en prácticas contratando a 247**.



Respecto a la **inclusión laboral de personas con discapacidad**, Alcampo finalizó 2024 con empleo para **más de 1.100 personas** tanto de manera directa como indirecta, alcanzando una cuota de inclusión del 5,33%. En Alcampo trabajan 628 personas con discapacidad y, además, la empresa realizó compras a 20 Centros Especiales de Empleo por valor de 12,6 millones de € equivalentes a otros 501 puestos de trabajo indirectos³.



3. Cálculo en base a 3 veces el IPREM.

Ya en 2025 el director general de Alcampo, Américo Ribeiro, y el vicepresidente ejecutivo de **Fundación ONCE**, Alberto Durán, renovaron el Convenio Inserta que suscribieron en los años 2000, 2010, 2013, 2017 y 2021 y que, en esta ocasión, supondrá la contratación de 80 personas con discapacidad durante los próximos tres años, llegando así a las 964 contrataciones desde el inicio de la colaboración.

Además, Alcampo en colaboración con la **Fundación Secretariado Gitano**, participó activamente en la formación de **200 personas gitanas, habiendo incorporado a 71 de ellas a su plantilla**.

Estas 200 personas, la mayoría menores de 30 años (70%) a través de 36 cursos (31 de ellos prácticos), pudieron participar en diferentes formaciones presenciales, on line o ambas, encaminadas a favorecer la capacitación, mejorar la empleabilidad e impulsar la inclusión laboral de los participantes.



ESCUCHAR

a nuestros clientes y conectar

La escucha al cliente es esencial para mejorar su experiencia de compra. Por eso, la compañía pone en marcha mecanismos para conocer la opinión de las personas que eligen Alcampo habiendo atendido 550.000 contactos de clientes a lo largo de 2024.

Iker, un chatbot evolucionado con IA generativa

El chatbot que Alcampo incorporó en su web y redes sociales en el año 2018, Iker, fue evolucionado el pasado año para convertirlo en un agente conversacional gracias a la incorporación de IA Generativa.

Iker, un avatar 3D, está preparado para responder preguntas complejas en varios idiomas y mantener una conversación, accediendo para ello a múltiples fuentes y documentos de Alcampo.



Club Alcampo, el club de clubes

Alcampo aumentó el número de socios de su Club un 20%, llegando a 3,26 millones de usuarios que pudieron beneficiarse de ofertas exclusivas, accediendo además cada mes, a una semana de descuentos en productos de la marca de Alcampo.

Además, para mejorar la experiencia de compra de los clientes, se incorporó Wallet en las tarjetas Alcampo, que siguen permitiendo la financiación en compras. Para los nuevos socios se ha digitalizado todo el proceso de alta, eliminando la necesidad de imprimir miles de trípticos en papel.



Comercio sin barreras

Que todos sus clientes puedan comprar en igualdad de condiciones es una máxima para Alcampo, que trabaja para contar con productos y servicios accesibles para todos y ser así, un comercio sin barreras.

Respecto a productos, la empresa introdujo el braille en su marca en el año 2003 de la mano de ONCE, contando en la actualidad con 380 artículos etiquetados con este sistema de lectoescritura.

Para los usuarios de sillas de ruedas se cuenta con carros de compras adaptables a sus sillas y mostradores de información, y probadores y balanzas para la compra de frutas y verduras en libre servicio diseñados para ser accesibles. Además, las tiendas, salvo excepciones, disponen de cajas de pago con ancho especial y 9 centros, 2 de ellos incorporados en 2024 (Burgos y Girona), cuentan con cajas de pago adaptables en altura.

Las personas sordas o con problemas auditivos pueden utilizar los servicios de videointerpretación en Lengua de Signos disponible en todos los hipermercados y un supermercado por zona de influencia, centros que cuentan también con bucles de inducción magnética, que facilitan la comunicación con clientes con implantes cocleares o audífonos.

380	9
PRODUCTOS ETIQUETADOS CON BRAILLE	CENTROS CON CAJAS DE PAGO ADAPTABLES



Además, Alcampo transmite información con pictogramas para asegurar la accesibilidad cognitiva y, en modo test, puso en marcha en 9 tiendas de la Comunidad de Madrid “La Hora Silenciosa”, para personas con hipersensibilidad sensorial. Los centros participantes, entre las 15:00 y las 16:00 disminuyen las señales luminosas y acústicas para ofrecer una experiencia de compra más tranquila, limitando la intensidad y número de estímulos que son fuente de estrés para las personas afectadas por hipersensibilidad.

La responsabilidad de **APORTAR** a paliar la brecha social

Además del importe destinado a través de la Fondation Auchan y las campañas nacionales, a nivel local las tiendas han aportado 123.500 € en colaboraciones y donaciones a organizaciones de su entorno. Además, Alcampo ha participado en campañas o puesto en marcha las suyas propias para luchar contra la pobreza y reducir la brecha social.

“Alcampo tiene la vocación de aportar valor en cada lugar donde desarrolla su modelo de comercio y colabora para mejorar la vida de colectivos que viven en situación de vulnerabilidad.”

Actuación ante la DANA

En octubre de 2024, consecuencia de la DANA que asoló parte de la Comunidad Valenciana, el hipermercado Alcampo situado en Aldaia sufrió graves daños volviendo a abrir sus puertas tras los trabajos realizados durante más de un mes.

Ante la tragedia ocurrida, Alcampo puso en marcha un dispositivo de ayuda a sus equipos y colaboró estrechamente con el Ayuntamiento de Aldaia y organizaciones que estaban en el terreno para el suministro de productos de primera necesidad, así como equipos para la limpieza de las zonas públicas de la ciudad.

Entre lo aportado por Alcampo y lo recaudado por sus clientes en una campaña puesta en marcha por Cruz Roja, se entregaron **más 120.000 €**.



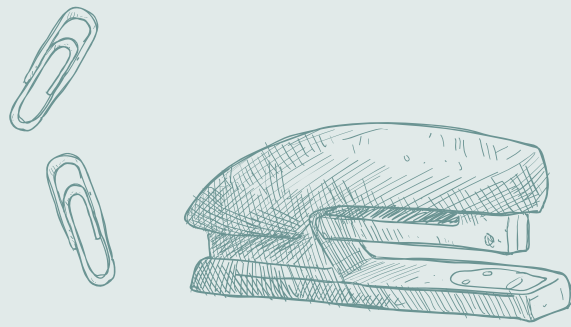
Desayunos y Meriendas Con Corazón

Entre el 5 y el 11 de abril Alcampo acogió en 432 tiendas participantes su emblemática campaña solidaria Desayunos y Meriendas #ConCorazón que, en su 12ª edición, logró recaudar **231.525 €** que Cruz Roja ha entregado a familias vulnerables para la compra de alimentos. Del total del importe recaudado, 101.114 € fueron donados por Alcampo y las empresas Oney y Nhood donaron 3.000 € cada una, el resto fue entregado por los clientes.

Juguetes para tod@s

Esta campaña, que estuvo activa desde principios del mes de noviembre hasta finales de diciembre en 75 tiendas Alcampo, concluyó con una recaudación total de **más de 7.570 juguetes nuevos** que fueron entregados a organizaciones cercanas a sus zonas de influencia para hacer llegar a las niñas y niños más vulnerables, un juguete para Navidad. Alcampo contribuyó con 1.900 juguetes nuevos cuyo valor superó los 17.000 € a esta campaña que cumplió 21 años.





Material escolar para todas las vueltas al cole

Alcampo puso en marcha la cuarta edición de la campaña solidaria de recogida de material escolar que tuvo lugar en 81 tiendas durante cuatro semanas de agosto y septiembre, coincidiendo con la campaña Vuelta al Cole y destinada, precisamente, a que las niñas y niños que viven en familias con dificultades pudieran volver a las aulas en igualdad de condiciones. En total se pudieron entregar **36.000 unidades de material escolar** de las que la mitad fueron entregadas por clientes y el resto por Alcampo, tras una donación de más de 20.000 €.



Julio lucha contra el cáncer

Julio, el castor solidario de peluche de la marca **One Two Fun**, volvió a los lineales de Alcampo por tercer año consecutivo, en esta ocasión vestido de deportista tras haber sido, en ediciones anteriores, cocinero y guarda forestal.

Por cada unidad vendida de este peluche se entregaron 2 € a CRIS contra el cáncer que destina este importe a la investigación del cáncer infantil, habiendo logrado entregar a la asociación en el pasado año 16.000 € procedentes de la venta de peluches.

Desde el inicio de la colaboración en 2019, Alcampo ha donado **más de 405.275 €** para apoyar a la Unidad CRIS de Terapias Avanzadas contra el cáncer infantil.



1 kilo de Ayuda

Alcampo colabora con Fundación Altius por diferentes vías: una con la donación de productos aptos para el consumo pero no para la venta que son distribuidos en el Mercado 1 Kilo de Ayuda, otra a través de un proyecto de apoyo a la compra de una furgoneta refrigerada a través de Fondation Auchan y la tercera vendiendo en las cajas de todas sus tiendas tarjetas de 1,3 y 5 € que son destinadas a dar apoyo económico a personas en situación de vulnerabilidad mientras les acompañan en la inserción laboral.

El pasado año se incorporaron las tarjetas, que renovaron su diseño, a las tiendas adquiridas a Grupo DIA. En total, los clientes de Alcampo adquirieron tarjetas por valor de casi **114.800 €**.



Recogidas del Banco de Alimentos

Alcampo volvió a participar en las dos campañas que organiza la Federación de Bancos de Alimentos, tanto la de primavera como la Gran Recogida que celebró en noviembre e incluyó, en algunos puntos de España, la posibilidad de hacer una recogida mixta. Entre ambas campañas se pudieron entregar **380.559 € y 297.577 Kg de alimentos**, habiendo donado Alcampo 80.000 €.

380.559 €
PARA BANCOS
DE ALIMENTOS

297.577 Kg
DE ALIMENTOS
RECOGIDOS

380.559
€ PARA
BANCOS DE
ALIMENTOS

297.577
KG DE
ALIMENTOS
RECOGIDOS



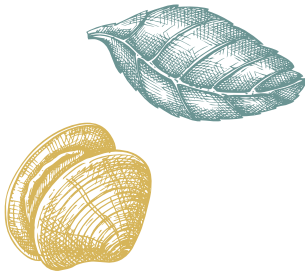
Un comercio con principios: la **ÉTICA** como guía de actuación

Confianza, apertura y excelencia son los tres valores sobre los que Alcampo desarrolla su modelo de comercio, entendiendo la ética como un pilar fundamental para la construcción de relaciones de confianza y el desarrollo del negocio de manera responsable, donde la transparencia y el respeto guían cada decisión.

La actuación honesta y transparente y el rechazo de prácticas desleales en toda su cadena de suministro marcan el modelo de actuación de Alcampo. Por eso la compañía cuenta con sistemas de Ética, Compliance y Deber de Vigilancia implicando a todas las personas de la empresa.

En 2021, precisamente se puso en marcha el Comité de Compliance y Deber de Vigilancia, que se reunió en 2024 en cuatro ocasiones con la misión de velar por el cumplimiento de las leyes, normas y directrices internas y hacer análisis de los riesgos que pueden ser de impacto en Alcampo.

Por su parte, las normativas internas y los valores fundamentales de Alcampo están plasmados en su **Carta Ética**, un documento que establece los estándares éticos de la organización y define los principios clave que rigen su relación con clientes, colaboradores, socios externos, accionistas y la comunidad.



La ética en cada decisión

El Comité de Ética vela por el cumplimiento de la Carta Ética haciendo un seguimiento de las posibles denuncias recibidas y plantea, además, dilemas éticos para debatir y reflexionar al respecto. Uno de los dilemas tratados en 2024 fue la incorporación o no, de vapeadores al surtido de Alcampo. Para tratar en profundidad este tema intervino una doctora en neumología del Hospital Puerta de Hierro, que transmitió el impacto en la salud tiene la utilización de esta alternativa al tabaco. Tras las deliberaciones oportunas, se decidió no comercializar estos productos en Alcampo.

Para garantizar su aplicación en el día a día, esta Carta se concreta en la “**Guía de Ética para el día a día**”, un recurso accesible para toda la compañía. Además, Alcampo refuerza su compromiso con la ética a través de programas de formación específicos, en los que ya han participado más de 17.900 personas, un 77% de la plantilla.

Cualquier persona que considere que se ha producido un incumplimiento de cualquier principio recogido en La Carta Ética, tiene a su disposición un **canal web de denuncias** accesible desde las páginas web de Alcampo.

Implicación de los proveedores en asegurar una cadena de suministro ética

Todas las relaciones comerciales en Alcampo se desarrollan bajo el marco del Código de Ética Comercial de Auchan, el cual se sustenta en principios universales de respeto y responsabilidad. Este código toma como referencia la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, las Líneas Directrices de la OCDE, la Declaración de la OIT de 1998 sobre principios y derechos fundamentales en el trabajo, y los ocho convenios

fundamentales de la OIT, asegurando así un comercio basado en la ética, la equidad y el cumplimiento de estándares internacionales.

En este marco, el 100% de personas que trabajan en compras reciben formación específica y el 100% de proveedores deben firmar el Código de Ética Comercial. Para velar por su cumplimiento se llevan a cabo auditorías sociales, utilizando metodologías internacionales reconocidas, siendo Auchan a nivel internacional, miembro de la ICS⁴ y de la BSCI⁵.

El año pasado se realizaron auditorías sociales en 446 plantas de proveedores, de las que 408 fueron en España, con un foco especial en los productos que llevan la marca de Alcampo.

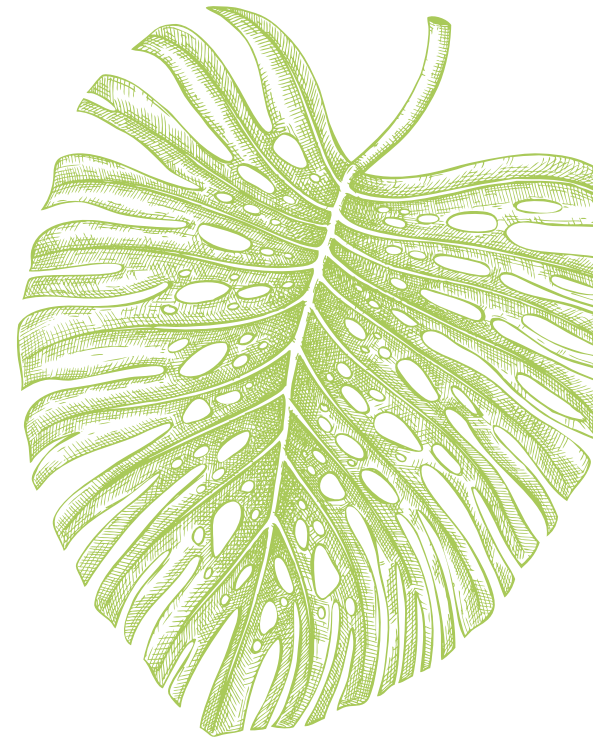


4. Initiative for Compliance and Sustainability.
5. Business Social Compliance Initiative.

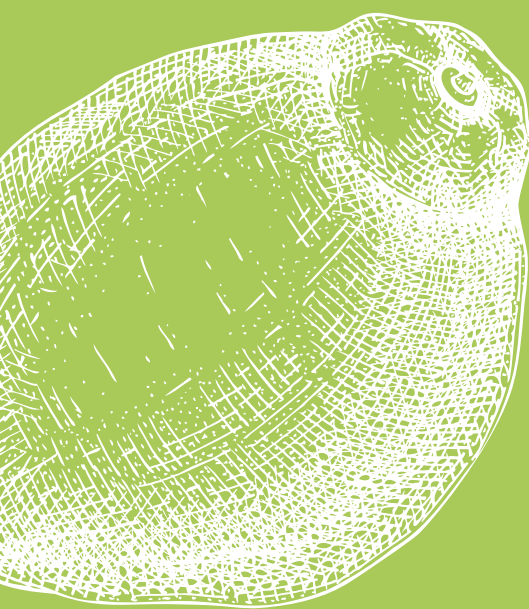


CUIDAR EL **PLANETA**

Alcampo estructura su compromiso con el cuidado del Planeta a través de tres ejes fundamentales: la lucha contra el cambio climático, el impulso de la economía circular y la conservación de la biodiversidad.



Alcampo implementa sólidos planes de acción destinados a descarbonizar su actividad y la de su cadena de suministro: erradicar el desperdicio alimentario, reducir y valorizar residuos fomentando su reutilización, minimizar el uso de plásticos ofreciendo alternativas sostenibles y proteger bosques, suelos y océanos, garantizando su preservación como fuentes de vida y riqueza.



CAMBIAR para cambiar el cambio (climático)

Desde hace quince años Alcampo mide y publica su Huella de Carbono que, desde 2023 está certificada conforme con la norma ISO 14064-1:2018 e inscrita en el Registro de Huella de Carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂ del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Además de medir y publicar dicha huella como un ejercicio de reflexión y transparencia, Alcampo asumió los objetivos de reducción de emisiones de CO₂eq fijados por Auchan Retail a nivel internacional, aprobados por el SBTI⁶. La meta es reducir en 2030 el 46% de las emisiones en los Alcances 1 y 2. En el marco del Alcance 3 el objetivo de reducción se sitúa en un 25% en el año 2030.

Para hacer realidad los compromisos fijados en el corto y medio plazo, Alcampo lleva a cabo programas que implican actuaciones para la adaptación y sobre todo para la atenuación del cambio climático.

6. Science Based Targets initiative.

Un trabajo de Alcance

Plan de acción en el Alcance 1. El foco en los Gases Refrigerantes

El grueso de trabajo desarrollado en el Alcance 1 está orientado a la introducción de gases refrigerantes con menor Poder de Calentamiento Atmosférico (PCA) y la reducción de fugas, con una meta de reducción del 5% en 2024 respecto al año anterior, que fue lograda.

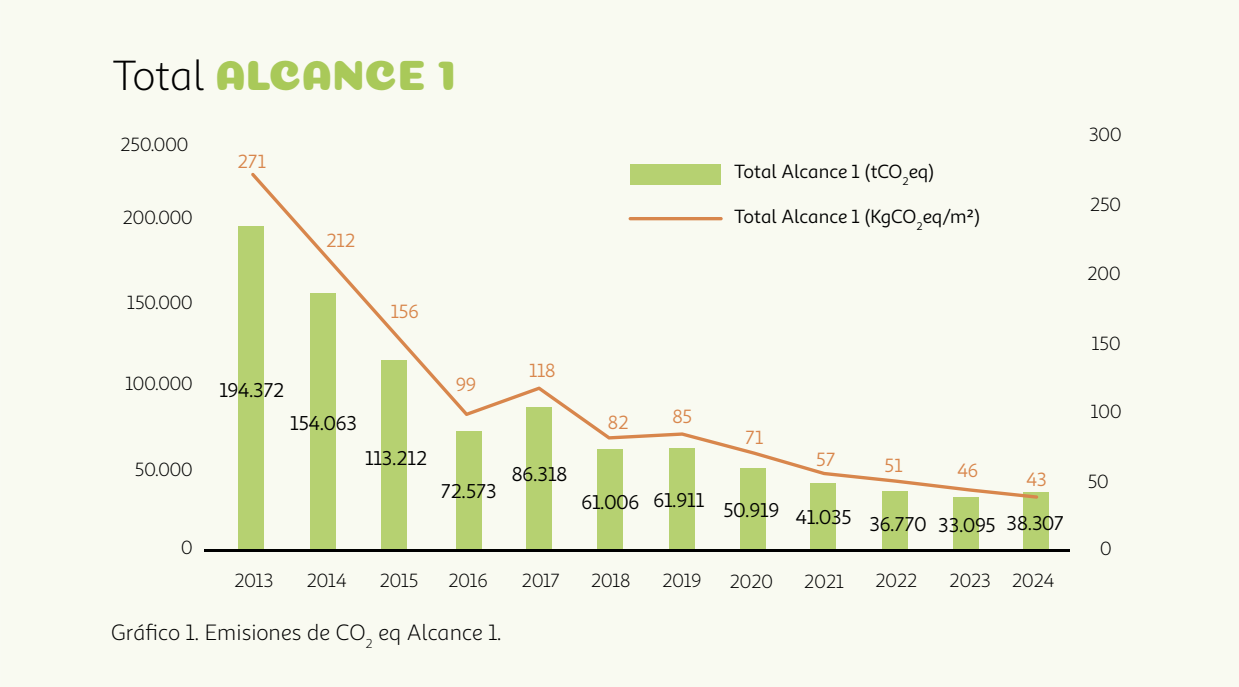
Para ello, entre otros, se invirtieron casi 14 millones de € en la renovación de las centrales de frío de 30 tiendas. Además, aplicando medidas de mitigación, se ha trabajado en ajustar las temperaturas de enfriamiento del gas de las centrales de frío según las temperaturas exteriores con un diferencial de 2 grados superior a las temperaturas actuales en lo que respecta al enfriamiento del gas, algo que se lleva a cabo desde 2018 en todas las sustituciones, así como en las nuevas obras.

Impacto 2024 Alcance 1

En el marco del Alcance 1 se miden, además de las emisiones directas por fugas de gases refrigerantes, aquellas debidas a la combustión de gas natural, las emisiones por la combustión de gasoil de los grupos electrógenos y calderas, así como las resultantes por las emisiones por combustión de gasoil en vehículos propios.

Pese a la incorporación de nuevos centros tras la adquisición de una red de tiendas a Grupo DIA, las emisiones de CO₂eq se vieron reducidas respecto al año base (2013) un 80% en valor absoluto y un 83% en valor relativo (por m² de sala de venta), teniendo en cuenta en este caso el ratio de emisiones por metro cuadrado de sala de venta. Con relación a 2023, en valor absoluto se ha percibido un aumento del 15% mientras que, en valor relativo, se ha obtenido una reducción del 4%.

ALCANCE 1



Plan de acción en el Alcance 2.
Un proyecto lleno de energía

Alcampo, en el marco del consumo de energía, viene desarrollando un plan desde el año 2008 basado en la eficiencia energética, pilar al que sumó el compromiso de utilizar sólo energía renovable y, desde hace menos de un lustro, apostar por la generación de electricidad renovable y el autoconsumo.

Desde 2018 el 100% de la electricidad que consume Alcampo procede de fuentes renovables y cuenta con certificado de origen, evitando la emisión de 87.066 t de CO₂eq anuales.

Los sistemas de gestión de la energía, que cuentan con la certificación ISO 50001 están diseñados para lograr la eficiencia y el buen desempeño energético, sustentándose en piezas clave como en el diseño de instalaciones, adquisiciones de equipos y de sistemas de control a través de una plataforma de seguimiento de consumos, así como en la aplicación de buenas prácticas. En total, 9.625 personas han recibido formación en eficiencia energética, representando un 41% del total del equipo Alcampo.

Con las medidas implementadas, en 2024 se ha ahorrado un 3,3% de energía respecto al año anterior⁷, cifra que asciende a casi el 15% si se tiene en cuenta la línea base fijada en 2019.

3,3
% DE ENERGÍA
AHORRADA
RESPECTO
A 2023

15
% DE ENERGÍA
AHORRADA
RESPECTO
A 2019



La Hora del Planeta

Un año más Alcampo se sumó a “La Hora del Planeta” un apagón voluntario puesto en marcha por la organización WWF que en 2024 contó con el lema “Muévete por el Planeta”, para recordar que la naturaleza es el sistema de soporte vital de la Tierra. Todos los centros Alcampo apagaron sus rótulos luminosos el día 23 de marzo a las 20:30 sumándose así a este movimiento mundial.



ALCANCE 2



5
CENTROS MÁS
CON INSTALACIONES
DE AUTOCONSUMO
EN 2024

+7.865
PANELES
FOTOVOLTAICOS
INSTALADOS
DESDE 2023

Yo genero, yo consumo

El proyecto de generación y autoconsumo de electricidad cuenta, a su vez, con el desarrollo de proyectos PPA⁸ on site y PPA off site.

PPA on site. Alcampo y Helexia han continuado desarrollando su plan de instalación de 9 proyectos conjuntos de autoconsumo fotovoltaico iniciado en 2023, habiendo sumado en 2024 las instalaciones de cinco centros: las de las tiendas de Sant Boi (Barcelona), Sevilla, Motril (Granada), Utebo (Zaragoza) y el almacén logístico de productos frescos ubicado de Mercazaragoza.

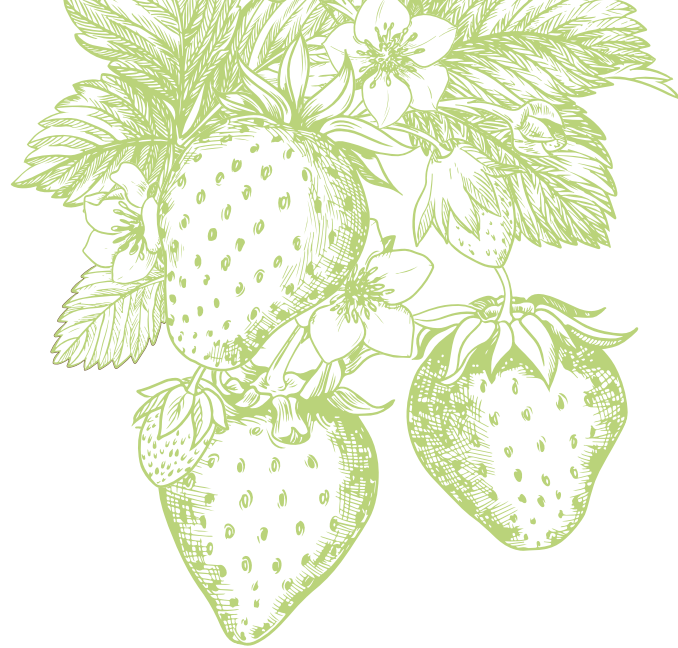
En total se han instalado más de 7.865 paneles fotovoltaicos que totalizan 4.359 kWp de potencia y evitarán la emisión de 1.420 t de CO₂eq.

PPA of site. En marzo de 2024, Alcampo firmó un acuerdo con Iberdrola para el suministro de energía limpia a todas las tiendas a través de un contrato de compraventa a largo plazo o PPA.

Iberdrola proporcionará 3.740 GWh de electricidad a través de varias de sus instalaciones fotovoltaicas durante 11 años, procediendo principalmente de los parques fotovoltaicos Velilla, en Palencia, que cuenta con una capacidad de 350 MW y de las plantas también fotovoltaicas, Tagus I-IV, situadas en Alcántara (Cáceres), con 200 MW. En 2024 Iberdrola suministró a Alcampo 100 GWh de electricidad, suponiendo un cuarto del volumen total.

7. A tiendas comparables.

8. Power Purchase Agreement.



Plan de acción en el Alcance 3.
Hacia una cadena de suministro
con menos emisiones

Para reducir las emisiones de CO₂ que recogen aquellas resultantes de las actividades de la cadena de suministro que están fuera del control directo de la empresa, Alcampo puso en marcha el programa Alianzas por la Descarbonización. En este marco por un lado trabaja de la mano de sus proveedores, y de otro, mejora y hace más eficiente su sistema logístico.

ALCANCE 3



Alianzas por la Descarbonización

En el primer caso, se ha evaluado la madurez climática de los proveedores y, según su nivel, se ha trazado un acompañarlos para que midan su huella de carbono y establezcan objetivos y planes de descarbonización.

Para asegurar el cumplimiento y seguimiento se ha incluido una cláusula de descarbonización en el contrato comercial y se ha creado una herramienta desarrollada e implementada para medir las emisiones de los proveedores.

Al finalizar el año 2024 se había contactado con más de 500 empresas del sector alimentario, habiendo recibido respuesta del 88%. De ellas, el 50% ya mide su huella de carbono en algún Alcance (directo, indirecto o ambos) y más del 20% ha dado un paso más allá, al establecer metas y estrategias concretas para reducir sus emisiones.

También el pasado año 20 proveedores, la mayoría del programa Cultivamos lo Bueno, pudieron contar con el cálculo de su Huella de Carbono y la fijación de planes de acción, acciones financiadas por Alcampo.

En el marco del proyecto Alianzas por la Descarbonización, destinada al 100% de proveedores participantes, Alcampo creó varias publicaciones que, además de tener el objetivo de incidir en la sensibilización, daban información sobre la evolución del proyecto y orientaban a los usuarios aclarando términos o resolviendo posibles dudas.



“El Proyecto Planes de Descarbonización acompaña a los proveedores a medir su Huella de Carbono y a establecer sus propios Planes de Descarbonización.”

+500
EMPRESAS
INCORPORADAS
AL PLAN DE
DESCARBONIZACIÓN

50
% DE LAS EMPRESAS
CONTACTADAS
MIDEN SU HUELLA
DE CARBONO

20
PROVEEDORES FIJARON
PLANES DE ACCIÓN
FINANCIADOS
POR ALCAMPO

Una estrategia de equipo

Para alcanzar sus objetivos, Alcampo ha puesto en marcha un plan integral que involucra directamente a sus equipos. Como parte de esta iniciativa, ha creado un catálogo de formación con cursos adaptados a las distintas áreas de trabajo dentro de la empresa. Gracias a esta estrategia, el 47% de los empleados ha realizado al menos un curso sobre el proyecto de lucha contra el cambio climático.

Asimismo, conscientes de que el escenario ha cambiado, se han integrado en los perfiles de puesto (*job description*) los conocimientos necesarios en descarbonización y sostenibilidad y se han incluido los objetivos de descarbonización en las remuneraciones variables por los departamentos más afectados.

Para revisar la estrategia y velar por el correcto desarrollo de los planes trazados, un Comité de Clima presidido por el director general, se reúne de manera regular.



Para revisar la estrategia y velar por el correcto desarrollo de los planes trazados, un Comité de Clima, presidido por el director general, se reúne de manera regular.

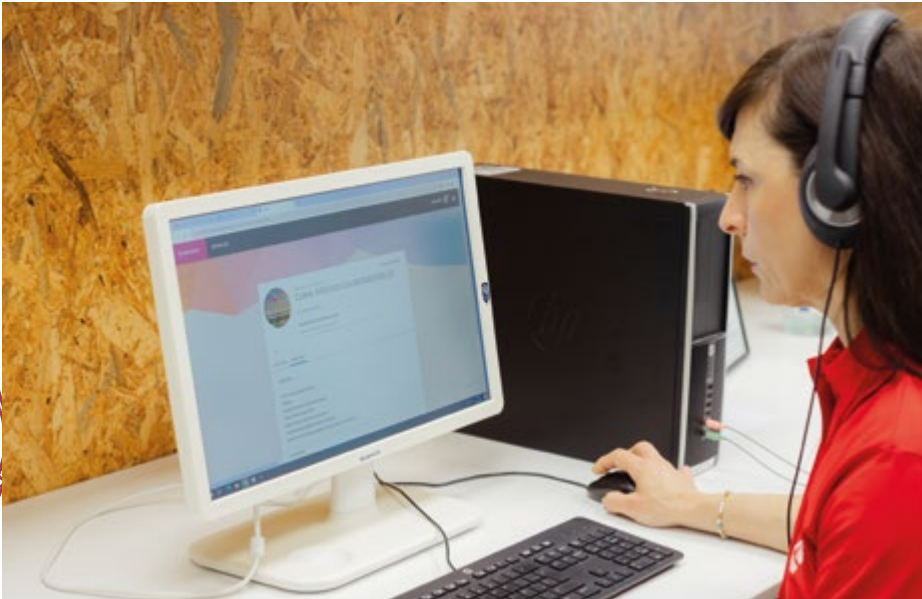
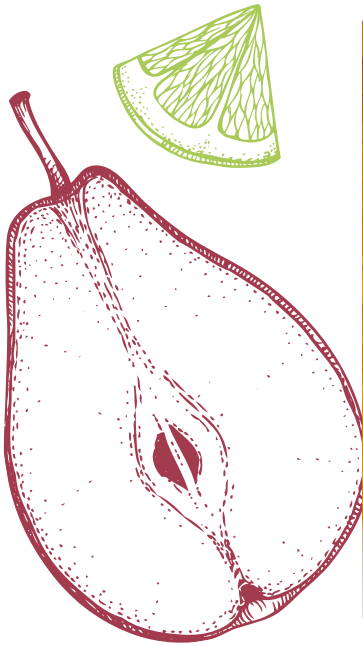
Descarbonización sobre ruedas

Desde hace años los equipos del área logística desarrollan un proyecto para reducir el impacto de la huella de carbono del transporte, actuando en dos áreas: la logística interna, es decir, aquella que transporta mercancía de los almacenes a las tiendas y la logística necesaria para hacer la entrega de las compras a los clientes.

En el primero de los casos, se centra el foco en los trabajos de optimización de la carga de camiones que permita aumentar el volumen de mercancía en el transporte, así como en el uso de camiones más eficientes y menos contaminantes, como los Euro 6 que son el 84% de la flota utilizada.

Asimismo, cabe destacar que la nueva plataforma abierta en la localidad toledana de Illescas, al albergar la posibilidad de servir alimentación fresca, seca y congelada, evitará que se recorran 450.000 Km al año, lo que supone evitar a su vez, la emisión de 347 t CO₂eq⁹.

En el caso de entrega de compra a los clientes, para el transporte de última milla en la Comunidad de Madrid se utilizan únicamente camiones híbridos o eléctricos para hacer el reparto. Y para las entregas de cercanía un alto número de supermercados hacen reparto a pie o con vehículos que aseguran una movilidad urbana sostenible como patinetes y triciclos eléctricos, evitando la emisión de 10 t de CO₂eq.



347
T CO₂eq EVITADAS
CON LA PLATAFORMA
DE ILLESCAS

84
% DE LA FLOTA
UTILIZADA ES EURO 6

9. Según calculadora del MITERD usado factor de emisión para camiones con gasóleo como combustible.



Revolución circular: estrategias para un **FUTURO** redondo

El aprovechamiento de los recursos y el buen uso de los mismos cimientan las políticas de economía circular que en Alcampo, se centran en la lucha contra el desperdicio alimentario, la reducción y valorización de los residuos, la reducción de plástico puesto en el mercado y la gestión eficiente del agua.



Alcampo y tú sin desperdicio

El desperdicio de alimentos es un problema ambiental, económico y social de gran magnitud que afecta a toda la Humanidad. Por ello, Alcampo se compromete a combatirlo mediante planes de trabajo y seguimiento que le permitan avanzar hacia el objetivo de desperdicio cero.

En este marco, desarrolla planes en escenarios preventivos y reactivos, para primero evitar que se produzca desperdicio y, si se produce, encontrar soluciones que impidan que los alimentos terminen en la basura.

La prevención implica la implementación de planes de acción, como el uso de herramientas de control, la formación y sensibilización, la aplicación de buenas prácticas y la adopción de medidas técnicas.

En 2024 se instalaron sondas de frío en 120 tiendas destinadas a realizar una monitorización de muebles y cámaras que albergan productos fríos o congelados, con el fin de prevenir incidentes en dichos equipos por pérdida de frío que puedan afectar a los productos.

120 TIENDAS CON SONDAS DE FRÍO

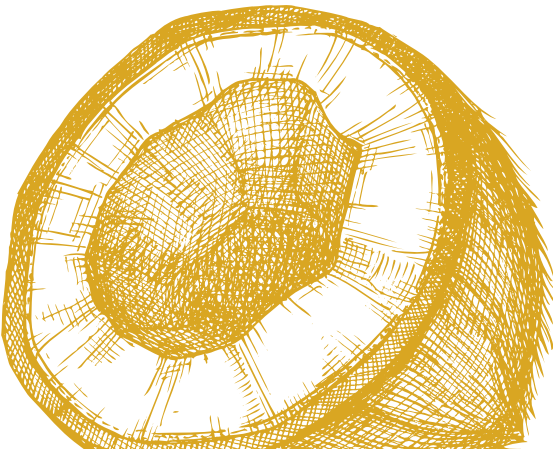


Smartway, IA contra el desperdicio

En 2024, Alcampo implementó Smartway, una innovadora solución basada en inteligencia artificial para gestionar el excedente alimentario que ya está disponible en el 100% de las tiendas.

Este sistema, ya utilizado a nivel internacional, permite identificar con alta precisión en los lineales los productos cuya fecha de caducidad se aproxima, determinar si deben ser rebajados o donados, aplicar el descuento adecuado e imprimir las etiquetas correspondientes. Asimismo, el manejo de la herramienta da las pistas necesarias para ajustar pedidos.

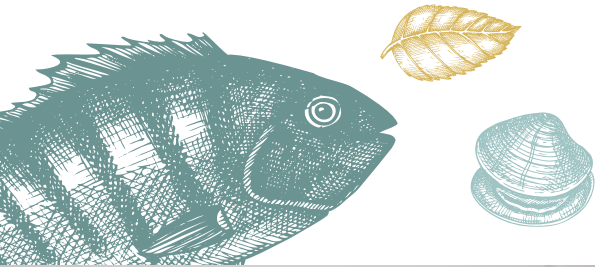
Gracias al uso de Smartway el año pasado **se evitó tirar a la basura 6 millones de alimentos.**



Conocer, estar convencido y convencer

La formación sobre desperdicio alimentario en Alcampo cumple una doble función: por un lado, concienciar y sensibilizar frente al desperdicio de alimentos y por otra, dotar a los equipos de las herramientas y los conocimientos necesarios para que puedan aplicarlos en el día a día.

Esa formación, que dispone de diversos cursos on line o presenciales, está concebida tanto para un público general como para otros específicos que, por la naturaleza de su profesión precisen conocer determinadas buenas prácticas, como en oficios de mercado donde la adecuada manipulación de productos es clave para evitar el desperdicio.



12.700 PERSONAS CURSARON MÓDULOS SOBRE DESPERDICIO ALIMENTARIO EN 2024

En términos generales, el 70% de la plantilla recibió formación generalista sobre desperdicio alimentario. En 2024 cursaron diversos módulos 12.700 personas, que sumadas a otros usuarios (no únicos) ascienden la audiencia a 39.500.

Reto desperdicio

Con un objetivo común de lucha y reducción, cada mes se hace un estricto seguimiento de la tasa de desperdicio alimentario tienda a tienda que es compartida con el 100% de la plantilla para que, cada uno, aporte con decisión a este reto, que es el reto de todos.

Al finalizar el año, las tiendas con mejor tasa lograda gracias a la gestión eficiente y rigurosa de todos los procesos y aquellas que más hayan conseguido reducir su tasa son premiadas, reconociendo económica y simbólicamente la labor de toda la plantilla que conforma el equipo de cada una de las tiendas.

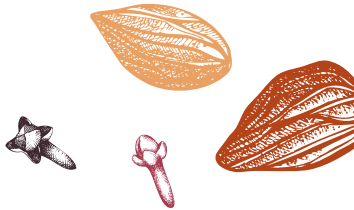
En 2024 los equipos de Irún (País Vasco), Paseo de la Esperanza, Tomás Borrás 2 y Plaza del Perú en la Comunidad de Madrid han alcanzado las tasas más bajas de desperdicio. Por su parte, los equipos que han conseguido la mayor reducción en la tasa de desperdicio han sido las tiendas de Telde (Canarias), Soto de Henares y Ricardo Ortiz, ambas en la Comunidad de Madrid.



Un nuevo portal para conectar, aprender y compartir

Alcampo ha renovado su página web “Alcampo y tú sin desperdicio”, un contenedor dinámico para compartir iniciativas, información clave, soluciones para reducir el desperdicio de alimentos en los hogares y en toda la cadena de suministro y acceder a consejos y recetas de la mano de los expertos de Alcampo.

La compañía ha creado y renovado este sitio web con el objetivo de contribuir activamente a la concienciación social, algo que también hace sumándose a iniciativas como la Semana contra el Desperdicio de Alimentos organizada anualmente por AECOC y participando en conferencias, charlas y actividades de diálogo en universidades, escuelas y foros empresariales.



A granel, lo justo y necesario

Alcampo incorporó en 2012 la venta a granel en sus hipermercados, favoreciendo una compra más racional que permita a los clientes que compren sólo lo que necesitan evitando que, en los hogares, se produzca desperdicio.

Hoy por hoy todas las tiendas tienen productos a granel pero es cierto que son los hipermercados los que ofrecen un amplio surtido que alcanza las 800 referencias, incluyendo productos como café, cereales, té, frutos secos e incluso alimento para animales. Asimismo, ofrece productos ecológicos, y en 13 centros frutas y otros productos congelados.



800
REFERENCIAS
A GRANEL

397
T DE FRUTAS
Y VERDURAS
SALVADAS



Soluciones para evitar desperdicio: alargar la vida de los alimentos

Ya en un escenario donde no se ha podido evitar que los alimentos estén llegando al fin de su vida útil o no cumplen las condiciones de venta (pero sí de consumo), es el momento de aplicar soluciones como la reducción de precio de productos cercanos a su fecha de caducidad gracias a la tecnología de Smartway, Happy Box, Too Good To Go y las donaciones a Bancos de Alimentos.

Happy Box se creó en un grupo de trabajo interno de Alcampo y se implementó en febrero de 2024. Esta solución está orientada al objetivo de alcanzar 0 desperdicio en 2030 en el mercado de frutas y verduras, el más castigado por el desperdicio alimentario y se trata de ofrecer cestas de frutas y verduras que, aunque no cumplan con todos los requisitos para su comercialización, siguen siendo perfectas para el consumo. Estas cestas están disponibles a un precio de 2,99 € si contienen 5 Kg de productos, o a 0,99 € si incluyen 2 Kg.

A lo largo del año, 59 hipermercados y 262 supermercados se han sumado al carro de Happy Box, vendiendo casi 128.000 cestas que han evitado que 397 t de frutas y verduras hayan terminado en la basura.

59
HIPERMERCADOS
Y **262**
SUPERMERCADOS
HAN VENDIDO CASI
128.000
CESTAS HAPPY BOX



Too Good To Go lleva desde el año 2019 implementado en Alcampo y está disponible en 402 tiendas, donde pone a la venta packs de alimentación, de frutas y verduras y de panadería. El año pasado se lograron salvar 366.600 packs de comida, evitando no sólo desperdiciar alimentos sino la emisión de 984 t de CO₂eq.

En 2024 Alcampo y Too Good To Go consiguieron un gran hito al lograr la cifra de **un millón de packs sorpresa de comida salvados** a través de la App, lo que supone haber evitado ya el desperdicio de más de 1.000 t de alimentos y la emisión de más de 2.700 t de CO₂eq.

Enmarcado en otra de las soluciones para que los alimentos sean aprovechados por personas vulnerables, en el año 2012 Alcampo firmó un convenio de colaboración con **FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos)** que enmarca la posibilidad de colaborar por parte de todas y cada una de las tiendas de la compañía, en la donación de productos no aptos para la venta pero sí aptos para el consumo. Un convenio similar se firmó con Fundación Altius, para tiendas de Madrid y la Comunidad Valenciana.

Con el fin de paliar la dificultad de transportar alimentación fresca sin que pierda la cadena de frío Alcampo apoyó, a través de la Fondation Auchan, a Fundación Altius en Madrid y Banco de Alimentos de Zaragoza para adquirir un camión refrigerado y a Banco de Alimentos de Asturias para incorporar a sus almacenes una estantería que favorezca el almacenamiento de alimentos.

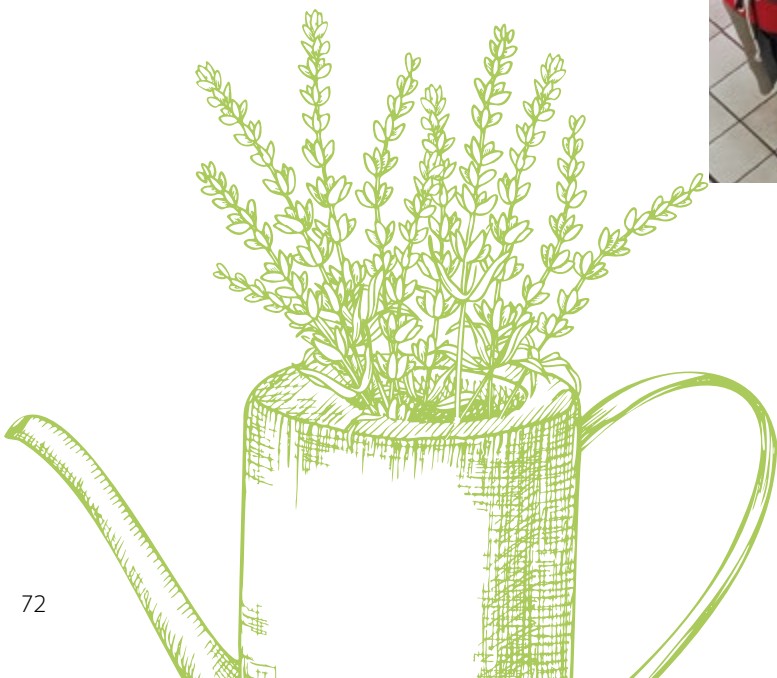


En 2024, Alcampo realizó donaciones de productos alimentarios por **valor superior a 1,69 millones de €**, importe que corresponde a más de 906.000 unidades de productos.

Gestionar el agua, proteger nuestro mañana

La gestión eficiente del agua es esencial para garantizar su disponibilidad a largo plazo, especialmente en un contexto de cambio climático. Su uso racional, la optimización y la reducción de su desperdicio son factores clave en los que Alcampo trabajará para aportar a la prevención de la escasez de recursos hídricos.

Alcampo hace un seguimiento de los consumos por tienda para detectar posibles fugas de agua, dinamiza la esencial sensibilización de los equipos mediante cartelería visible en cada punto de agua e incorpora medidas técnicas para facilitar el seguimiento, como reductores o limitadores de caudal en los grifos y mangueras, o la instalación llevada a cabo en 2024 en dos tiendas de Madrid y Zaragoza de contadores conectados a un BMS (Sistema de Gestión de Baterías), para monitorear el consumo y programar alertas en caso de superar los umbrales de consumo.



Transformando residuos en recursos

Alcampo mejoró su **tasa de valorización de residuos hasta alcanzar un 93,3%**, mejorando, un año más, los datos del anterior ejercicio que situaban esta cifra en un 92%. Asimismo, tras la incorporación del hipermercado de Girona en la primera mitad de 2024 y los almacenes logísticos de Illescas (Toledo) y San Fernando de Henares (Madrid) la cadena finalizó el año con **46 centros residuo cero**, es decir, que el 100% de los residuos que se generan en estos hipermercados y plataformas son segregados y valorizados.

Para hacer realidad este trabajo de correcta segregación, más de 7.500 personas han recibido formación. Gracias a su gestión eficiente se lograron segregar más de 42.000 t de materiales como cartón, madera, plástico, chatarra, fluorescentes, etc.

“Alcampo lleva años incorporando ecoparques en sus tiendas. En total cuenta con 153, tras la instalación, en 2024 de 29 más.”



Hacer fácil la valorización de residuos a los clientes

Alcampo lleva años incorporando ecoparques en sus tiendas para facilitar a sus clientes la segregación de residuos, para ser posteriormente valorizados por gestores autorizados. En total cuenta con 153, tras la instalación, en 2024 de 29 más.

De esta casi treintena 21 son inteligentes, gracias a la colaboración con la iniciativa El Reciclado Inteligente, un proyecto pionero en España que ofrece una solución accesible, intuitiva y tecnológicamente avanzada gracias a la cual los ciudadanos pueden depositar residuos como lámparas, pilas, pequeños aparatos electrónicos y tubos fluorescentes.

Estos contenedores que se seguirán instalando hasta en unos cuarenta centros Alcampo más de la Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha, Castilla y León, País Vasco y Asturias a lo largo de 2025, cuentan con sensores para avisar del llenado y disponen de una pantalla para informar y formar a los usuarios sobre la importancia de segregar residuos y caminar hacia la economía circular.

Además de estos ecoparques, Alcampo incluyó 2 contenedores de ropa usada en colaboración con Cáritas, contando en la actualidad con 48, donde se depositaron el pasado año 400 t de ropa usada, un 10% más que en 2023.

La compañía también ofrece la posibilidad a sus clientes de reciclar cartuchos de impresora en sus centros desde el año 2022, se han recogido en 2024 1.882 de los que se han reciclado 722.

46
CENTROS
RESIDUO
CERO

93,3
% DE TASA DE
VALORIZACION DE
RESIDUOS

Historias que renacen: productos y servicios con nueva vida

Además de la gestión de residuos, Alcampo favorece la incorporación de productos y servicios enmarcados en principios de economía circular participando, en la medida de lo posible, de primera mano.

Vestir Moda re-

En 2024 Alcampo abrió un córner más de Moda re- para la venta de ropa de segunda mano en su hipermercado de Torrejón de Ardoz (Madrid) alcanzando los 27. A lo largo del año se vendieron 165.400 unidades de prendas que gozarán de una segunda vida, un 19% más que en el año anterior. Este proyecto vio la luz en 2021 y, desde entonces, se han vendido ya más de 391.000 prendas, de la mano de Cáritas, a quien Alcampo hace además donaciones de productos textiles, habiendo entregado 4.390 Kg en 2024.



Tecnología reacondicionada

Este proyecto desarrollado por Reware, está orientado a dar una segunda vida a aparatos tecnológicos como móviles, tablets u ordenadores y está disponible en 54 tiendas Alcampo, que han vendido en el pasado año 3.000 unidades



Productos circulares

Alcampo ha continuado desarrollando los proyectos que, en colaboración con sus proveedores, ha ido incorporando a lo largo de los años y que parten de la innovación, la aportación al bien común, la colaboración y la creación de valor en el marco de la circularidad.

Petfood. Este proyecto se comenzó a desarrollar en 2021 junto a los gestores Hisamar y Refood y el proveedor de alimento para animales Elmubas. Junto a ellos Alcampo diseñó comida para animales de su marca, elaborada con harinas provenientes de subproductos cárnicos de las propias carnicerías y pescaderías de Alcampo. Actualmente se ofrecen ya 8 referencias para perros y gatos, habiendo comercializado en 2024 más de 177.000 unidades para las que se han utilizado 760 t de subproductos de carne y 118 t de subproductos de pescado generados en Alcampo.

Sustrato universal. Este sustrato universal de la marca de Alcampo está fabricado con compost que contiene un 10% de residuos orgánicos de sus propios hipermercados y fue desarrollado junto a Saica y Semillas Batllé. En 2024 se han vendido casi 26.000 sacos de 20 litros habiendo utilizado 36.180 Kg de compost procedentes de dichos residuos.

Carros y cestas del mar. Fabricados a partir de materiales de pesca que iban a convertirse en residuos, como redes o cabos entre otros, Alcampo introdujo estos carros y cestas de la mano de Araven en el año 2020, estando ya presentes en 163 tiendas.

Pan elaborado con bagazo de cerveza. Alcampo desarrolló este proyecto junto a la cervecera Mica, que produce cerveza artesanal a partir del pan excedente recogido en el hipermercado Alcampo de Aranda de Duero (Burgos). Además, el bagazo de malta de cebada resultante de la fabricación de la cerveza es recuperado por el propio centro Alcampo, donde el equipo de profesionales de panadería lo utilizan para elaborar pan.



8

REFERENCIAS
DE PETFOOD DE
ECONOMÍA CIRCULAR

36.180

KG DE COMPOST
ALCAMPO PARA
SUSTRATO UNIVERSAL

Contagiar economía circular

Tras haber participado en las dos primeras ediciones, Alcampo participó en la tercera edición “WAS-Circulamos” en la ciudad de Zaragoza, que fue organizada por el Grupo de Trabajo de Economía Circular de *Women Action Sustainability* (WAS) junto a los Vicerrectorados de Sostenibilidad y de Estudiantes y Empleo de la Universidad de Zaragoza. Además de montar una exposición con los proyectos de economía circular, la compañía participó en mesas redondas y presentó, junto al proveedor Mica, la cerveza elaborada con sobrantes de pan y el pan elaborado con bagazo sobrante de cerveza.

Asimismo, Alcampo ha entrado a formar parte como empresa colaboradora en el máster de Economía Circular de la Universidad Carlos III de Madrid, con la que participó en el CIRMAT, el Congreso de Economía Circular celebrado en Canarias.



Redefiniendo el plástico:
reducir, sustituir e
innovar

Alcampo trabaja con el objetivo de reducir la cantidad de plástico que pone en el mercado, así como para garantizar que el plástico que utiliza contiene plástico reciclado, es reutilizable, reciclable y/o compostable.

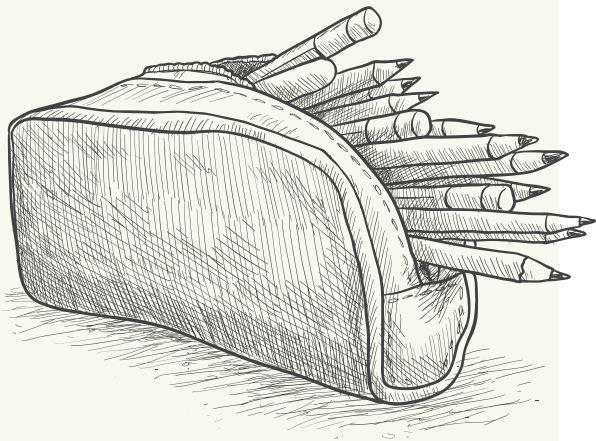
Desde hace años se trabaja para mejorar desde un punto de vista medioambiental los envases y embalajes de marca propia. En 2024 se han acometido diversos cambios como la incorporación de un 30% de rPET al envasado de galletas para ensaladas, la de un 50% de material reciclado al envasado de productos de celulosa, la eliminación de la capa metalizada del envasado de alimentos deshidratados para mascotas o la retirada del clip del envasado de panecillos para hamburguesas y perritos. También se ha cambiado el envase de cacao para untar pasando de vidrio a PET. Con todos los cambios, se han evitado 20 t de envases y embalajes, de las que 2,5 t corresponden a plástico, 0,5 t a metal y 20,7 t a material virgen.

Además, en platos preparados, se ha sustituido el envase utilizado para el pollo asado realizado con polipropileno por una bolsa de papel con un fino revestimiento de polímero.

Para garantizar un conocimiento profundo sobre la eliminación o sustitución del plástico, se han desarrollado dos módulos de formación que ya han sido cursados por el 50% de las personas implicadas en el plan de actuación, siendo uno de ellos destinado a conocer la problemática y otro sobre el vocabulario básico del embalaje.

Un envase con estrella

El packaging de alimentación de animales de la gama Auchan GRAIN FREE ha recibido los premios de Anuaria y Liderpack 24 Packaging & PLV que reconoce además del diseño del packaging, la sostenibilidad del producto al tratarse de un envase monomaterial.



Volver al cole sin plástico

En la campaña “La vuelta al cole con mejor precio” destinada a la adquisición de productos necesarios para volver a las aulas, se incorporaron una treintena de referencias que habían mejorado su envase y 170 referencias sin blister, con la posibilidad de comprar dichos productos por unidades. Estas fueron algunas de las medidas de una campaña que vino marcada por una oferta responsable, que incluyó también 200 productos realizados con materiales reciclados, siendo casi 100 de su marca. Además, 450 referencias (110 de su marca) de papel o cartón cuentan con certificados FSC o PEFC.



170
REFERENCIAS
SIN BLISTER

450
REFERENCIAS
CON CERTIFICADO
FSC O PEFC



Un Planeta lleno de **VIDA**

Conservar la biodiversidad es cuidar la vida y mantener el equilibrio de los ecosistemas y la disponibilidad de recursos naturales. Conservar los bosques, el agua, la vida de los océanos, cuidar la tierra y proteger la fertilidad del suelo, son acciones esenciales para preservar la vida y el bienestar humano.

"Alcampo aporta a esta meta global, a través del desarrollo de políticas y acciones centradas en el mantenimiento de bosques, el bienestar animal, la pesca respetuosa con los mares, y el impulso de recuperación de variedades autóctonas."



Que los árboles nos permitan ver el bosque

Alcampo mantiene un convenio de colaboración con la ONG *Earthworm* para avanzar en nuestra Política de Bosques, que ha sido renovada ya en 2025.

Dicha Política está orientada a combatir la deforestación velando porque así sea a través de la cadena de suministro, teniendo en cuenta productos que contienen materias primas identificadas por la EUDR (Reglamento de la Unión Europea sobre Deforestación) como prioritarias como soja, aceite de palma, café, cacao, carne de vacuno, caucho y madera.

En la Política se recoge el compromiso de trabajar en los productos de marca de fabricante y en los de su marca. Para el primero de los casos, se llevará a cabo un trabajo colaborativo a nivel sectorial y en el segundo, se trabajará para la identificación del



origen de las materias primas así como el propio riesgo de deforestación por país o región que las produce y, por último, en la mitigación del riesgo a través de mecanismos como la identificación de áreas de mejora y puesta en marcha de planes específicos, las auditorías sociales, o la propia valoración de certificados como RSPO, PEFC, FSC, *Rainforest Alliance*, entre otros.

En este sentido, Alcampo no comercializa carne de vacuno procedente de Brasil y lleva desde 2017 eliminando el aceite de palma de su marca, asegurando que en el 100% de productos se ha sustituido dicho aceite o que, en aquellos en que no sea posible la sustitución por falta de alternativas, Alcampo garantice que sus proveedores utilizan aceite de palma procedente de fuentes sostenibles certificadas por RSPO. Además, Alcampo exige a proveedores que fabrican productos de madera y sus derivados, que cuenten con los certificados FSC o PEFC. Respecto al café y el cacao, el 72% de productos de cacao como tabletas, en polvo, etc. cuentan con certificado Rainforest, cifra que asciende al 70% en el caso del café.

El equipo Alcampo se mueve por la naturaleza

Dos bosques reforestados

En el año 2022 Alcampo inició una colaboración con WWF para recuperar un bosque de encinas autóctonas en el municipio de Tembleque (Toledo). Desde entonces, año a año, aporta a su conservación y sus equipos participan en labores de voluntariado para reponer marras o ejemplares que no sobrevivieron a anteriores plantaciones.

El pasado año, medio centenar de personas de Alcampo introdujeron 150 plantas de especies autóctonas representativas del ecosistema de la zona, a que atraerán a la fauna propia del lugar tanto por sus frutos como por el cobijo que proporcionan en una extensión de una hectárea que recibe el nombre de Cerro Gordo.

Además de la labor de restauración forestal en la provincia de Toledo, un equipo de 30 voluntarios participó en marzo del pasado año en una jornada en la provincia de León, en el término municipal de Orellán, en pleno Monumento Natural de Las Médulas, que resultó calcinada en un incendio y afectada por diversas enfermedades. En total se plantaron más de 100 castaños sobre una superficie de una hectárea, una acción coordinada por PEFC y Cesefor que se realizó para compensar la huella de carbono que supuso la celebración, en febrero de 2023, del evento "Alianzas por la Descarbonización".

PEFC España ha inscrito el proyecto de reforestación en el que participa con Alcampo en el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Libera, limpiando nuestras playas y nuestros bosques

Un equipo de 130 personas formado por voluntarios de Alcampo y sus familias, participaron en seis actividades enmarcadas en el proyecto Libera creado por la organización SEO/BirdLife en alianza con Ecoembes, con el objetivo de liberar la naturaleza de basura y en el que Alcampo participa desde 2019.

Las acciones en las que participó Alcampo se llevaron a cabo en espacios naturales de Burgos, Valencia, Madrid y Mallorca, así como en playas de Alicante y Galicia. En total se recogieron más de 430 Kg de residuos como metal, envases, vidrio y envases higiénicos.

130
VOLUNTARIOS
DE ALCAMPO
PARTICIPARON
EN LIBERA 2024

430
KG DE
RESIDUOS
RECOGIDOS



Océanos vibrantes

Alcampo presentó en 2024 su Política de Pesca renovada, puesta en marcha por vez primera en el año 2010 y que en su actualización recoge la contribución a la lucha contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada, la oferta de productos de pesca sostenible, la priorización de la pesca artesanal y la compra de pescado en lonjas españolas, así como el control de la trazabilidad de los productos puestos a la venta apoyando al ODP (*Ocean Disclosure Project*), un proyecto que impulsa la transparencia en la industria pesquera, para la divulgación pública de los detalles del abastecimiento anual de productos del mar.

Además, esta Política recoge la necesidad de preservar la biodiversidad, reducir la pesca incidental y aplicar buenas prácticas pesqueras, así como no comercializar especies amenazadas, basándose en un marco de acuerdo científico.



Conocer y controlar el origen

Alcampo comercializa cuatro especies que proceden de FIP (*Fishery Improvement Projects*) o Proyectos de Mejora Pesquera como gallineta (*Sebastes spp.*), cangrejo de río cocido (*Procambarus clarkii*), caella (*Prionace glauca*) y potón del Pacífico (*Dosidicus gigas*), siendo en este caso procedente de FIP el 75% de lo que se comercializa.

Los FIP son iniciativas colaborativas diseñadas para mejorar la sostenibilidad de una pesquería en las que participan empresa, pescadores, organizaciones y gobiernos para reducir el impacto ambiental, mejorar la gestión de la pesquería, garantizar una cadena de suministro trazable y asegurar la actividad económica de la pesca a largo plazo.

Respecto a los productos certificados, Alcampo ofrece 60 productos certificados MSC (*Marine Stewardship Council*) de los que 25 son de su marca y 15 ASC (*Aquaculture Stewardship Council*) de los que de su marca en este caso, son 9.

En 2024, bajo su marca gourmet Auchan Collection, Alcampo introdujo conservas certificadas con sellos de pesca y acuicultura sostenible, entre ellas dorada, bacalao, lubina, anchoas y salmón.

Además, para impulsar la venta y conocimiento de estos productos, la compañía volvió a sumarse a la campaña "Mares para Siempre", organizada por MSC en la que puso en valor los productos con el sello azul que garantizan que proceden de pesca certificada.

Política de Bienestar Animal

Alcampo cuenta desde 2020 con una Política de Bienestar Animal que fija compromisos hasta el año 2026. El pasado año Alcampo obtuvo la certificación en bienestar animal bajo el sello Welfair® para los obradores de carne de sus hipermercados donde la carne se corta, envasa y etiqueta a diario gracias a la labor de los profesionales de oficio de la compañía. Asimismo, fue certificada la industria que posee Alcampo en Zaragoza para preparar la carne y distribuirla a las tiendas, la mayoría supermercados.

Esta certificación se logró tras el trabajo desarrollado con una decena de proveedores y 300 ganaderías que producen la carne de vacuno Angus y de marca Villa del Monte, ambas bajo el programa Cultivamos lo Bueno, así como la carne de porcino Duroc también bajo el programa Cultivamos lo Bueno, todas ellas certificadas.



300
GANADERÍAS
POSEEN EL
CERTIFICADO
WELFAIR®



Renaciendo raíces: Recuperación de Variedades Autóctonas

Alcampo entiende que poner a la venta variedades autóctonas recuperadas es clave para la sostenibilidad de la biodiversidad, la preservación del patrimonio genético y el impulso a la economía local.

En el entorno agrícola, Alcampo ofrece cada verano tomates y melones autóctonos de Madrid y de la localidad alicantina de Mutxamel, algo que en 2024 hizo por cuarto año consecutivo en colaboración con la Asociación de productores y Comercializadores de Tomate Mutxamel, así como con el Ayuntamiento de esta localidad alicantina.

Respecto al tomate de Madrid, la historia de recuperación y venta se remonta a 2012, año en que comenzó su colaboración con el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario, sumando en 2015 melones de la misma Comunidad Autónoma.

3.100
KG COMPRADOS
DE MELONES DE
MADRID

24
VARIEDADES
AUTÓCTONAS
EN CARNICERÍAS

2024 fue un mal año para los tomates, habiendo tenido que anular la promoción de los de Mutxamel y viéndose muy mermada la de tomates de Madrid, de los que solo se compraron 340 Kg a través de Madrid Rural. En el caso de los melones, las compras ascendieron a 3.100 Kg.

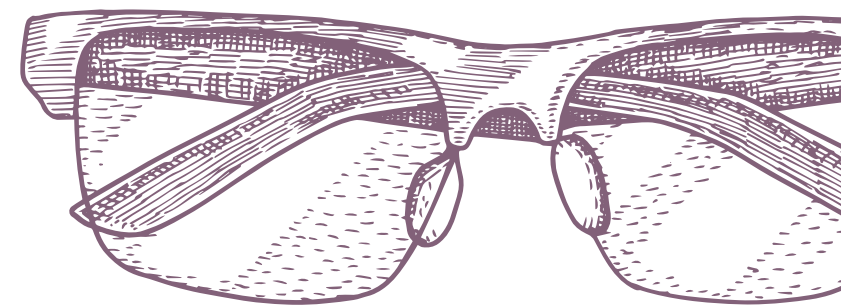
A lo largo de 2025 Alcampo prevé cimentar las bases de una Política de Agricultura Regenerativa.

Además de estos productos, Alcampo en sus carnicerías incorpora variedades autóctonas alcanzando 24, como el porc negro y porco celta en porcino, la ansotana, churra, segureña y ojinegra en ovino y la berrenda en negro, morucha, retinta, parda de la montaña o la tudanca, entre otras, en vacuno.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Alcampo forma parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2002 y desde 2004, su Directora de Responsabilidad Social Comunicación y Relaciones Externas de la Compañía, ocupa el cargo de vicepresidenta de la Red Española del Pacto Mundial.



Alcampo desde hace años alinea su estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enfocándose en los ODS 2, 8, 12 y 13 manteniendo su compromiso con la seguridad alimentaria, el trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsable, así como la acción por el clima.



JUNTOS por nuestro Planeta

En 2024 Alcampo puso en marcha “Juntos por nuestro Planeta”, una iniciativa creada con el objetivo de concienciar a los más pequeños sobre la importancia de la sostenibilidad y el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que consistió en jornadas de sensibilización y en un concurso escolar.

La campaña contó con la colaboración de Los Pitufos, embajadores del programa, quienes sensibilizan a los niños para convertirse en agentes de cambio en su entorno.

En total, participaron 22 colegios, reuniendo a 1.500 niños en 26 talleres.

Alcampo premió a 3 colegios por sus proyectos en pro del cuidado del medio ambiente.

El **primer premio**, dotado con 2.000 €, fue otorgado al Colegio de Educación Infantil y Primaria (CEIP) Parque Europa de Utebo (Zaragoza) por su iniciativa “Cambia el patio / Cambia el mundo”, una iniciativa que promueve la transformación del patio escolar en un lugar de refugio y de diversidad medioambiental.

El **segundo premio**, de 1.500 €, recayó en el Colegio Ave María Esparraguera de Motril (Granada) por su proyecto “Reciclamos y evitamos CO₂”, una iniciativa que promueve el reciclado y

la reutilización creativa de materiales, como la fabricación de papel reciclado, jabones ecológicos y monederos a partir de tetrabriks.

El **tercer puesto**, con una dotación de 1.000, fue para el Colegio Público Benedicto Bembibre Torre de Nalón (Asturias) por su propuesta “Misión Cero Desperdicios ¡Seguimos siendo sostenibles!”, una iniciativa que se compone de diferentes áreas perfectamente integradas y que pretenden fomentar una cultura del reciclaje, explicando claramente los pasos y estrategias a seguir hasta conseguir su finalidad.

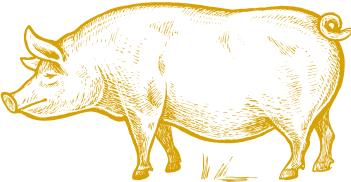


UN FOCO en los Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios

Alcampo desde hace años alinea su estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enfocándose en los ODS 2, 8, 12 y 13 manteniendo su compromiso con la seguridad alimentaria, el trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsable, así como la acción por el clima.



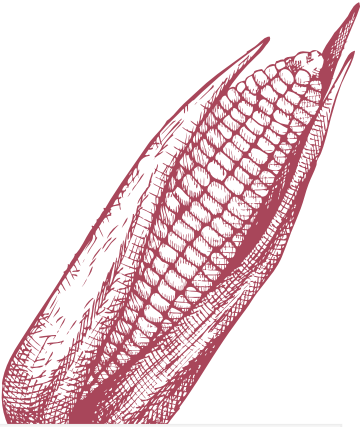
Contribución **MÁS RELEVANTE** de Alcampo a los ODS:

ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
 2.1 	Apoyar proyectos que contribuyan a fomentar el acceso a la alimentación saludable y la lucha contra la malnutrición, sobre todo en las personas más vulnerables.	Campaña Desayunos y Meriendas Con Corazón junto con Cruz Roja: 231.525 € destinados a la compra de alimentos para familias vulnerables. Gran Recogida de Alimentos de Fesbal: donaciones de clientes por valor de 300.559€ y 297.577 kilos y donación de Alcampo por valor de 80.000 €. La Fondation Auchan ha apoyado 4 proyectos que contribuyen a la buena alimentación, con una donación total de 178.110 €.
2.3 	Promover la oferta de productos locales y de proximidad. Promover la oferta de productos de Comercio Justo.	Acuerdos con 1.300 productores locales realizando compras anuales por valor de 168 millones de €. Comercialización de 48 productos de Comercio Justo de los que 4 son de marca propia. 100% de carne de cordero, pollo y cerdo es nacional. Celebración de la Quincena de Comercio Justo 2024.



ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
 2.4 	Promover la venta de productos bajo el sello Cultivamos lo bueno: programa que garantiza las prácticas respetuosas con el medioambiente y el bienestar animal. Incorporar a la oferta productos con sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP). Promover la comercialización de productos ecológicos.	280 productos bajo el sello Cultivamos lo Bueno. 345 referencias con sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) de España, de ellos 23 productos de marca propia. 2.845 productos ecológicos de los que 300 son de su marca y 80 han sido desarrollados bajo el programa Cultivamos lo Bueno.

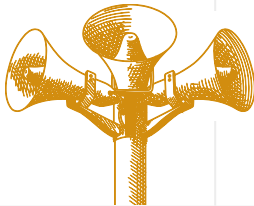
ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
 2.5 	Desarrollar proyectos de recuperación de variedades de semillas autóctonas.	Proyecto de recuperación de variedades autóctonas de tomate y melón de la Comunidad de Madrid y de tomates de Mutxamel (Alicante). Incorporación de 24 especies autóctonas de vacuno, ovino y porcino.



ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
 8.5 	Conseguir superar el mínimo legal.	Tasa inclusión de personas con discapacidad en plantilla: 2,96% directa, 2,37% indirecta. Plan de Empleo con Cruz Roja: 209 personas en dificultad formadas y 247 contratadas. Colaboraciones locales con la Fundación secretariado gitano: 71 contrataciones y 196 formadas. 31 cursos presenciales y 5 cursos a través de la plataforma virtual de Alcampo.

ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
		
12.2 	Aplicar la Política de Plástico de Alcampo: en 2025 el 100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables, incorporar material reciclado en los envases y en 2050 reducir un 50% los envases de plástico que se ponen en el mercado.	Debido a la adquisición de las tiendas DIA la huella plástica se ha visto incrementada tanto para marcas propias como para productos de mercado.
12.2 	Aplicar la Política de Bosques Alcampo con el objetivo de incorporar al surtido Alcampo productos fabricados a partir de materias primas libre de deforestación.	100% de los productos de marca propia de madera o derivados fabricados en España certificados que cuentan con sellos FSC o PEFC.

ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
		
12.3 	Reducir el desperdicio de alimentos un 25% en 2025.	Entrega de excedentes alimentarios a organizaciones sociales por valor de 1,69 M de €. El 70% de la plantilla recibió la formación generalista sobre desperdicio alimentario Vendidas 128.000 happy box para luchar contra desperdicio de frutas y verduras. 366.600 packs de comida salvados con Too Good To Go. 6 millones de alimentos no tirados a la basura por uso de Smartway.
12.4 y 12.5 	Conseguir que el 100% de los hipermercados sean Residuo Cero. Aumentar la tasa de valorización de los centros que no son Residuo Cero. Comercialización de productos circulares elaborados a base de residuos.	46 centros Residuo Cero. 93,3% tasa de valorización. Petfood y sustrato universal de marca propia circular. Cerveza elaborada con sobrante de pan y pan elaborado con bagazo de cerveza. Carros y cestas elaborados con redes y cabos de pesca.

ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
		
12.5 	Ampliar el número de corners de venta de ropa de segunda mano, Moda re- en alianza con Cáritas. Promover la venta de productos reacondicionados.	27 corners de Moda re- en hipermercados. Vendidas 165.400 unidades de prendas en 2024. 54 centros que venden productos Reware, smartphones y aparatos electrónicos reacondicionados. 3.000 unidades vendidas en 2024.
12.6 	Dar a conocer las prácticas en Responsabilidad Social Corporativa a los grupos de interés.	Publicación del informe de Actividad y RSC. Página web corporativa. Newsletter de clima para proveedores. Site específico Alcampo y tú sin desperdicio.
12.8 	Realizar campañas de comunicación y sensibilización dirigidas a los diferentes grupos de interés.	Campaña de promoción de Comercio Justo. Campaña de promoción de la Pesca Sostenible Mares para Siempre.

ODS	COMPROMISO ALCAMPO	INDICADORES AÑO 2024
		
13.2 	Reducir en 2030 el 46% de las emisiones en los Alcances 1 y 2. Reducir un 25% en 2030 frente 2020 las emisiones indirectas debidas a la logística y comercialización de productos, Alcance 3 de la Huella de Carbono.	Alcance 1. Las emisiones de CO₂eq se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto un 80% y en valor relativo (por m² de sala de venta) un 83%. Y con relación a 2023 se ha aumentado un 15% en valor absoluto sin embargo se ha obtenido una reducción de un 4% en valor relativo por metro cuadrado de sala de venta. Alcance 2. las emisiones son cero al proceder el 100% de la energía de fuentes sostenibles. Alcance 3. No publicado en la fecha en que se publica informe.
13.3 	Realizar campañas de formación y 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. 47% de los empleados ha realizado al menos un curso sobre el proyecto de lucha contra el cambio climático. Newsletter a proveedores sobre el Proyecto Clima.



Dirección de RSC, Comunicación y Relaciones Externas

prensa@alcampo.es
rsc@alcampo.es



