



2023

Informe de Actividad y
Responsabilidad Social
Corporativa

 **Alcampo**

En **Alcampo**, nos despertamos cada mañana para ser una marca con sentido para todos los que nos rodean haciendo realidad nuestra Visión: "Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta".







Índice

- 4 Carta de Américo Ribeiro
 - 8 Cifras clave
 - 10 Resultados 2023
 - 11 Crecimiento físico
 - 12 Desarrollo digital
 - 13 Evolución logística para dar respuesta a un gran proyecto
 - 14 Comer bien
 - 16 Promoción e impulso de la buena alimentación
 - 17 Los más frescos
 - 18 Compromisos que alimentan la calidad
 - 19 Conocimiento y comunicación para una elección consciente
 - 23 Fondation Auchan: alianzas ganadoras por y para la buena alimentación
 - 26 Nuestros productos, nuestra apuesta, nuestro corazón
 - 30 Innovación, diseño y compromiso de principio a fin
 - 31 Calidad nutricional y productos para todos
 - 36 Cultivamos lo Bueno: la evolución del baluarte de lo bueno, lo sano y lo local
 - 38 La experiencia, la emoción y el disfrute en torno al producto
 - 40 Vivir mejor
 - 43 Las personas de Alcampo: la esencia del valor
 - 44 Compartir, ser parte, participar
 - 48 Aprender, desarrollarse, crecer
 - 52 Bienestar por principio
 - 54 Igualdad entre los géneros
 - 55 Objetivo: mejorar la vida a nuestros clientes
 - Una experiencia de compra adaptada a todos
 - 57 Universo salud y bienestar, un mundo de cuidados
 - Comercio sin barreras
 - 58 Caminando junto a nuestros proveedores para construir un futuro próspero
 - 60 Trabajar en pro de la justicia social
 - Desayunos y Meriendas Con Corazón
 - 61 Ningún Niño Sin Juguete
 - Recogida de Material Escolar
 - 1 Kilo de Ayuda
 - 62 Gran Recogida del Banco de Alimentos
 - One Two Fun. Para apoyar la investigación jugamos todos
 - 63 Alianza contra la pobreza
 - 64 Un comercio con principios
 - 65 Alianzas estables, duraderas, transparentes
- 66 Cuidar el Planeta
 - 68 Convencidos para actuar en la lucha contra el cambio climático
 - 70 Más control, menos fugas
 - 71 Energía limpia, energía propia
 - 74 Actuar con los productores en el ciclo de vida de los productos
 - 77 Una logística más eficiente
 - 78 Operación “Cero Desperdicio Alimentario”
 - 79 Soluciones para aprovechar al máximo la vida de los alimentos
 - Desperdicio no alimentario
 - 80 Economía Circular
 - Productos y proyectos redondos
 - 83 Reciclar es fácil en Alcampo
 - 84 No Plastic
 - 85 Actuar en la marca propia
 - 86 Innovación para los envases de nuestros frescos
 - 87 Directamente sin envases
 - 88 Conservar y recuperar la biodiversidad, velar por la vida del Planeta
 - 89 Apoyar la recuperación de variedades autóctonas
 - 90 Nadar en la vida de nuestros mares
 - 92 Bienestar Animal
 - 94 Oxígeno para los bosques
 - 96 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Carta

"2023 ha sido un año,
sencillamente, fascinante.

Con arrojo, profesionalidad, precisión, valentía e iniciativa hemos abierto en tiempo récord más de 200 tiendas adquiridas a Grupo DIA, dando la bienvenida a 3.300 nuevos colaboradores. Esta acción, que marcará un hito en la historia de Alcampo, nos ha permitido crecer en superficie de venta, integrarnos en poblaciones donde nuestra marca no estaba presente y reforzar nuestra presencia en las que sí, pudiendo de esta manera estar más de cerca de nuestros clientes a los que queremos sorprender día a día, diseñando para ellos experiencias de compra diferentes y personalizadas.

Nuestro proyecto de proximidad digital ha dado pasos de gigante, cimentando con pilares sólidos un modelo de negocio omnicanal que nos permitirá ser líderes en el comercio alimentario phygital, algo para lo que estamos ya preparados.

Además, hemos desplegado con convicción y determinación nuestra Visión: **Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta.** Esta Visión tan sencilla y tan poderosa, a la vez da sentido a nuestro oficio y nos marca el camino para ser una marca con sentido para nuestros colaboradores, clientes, proveedores, accionistas, y para la sociedad en general.





En **2023** hemos desplegado con convicción y determinación nuestra Visión: Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta.

Américo Ribeiro,
Director General Alcampo.

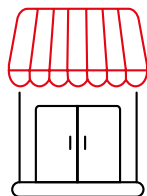
Nuestra Visión es el faro que nos guía en nuestra travesía, la que marca la hoja de ruta de las casi 24.000 personas que formamos Alcampo y la que inspira nuestro día a día para ejercer con rigor, pasión y honestidad nuestro proyecto de empresa.

En este marco y bajo estas premisas, trabajamos para promover la **buena alimentación** y el consumo consciente entre nuestros clientes. Y lo hacemos, en primer lugar, a través de una oferta amplia adaptada a todas las necesidades y siempre al mejor precio, con dos prioridades claras: los productos frescos y nuestra marca propia como abanderada de nuestros valores y nuestra diferencia. Y en segundo lugar, a través de la difusión de información transparente y rigurosa para que nuestros clientes elijan.

Somos conscientes de que la buena alimentación es la base para vivir mejor, de ahí establecerla dentro de nuestras prioridades, porque queremos contribuir a que **las personas que nos rodean vivan mejor**.

En el marco de **nuestro compromiso**, creamos entornos y condiciones de trabajo donde nuestros colaboradores ejercen su responsabilidad, su autonomía y su capacidad de innovación para crear valor, disfrutar y, juntos, construir un proyecto extraordinario.

Estamos preparados para ser líderes en el comercio alimentario *phygital*.



Además, tejemos **alianzas enriquecedoras** con nuestros proveedores, que nos permiten crear estados de complementariedad que derivan en proyectos, productos y/o servicios de impacto. Nos apoyamos, nos acompañamos y apostamos por impulsar su desarrollo, generando riqueza, empleo y valor en el entorno de cada uno de ellos, impactando así, positivamente, en el impulso y la recuperación de la actividad en el territorio, clave para la cohesión social.

La recuperación de la actividad y el ejercicio de nuestra actividad debe sustentarse, sin duda, sobre lo que para nosotros es la piedra angular: **cuidar el Planeta**. En Alcampo lo tenemos claro y llevamos a cabo rigurosos proyectos que responden a este compromiso global, centrándonos en la descarbonización de nuestra actividad, la práctica de la economía circular, con un foco de especial atención en la lucha contra el desperdicio alimentario y la preservación de la biodiversidad.

Tenemos claro que nos queda por delante un gran trabajo que realizar si queremos cumplir los retos ambiciosos pero necesarios que nos hemos marcado, como empresa y como parte de la Humanidad.

En Alcampo queremos ser parte del cambio que precisa el Planeta, queremos inspirar y que nos inspiren, emocionarnos y emocionar. Queremos, en definitiva, actuar con vibrante energía para hacer realidad nuestra Visión: Comer bien y vivir mejor, cuidando el Planeta."



Queremos **contribuir**
a que las personas que
nos rodean vivan mejor.



5.052
millones de €
de cifra de venta
(+5,88% respecto
al año anterior).

357
millones de €
de inversión.

223
tiendas adquiridas
a Grupo DIA.

218
supermercados
abiertos.



79
hipermercados o
pequeños hipermercados.

449
supermercados
(126 franquiciados).

23.797
personas en
el equipo.

2,7
millones de socios
Club Alcampo.

Cifras clave

60.000
referencias
de surtido.

21.560
análisis y controles a
proveedores y productos.

560
auditorías sociales a
proveedores (plantas
auditadas).

15.000
referencias de productos
frescos.

3.860
productos de marca
propia (190 de la gama
gourmet Auchan
Collection).

270
productos bajo
el programa Cultivamos
lo Bueno.

570
productos veganos.

2.470
referencias productos
ecológicos.

5,57
Tn de grasas saturadas,

13
Tn de azúcares y

2,6
Tn de sal reducidas,
de marcas propia.

Fondation Auchan:

5
proyectos por valor
de **271.000 €**,

y **31.800**
beneficiarios.

4.004

millones de €
en compras a

4.300

proveedores españoles.

5,2

millones de €
destinados a formación.

+205.000

horas de formación
impartidas.

17.500 accionistas.

33,67

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

400

personas han participado
en planes de desarrollo.

42%

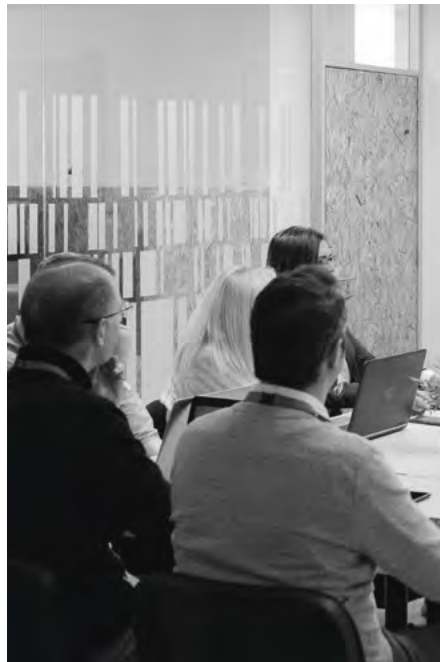
puestos de responsabilidad
asumidos por mujeres.

1.100

horas de voluntariado
corporativo.

11,9%

tasa de discapacidad (9,6%
indirecta y 2,29% directa).



44

centros residuo cero.

92%

tasa de valorización.

124

ecoparques.

27

córnens de ropa
de segunda mano.



Objetivos marcados:

0 emisiones de CO₂eq
en 2043 (Alcances 1 y 2)

y **-25%**

emisiones de CO₂eq
debidas a la logística
y comercialización de
productos en 2030.

86%

de los camiones
utilizados son
certificados Euro 6.



7,5

millones de artículos salvados
por reducción de precio por
caducidad temprana.

90%

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

15.000

personas formadas en
desperdicio alimentario.

Alcampo aumentó un 5,88% su cifra de venta al facturar **5.052 M€¹** en 2023, año que finalizó con 79 hipermercados y pequeños hipermercados, 449 supermercados (126 franquiciados), 52 gasolineras y servicio de venta online.

Resultados 2023

La inversión ascendió a **357 millones de €**, aumentando más de un 67% respecto al ejercicio pasado, siendo gran protagonista de este incremento la adquisición de 223 tiendas a Grupo DIA, acción de expansión que acaparó casi un 80% de la inversión total.

Cabe indicar en este marco, que Alcampo destinó **19,2 millones de €** a la incorporación de medidas de adaptación o lucha contra el cambio climático y **18 millones de €** a grandes reformas integrales acometidas en las tiendas de Getafe (Madrid), Ferrol (A Coruña), Calatayud (Zaragoza) y Albacete, que han evolucionado para ser espacios más cómodos y sostenibles, listos para que el cliente pueda vivir una experiencia de compra enriquecedora.

Por su parte, el proyecto global de digitalización recibió **19,4 millones de €** destinados a desarrollar el proyecto de proximidad digital (incluyendo





inversiones en el CFC² o almacén inteligente), y **17,6 millones de €** se invirtieron en la plataforma logística de Illescas, así como en mejoras informáticas.

La inversión aumentó
+ de 67%
respecto al año pasado.

Crecimiento físico

En 2023 se abrieron 9 franquicias y un supermercado propio, siendo sin duda el proyecto estrella la adquisición de 223 supermercados a Grupo DIA, así como dos naves logísticas, un proyecto de expansión que ha permitido a Alcampo **sumar 170.000 m²** y llevar su modelo de comercio a territorios donde no había supermercados bajo su marca, como es el caso de las provincias de Santander, Zamora, Palencia, Salamanca, Valladolid, León y Lugo.

Las dos naves logísticas adquiridas se encuentran ubicadas en la localidad vallisoletana de Villanubla y las tiendas, por Comunidades Autónomas, se estructuran de la siguiente manera: 65 en Castilla y León, 42 en Madrid, 41 en Aragón, 31 en Asturias, 23 en Galicia, 13 en País Vasco, 6 en Cantabria, 2 en Navarra y 1 en Castilla La Mancha.

En la acción de adquisición, Alcampo **incorporó a las 3.300 personas** que formaban parte de Grupo DIA, que recibieron la formación necesaria para conocer la cultura, los sistemas de gestión e información de Alcampo, así como sus procesos. Este nuevo equipo fue formado por más de un millar de personas de otras tiendas Alcampo que se desplazaron para acompañar la apertura de los supermercados, realizada en una media de 4 días.

1. Cifra de venta con IVA.
2. Customer Fulfilment Centre.



Desarrollo digital

En 2021 Alcampo puso en marcha su proyecto de proximidad digital en colaboración con la británica Ocado, con el compromiso de evolucionar el *e-commerce* y ser no sólo un actor omnicanal, sino el **líder del comercio alimentario phygital** en España.

Este acuerdo conllevaba un plan de desarrollo, que contemplaba tres grandes proyectos: la **renovación de la web** de compra online www.alcampo.es y la incorporación de **una APP**, la implementación del procedimiento IFS³ en los hipermercados y supermercados que preparan pedidos de venta online y el desarrollo de un **almacén inteligente** que verá la luz en la segunda mitad de 2024 en San Fernando de Henares (Madrid).

A finales de 2023, los dos primeros proyectos fueron finalizados tras una inversión de **17 millones de €**. Por un lado, se renovó la página web y se creó una APP, aplicando en ambos casos inteligencia artificial para asegurar la máxima personalización.

Además, finalizó la implementación del procedimiento ISF en 80 tiendas, el 100% de las previstas, consiguiendo con ello duplicar la tasa de productividad a la hora de realizar la preparación de pedidos online. *In Store Fulfilment* (ISF) es un procedimiento diseñado por OCADO que, acompañado del software OSP⁴ permite optimizar el proceso de venta online, desde la propia preparación del pedido hasta la entrega.

17M€ de inversión para la renovación de la web, de la APP y de un almacén inteligente.



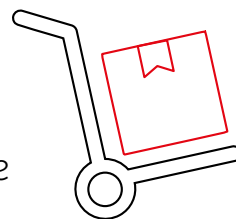
Evolución logística para dar respuesta a un gran proyecto

El desarrollo físico y digital de Alcampo determina la necesidad de ampliar y optimizar el servicio logístico de la compañía. Además de haber continuado con los trabajos necesarios en la **plataforma robotizada de San Fernando de Henares** (Madrid), en verano de 2023 Alcampo puso simbólicamente, el primer pilar de la que verá la luz en 2024 en la toledana localidad de Illescas y que dará servicio a más de 200 puntos de venta y almacenes dedicados al comercio online.

- 3. In-Store Fulfilment.
- 4. Ocado Smart Platform.



+200 puntos de venta a los que da servicio la plataforma de Illescas (Toledo).







Comer bien

El equipo Alcampo despierta cada mañana para cumplir el objetivo de acompañar a sus clientes para que coman bien. Comer bien es comer de manera consciente, es saber por qué elegir un producto y cuáles son sus cualidades.

Alcampo trabaja para que las personas de su entorno accedan a un surtido amplio, saludable, personalizado y al mejor precio, esforzándose en hacer de sus productos el corazón de su oferta, cultivar la emoción y el conocimiento en torno al producto y hacer de la calidad, el sabor y el saber hacer la bandera de la compañía.

Promoción e impulso de la buena alimentación

Apostar por la buena alimentación conlleva **trabajar en pro de la calidad**, realizar una potente oferta de productos saludables por sí mismos, como los frescos, formar a los equipos de Alcampo como prescriptores y desarrollar una comunicación transparente, rigurosa, clara y accesible para que el cliente pueda tomar, de manera consciente, las decisiones de compra que en cada momento considere.





15.000 referencias
de productos frescos de
mercado.

Los más frescos

El consumo de alimentos frescos y de temporada es un elemento clave en la dieta mediterránea, reconocida y apreciada en cada rincón de nuestro Planeta.

En este sentido, Alcampo, especialista en alimentación y comprometido con la oferta de una cesta de la compra variada, saludable y de calidad al mejor precio, ofrece un **surtido de 15.000 referencias de frescos**, haciendo una apuesta especial por los frescos de mercado.

Además de la oferta amplia y de la disposición de las tiendas y mostradores, Alcampo impulsa con convicción la **formación para profesionales de oficios tradicionales** tales como carnicería, pescadería, charcutería o panadería, algo que desemboca en el conocimiento del producto en profundidad, la capacidad de guiar al cliente en su compra, la lucha contra el desperdicio alimentario, al desperdiciar menos producto en cada corte y, por supuesto, la empleabilidad de los propios profesionales.

En un año se han impartido **70 cursos presenciales y 160 en la modalidad de e-learning** habiendo llegado a más de **2.000 personas de Alcampo durante 28.100 horas**. Estas formaciones han sido impartidas por 150 profesionales de la empresa que, con generosidad, han transmitido su saber hacer a otras personas del equipo Alcampo.



Compromisos que alimentan la calidad

Alcampo históricamente ha sido rotundo con el control de los productos puestos en sus lineales, velando, como no podía ser de otra manera, por asegurar la calidad y seguridad de los mismos, algo que conlleva el despliegue de acciones de control, conformidad y trazabilidad.

Las auditorías de calidad se realizan de acuerdo a certificaciones reconocidas por la GFSI⁵. En un año, Alcampo **ha realizado casi 21.560 análisis y controles a proveedores y productos** que abarcan toda la cadena de suministro, cifra que supone un aumento de un 15% respecto al pasado año.

21.560 análisis y controles a proveedores y productos.



5. Global Food Safety Initiative.



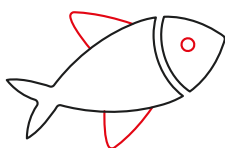
Conocimiento y comunicación para una elección consciente

Alcampo cuenta con **30 embajadores de la buena alimentación** en todo el territorio nacional, una comunidad interna en la que participan **más de 700 personas y, además, 11.500 trabajadores/as** han recibido formación sobre buena alimentación. Ambas actividades están supervisadas por la persona responsable de nutrición de la compañía, que también participa en la realización de las recetas tanto de la sección de platos preparados como de las que se comparten con clientes, así como en los consejos que se incorporan en los folletos.

Estos consejos o mensajes amparados en la promoción de la buena alimentación, alcanzan los 250 aproximadamente y se incorporan en la totalidad de folletos que acogen productos de alimentación, que alcanzan la treintena anuales, así como en redes sociales, el Blog Alcampo y la *newsletter* que se envía a los clientes.

En las tiendas, además de incorporar cartelería sobre valores nutricionales de productos frescos, se ha impulsado la creación de **experiencias en torno a la buena alimentación**. Por un lado, se han impartido charlas informativas en varios centros sobre “Comer bien y vivir mejor” y por otro, se han celebrado medio centenar de acciones como catas, charlas, *showcookings*, degustaciones y hasta visitas experienciales al terreno del proveedor para clientes.

+114.000
controles en
las 6 plataformas
logísticas de pescado.



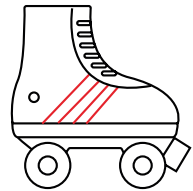
Además de estos controles analíticos realizados en laboratorios, así como las auditorías a proveedores, Alcampo realiza controles en las recepciones de productos frescos en las plataformas. Como ejemplo, sólo en productos pesqueros, Alcampo realizó en un año **más de 114.000 controles en las seis plataformas logísticas** que distribuyen pescado, teniendo en cuenta valores como la temperatura, el etiquetado, el calibre, o el parasitismo, entre otros.



Alimentar el gusto por la buena alimentación entre los más pequeños

Con el objetivo de impactar en los más pequeños, el Club Rik&Rok (club infantil de Alcampo) ha publicado en su web 36 recetas para los más pequeños, ha creado la sección “mini chef” en sus revistas y realizado **12 talleres en pro de la buena alimentación**. En total, en un año, estos contenidos han recibido más de 3.150 visitas. En esta línea, se puso en marcha “La cocina de Disney”, un coleccionable de cromos para los niños y niñas que, además del valor de lo lúdico, incluía 24 recetas atractivas y saludables para los más pequeños.

+3.150
visitas en la web a
nuestros talleres de
alimentación.



+150.000 €
aportados a patrocinios
deportivos.

Fomento del deporte

Alcampo aporta más de **150.000 € a patrocinios deportivos**, fomentando la práctica del deporte y promoviendo los valores que su práctica conlleva. Entre otras acciones, además de apoyar el Club de Atletismo Alcampo-Scorpio 71 ha vuelto a participar, en Zaragoza, en la Carrera de la Infancia organizada por dicho club en su edición número 17, donde se dieron cita **casi dos millares de niñas y niños**. También, entre otros, ha patrocinado la maratón de Madrid, la Infantil de Coia en Vigo (Galicia), el torneo de patinaje artístico en Nalón (Asturias), la Semana de la Movilidad en Jerez (Andalucía) y apoya a equipos y asociaciones deportivas como la Fundación Deporte de Alcobendas (Madrid).







Fondation Auchan: alianzas ganadoras por y para la buena alimentación

La Fondation Auchan (antes Fundación Alcampo), presente en España desde el año 2013 tiene un triple objetivo en torno a la buena alimentación: **sensibilizar y prevenir sobre los riesgos** asociados a una alimentación desequilibrada, impulsar la **creación de experiencias compartidas** en torno a la alimentación, reforzando así los vínculos con la sociedad y **facilitar la adquisición de conocimientos** sobre alimentación saludable y equilibrada.

Hasta la fecha ha apoyado **112 proyectos** con una dotación presupuestaria de **1.534.455 €**. Muchos de estos proyectos, relacionados con la buena alimentación, se han puesto en marcha contando con la participación de **más de 1.500 colaboradores** de Alcampo que han llevado a cabo actividades de voluntariado.

En 2023 la Fondation Auchan apoyó **5 proyectos por valor de 271.000 €**, ascendiendo el número de beneficiarios a **31.800**.



Fondation | Auchan

Alimentamos lo que nos une

Desde 2013:

112 proyectos.

+1.500
colaboradores voluntarios.

1.534.455 €
donados.



5 proyectos para un mundo mejor

1 “Sembrando educación por una alimentación más saludable y sostenible” de Fundación Educo:

Apoyo de 28.000 € destinados a cofinanciar un programa educativo para formar profesionales de 24 entidades sociales, para dotarlos de los conocimientos necesarios para **promover una alimentación saludable y sostenible** entre niños, niñas, adolescentes y familias vulnerables.



2 “Cocinamos Salud” de la Fundación Joan Salvador Gavina en colaboración con Alcampo Sant Adriá (Barcelona):

Apoyo de 24.000 € para cofinanciar la ejecución de un proyecto destinado a crear un espacio de adquisición de conocimientos y destrezas culinarias para fomentar que los niños/as, adolescentes, jóvenes y sus familias en situación de alta vulnerabilidad social, aprendan a cocinar de manera equilibrada.

3 “Aprender Hábitos saludables para mejorar la calidad de vida de las personas con TEA” Presentado por la Asociación Autismo Sevilla en colaboración con los dos hipermercados de Alcampo en Sevilla:

Apoyo de 51.000 € para cofinanciar un proyecto que tiene como finalidad facilitar la adquisición de conocimientos y promover el saber-hacer sobre alimentación saludable a través de formaciones y talleres de hábitos saludables en alimentación y creación de una guía de recursos saludables en lectura fácil para personas con Autismo.



4 “EnTren Galaxy” presentado por el Grupo de Investigación ANOBAS de la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid y en colaboración con dos hipermercados de Alcampo madrileños, situados en las localidades de Alcobendas y Getafe:

Apoyo de 45.000 € para poner en marcha un programa de intervención en sobrepeso y obesidad infantil totalmente gratuito para las familias de la Comunidad Madrid, dirigido a niños de entre 10 y 12 años. Se pretende crear una plataforma tecnológica que basada en la gamificación, se aplique en el contexto escolar a través de los servicios de enfermería escolar, realizando seguimiento de niños y sus familias.



5 Colaboración especial con la Federación Española de Diabetes:

Fondation Auchan apoyó a finales de 2023 con una **donación de 122.000 €** a la Federación Española de Diabetes con el fin de impulsar los proyectos de esta entidad que trabaja día a día para prevenir la diabetes y mejorar la calidad de vida de las personas afectadas por esta enfermedad. La donación efectuada por la Fondation Auchan a FEDE (Federación Española de Diabetes), fue fruto de la participación de los empleados de Alcampo en el reto solidario “Auchan Move”, celebrado durante 11 días, en el mes de septiembre en todos los países en los que Auchan Retail está presente. Esta iniciativa, consistente en acumular kilómetros corriendo o caminando y registrarlos a través de una aplicación, tuvo como finalidad promover la actividad física entre los empleados de Auchan Retail. En total, participaron más de 18.400 empleados de Auchan Retail en 12 países, que recorrieron más de 1,4 millones de kilómetros. En España los más de 3.700 empleados participantes en este reto recorrieron casi 353.000 kilómetros.



31.800
beneficiarios
en los 5 proyectos
de 2023.

Nuestros productos, nuestra apuesta, nuestro corazón

Los productos de marca propia son no sólo una apuesta de Alcampo, sino que son el corazón de la oferta, representando el **compromiso de Alcampo con la calidad, el precio, la variedad, el respeto al medio ambiente y la buena alimentación.**

La gama de marca propia representa un **10% de la oferta total** de alimentación, droguería y perfumería y su participación en ventas asciende al 20%, al gozar estos productos del reconocimiento y la valoración positiva de los clientes que encuentran en la gama de marca propia una oferta amplia que asegura, además, un **ahorro mínimo de entre un 20% y un 30%.**

A lo largo de 2023, Alcampo incorporó **281 productos bajo su marca propia, alcanzado una oferta de 3.860** referencias, lo que supone un aumento del 5% respecto al año 2022.



Principales marcas propias, principales cifras

Gama Básica

Auchan

2.600 productos.

Gama Alcampo Collection (Gourmet)



190 productos.

Gama BIO (ecológicos)

BIO | PRODUCTO
ECOLÓGICO
Alcampo

230 productos.

Marca exclusiva de higiene y belleza

cosmia

by Auchan

400 productos.



Gama Primer Precio



**PRODUCTO
ECONÓMICO**
Alcampo

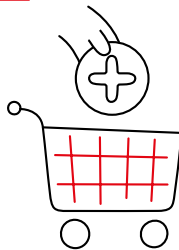
260 productos.

Gama específica Sin Gluten



**PRODUCTO
SIN GLUTEN**

57 productos.



Además de las marcas propias de alimentación, Alcampo desarrolla marcas en el entorno de la tecnología, el textil y el menaje del hogar.

Qilive
BY AUCHANLAB

Marca de productos de tecnología y electrodomésticos con un recorrido de 10 años, de la que Alcampo ofrece

+1.650 referencias.



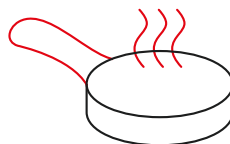
āctuel
by Auchan

Menaje del hogar del que Alcampo cuenta con:

8.500 referencias:

275
cuentan con
certificado
de sostenibilidad.

25
son de
algodón BIO.





La marca que acoge

1.180 juegos y juguetes:

110

son de madera
FSC o PEFC.

17

Peluches fabricados con
100% poliéster reciclado.



Inextenso

BY
AUCHANLAB

5.580 prendas de textil
para tod@s:

50% cumple la Política de
Sostenibilidad Textil.

¡Moda participativa!

En 2023 Alcampo acogió un concurso entre los hijos de los empleados para diseñar dos camisetas y un vestido. Tras una votación interna, los diseños ganadores formarán parte de la colección Verano 2024 en todos los países donde Auchan está presente.

Innovación, diseño y compromiso de principio a fin

Para Alcampo diseñar cada producto de marca propia es un doble reto: el de crear y poner en el mercado productos **que satisfagan todas las necesidades de los clientes**, sean las que sean y que además, **cumplan los principios de calidad** que rigen cada uno de los desarrollos.

En este sentido, se cumple con una carta de calidad que sigue estrictamente diez puntos que recorren el ciclo de vida del producto, desde la misma concepción a su fin de vida, pasando por el uso de materias primas, la fabricación y el transporte, la distribución y el uso de cada producto, incluyendo en este punto la máxima de ofrecer una información clara y precisa sobre la calidad nutricional incorporando el etiquetado frontal Nutri Score en sus envases.



20 años de braille

Alcampo y ONCE han celebrado en 2023 el **20 aniversario** de la alianza creada para etiquetar en braille los productos de marca propia de Alcampo, siendo la primera cadena en incorporar este sistema de lectoescritura para mejorar el acceso a la información de las personas ciegas. Hoy por hoy Alcampo cuenta con **360 productos etiquetados** con braille.





Calidad nutricional y productos para todos

Actuando en el núcleo del producto

Además de trabajar en el diseño de productos donde priman criterios de buena alimentación, sostenibilidad y calidad, Alcampo desarrolla una profunda labor en el rediseño de los mismos. De hecho, en 2023 Alcampo ha trabajado en la **reformulación de 134 productos de marca propia** respondiendo bien a criterios organolépticos o a criterios nutricionales.

Bajo este último criterio orientado a la mejora de la composición nutricional de sus productos de marca propia, es preciso indicar que las acciones de mayor calado se han realizado en años anteriores en el marco del “Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020 de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN)”, iniciado en 2017 e impulsado por el entonces Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, incluyendo en este plan una serie de acuerdos para la reducción del contenido en nutrientes seleccionados (azúcares, sal y grasas).

134 productos de marca propia reformulados en 2023.

En el caso concreto de la reformulación por mejora nutricional, en un año se ha trabajado con **39 productos, reduciendo 5,57 Tn de grasas saturadas, 13 Tn de azúcares y 2,6 Tn de sal.**



Somos diversos, comemos diferente

Alcampo mantiene el firme compromiso de asegurar una oferta que responda **a todas las necesidades y opciones de dieta**, siguiendo la filosofía de ofrecer productos para todos. En este sentido Alcampo ofrece un surtido amplio, que alcanza más de **60.000 referencias** en las tiendas más grandes y online, e impulsa la innovación en el desarrollo de sus marcas.



Ecológicos. En 2023 se han cumplido 25 años desde la introducción del primer producto ecológico en Alcampo. Corría el año 1998 cuando se incorporó carne de ternera ecológica, siendo Alcampo empresa pionera en la inclusión de surtido ecológico en un hipermercado. Hoy por hoy los lineales de Alcampo albergan un **surtido de más de 2.470 productos**, de los que unos **250 son de marca propia** ya sea de alimentación o Cosmia. Siempre con la vista puesta en conocer el producto en profundidad, en Alcampo, más de 2.000 personas cuentan con formación específica sobre productos ecológicos.

Sin gluten. Alcampo ofrece **1.370 productos sin gluten**, de los que **270 son de marca propia** y 57 de ellos de la línea específica sin gluten, línea que comenzó a desarrollarse en el año 2010.



Alianzas para dialogar, comprender, tomar conciencia y actuar

Con el fin de conocer en profundidad la realidad de las personas celíacas y poder dar así un servicio personalizado y diferencial, **Alcampo mantiene un estrecho contacto con La Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE)**. En este marco se mantienen reuniones para recoger sus necesidades y sugerencias, favoreciendo la visita a tiendas que permitan una mejora no sólo en la oferta sino en la comunicación al cliente y su experiencia. En este marco de trabajo conjunto, se ha creado una cartelería pedagógica para colocar en las tiendas, se han diseñado y realizado acciones experienciales en torno a las dietas "sin gluten". Respecto a la oferta, se han introducido en modo test en un bistró en Madrid una opción de desayuno sin gluten, así como opciones de platos sin gluten ubicados en las neveras de libre servicio.



Comercio Justo. Desde 2002 Alcampo ofrece en sus lineales productos de comercio justo. En total ofrece **medio centenar de productos** de los que 6 son de marca propia (referencias de tés, cafés y una crema de cacao).

La mayoría de estos productos son de la línea Tierra Madre de Oxfam Intermón, entidad con la que Alcampo celebra cada año la campaña **#LaHistoriaQueQuieresComprar** para dar a conocer entre sus clientes las ventajas que el Comercio Justo aporta a productores y productoras en África, Asia y América Latina, mejorando sus condiciones laborales, fomentado el respeto por el medio ambiente, así como la igualdad entre hombres y mujeres.

Veganos. En 2023 Alcampo **casi ha duplicado en un año** la oferta de productos veganos, pasando de 440 a 570. Del total, **40 son de marca propia** (a las que además, en una dieta *plant based* hay que añadir 11 referencias vegetarianas), habiendo incrementado la oferta, en este caso, un 80% respecto al año anterior.

Para facilitar la compra a los clientes que llevan una dieta vegana, 47 hipermercados y 6 supermercados **cuentan con cóners** señalizados donde agrupan esta oferta tanto de productos secos como refrigerados. Dando un paso más en el hipermercado de La Orotava (Tenerife) se ha incorporado un espacio de venta a granel de este tipo de productos.

Además de la oferta, en la página web de Alcampo se puede acceder a una *landing page* de alimentación veggie con información y consejos.



Innovando en marcas propias para hacer la vida mejor

Cremas para personas mayores. Alcampo incorporó a sus lineales una nueva gama de productos para “Seniors” destinados a cubrir **necesidades nutricionales de personas mayores.** Se trata de 6 referencias de cremas ligeras cuya textura es de fácil masticación, como puré de merluza con verduras, crema reina, crema de soja texturizada con tomate, puré de calabacín, puré de zanahoria y crema de ternera con verduras. Esta nueva incorporación la ha hecho de la mano de la PYME Naturvita, una empresa española especializada en la fabricación de cremas y comidas ecológicas para bebés, seniors y deportistas. Esta gama de cremas ha sido seleccionada como finalista de los “Gama Innovation Awards 2023” y ha resultado **seleccionada, por el Instituto Cerdà como una de las innovaciones del año,** habiendo sido destacada en el Observatorio de Innovación en Gran Consumo, que realiza.



“Less Sugar”: Alcampo ha puesto en el mercado, bajo su marca propia, 6 referencias de la primera gama “Less Sugar” elaboradas **hasta con un 85% menos de azúcar respecto a la media de los productos similares.** La información del porcentaje de azúcar reducido se incorpora en el envase para facilitar la información a los clientes. En el caso concreto de estas galletas, los porcentajes oscilan desde el 49% menos de azúcar, hasta el 85%. Estas galletas se elaboran con ingredientes como mijo, trigo sarraceno, semillas de chía, canela, bayas de goji o té verde, utilizando siempre para endulzar **azúcar de coco en lugar de azúcares refinados** o edulcorantes. Además de estas galletas, Alcampo cuenta con **17 productos sin azúcar** bajo su marca propia y **54 sin azúcar añadido.**

Sin sal. En 2023 Alcampo ha incorporado un producto sin sal: un **pack de maíz dulce en grano** fabricado en la Unión Europea. Además de este producto con **0 gr de sal**, Alcampo ofrece bajo su marca propia 5 productos sin sal añadida.



Cosmia, innovación responsable. Alcampo ha introducido los primeros **productos Zero Waste** en su marca de cuidado personal e higiene Cosmia: unos discos desmaquillantes reutilizables y una esponja facial Konjac. Los discos desmaquillantes son lavables, lo que permite múltiples usos, evitando así la generación de residuos diarios y la esponja Konjac para el cuidado de la piel procede de la raíz de esta planta de origen asiático, siendo un **producto 100% natural** y biodegradable, cuya duración estimada asciende a 3 meses.

Además, la compañía ya ofrece bajo su marca la gama “Better Life” (también un proyecto internacional), que acoge **productos de higiene íntima sin perfumes ni colorantes** que cuentan con el certificado Oekotex Standard 100, garantizando la ausencia de sustancias nocivas. Las compresas y protegeslips cuentan con un velo superior de algodón orgánico y fibras de celulosa **procedentes de bosques sostenibles** y los tampones son al 100% de algodón orgánico, contando con la certificación GOTS de Ecocert que, entre otros garantiza procedimientos de producción y de transformación orgánicos.

La gama **Better Life** cuenta con el certificado Oekotex Standard 100.



Cultivamos lo Bueno: la evolución del baluarte de lo bueno, lo sano y lo local

El proyecto Alcampo Producción Controlada, que nació en el año 2000, ha continuado evolucionando para convertirse en “Cultivamos lo Bueno”, un marchio que acompaña a algunos productos de marca propia y que **garantiza el establecimiento de alianzas duraderas** con los proveedores basadas en la transparencia, en el trabajo en pro del beneficio compartido, en el bien común y con un especial foco y atención al sector primario. Estos proyectos garantizan la **búsqueda de sabores y olores de antaño** y la total **trazabilidad**, así como el ejercicio de prácticas **respetuosas con el medioambiente y el Bienestar Animal**. Alcampo y los proveedores asumen, además, compromisos mutuos que redundan en la creación de valor compartido para ambas partes, para la sociedad y para el Planeta.

Alcampo finalizó 2023 con **270 productos de marca propia** bajo el programa Cultivamos lo Bueno, desarrollados de la mano de 93 productores de los que el **89% son españoles**. Del total, **57 están certificados en Bienestar Animal y 78 son ecológicos**.

La formación en Cultivamos lo Bueno ha alcanzado a 4.360 personas más a lo largo de 2023, lo que supone que **más de 10.000 personas conocen en profundidad el proyecto**. Una de las modalidades de formación aplicada en el conocimiento de Cultivamos lo Bueno es la que se realiza en el terreno, en alianza con los productores. En un año, medio centenar de personas han podido vivir esta experiencia única en alguna de las acciones puestas en marcha, desde una visita a una quesería en Zaragoza pasando por los esteros gaditanos donde vivir la experiencia de pescar de manera tradicional, meterse en un patatal en Valladolid o conocer de primera mano una batea donde se cultivan mejillones en Pontevedra.



270 productos de marca propia Cultivamos lo Bueno.



93 productores,

89% son españoles.

57 certificados en Bienestar Animal.

78 son ecológicos.

4.360 personas nuevas se han formado en el proyecto Cultivamos lo Bueno en 2023.



Más información al cliente: Blockchain

Entre las novedades más destacadas en 2023 Alcampo ha puesto en el mercado un nuevo producto con tecnología Blockchain. Se trata de huevos ecológicos de su proveedor Casa Garzea. Escaneando el código disponible en sus packs de cartón con 6 y 10 huevos se puede acceder a información variable según cada lote productivo, como la granja, nave, fecha de recogida, fecha de envasado, unidades por lote y un contador de cantidad de plástico evitado. Este es el segundo producto con la **tecnología Blockchain** que la compañía incorpora en sus lineales, habiendo sido el primero los huevos camperos también de su programa Cultivamos lo Bueno.

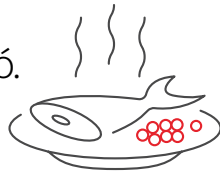
¡Visita HUELLA!

Un blog para meterse de lleno en la vida de nuestros productores.





12 zonas de bistró.



La experiencia, la emoción y el disfrute en torno al producto

Reunirse en torno a una mesa para celebrar, contar historias, compartir el saber hacer de quienes cocinan, recordar las recetas de las abuelas y los abuelos y volver a probar aquellas tan ligadas a la tierra de donde viene cada uno que vuelven a traer al gusto y al olfato, los olores y sabores que siempre perdurarán en la mente, vivir una experiencia gastronómica de la mano de los chefs más expertos, experimentar y probar recetas nuevas... todas ellas son experiencias únicas en torno al producto. Un producto al que conocer más, respetarlo, valorarlo... un producto que tiene valor por sí mismo pero que con la aplicación de este lenguaje de experiencias despierta los sentidos.

En Alcampo el **gusto por la gastronomía** se vive en cada rincón, apostando por la realización de acciones como, catas, presentaciones de productos, degustaciones, encuentros con proveedores o cursos de formación que, generalmente, se celebran en las tiendas que funcionan como ágoras, lugares de encuentro y convivencia donde acercarse al producto con los cinco sentidos y disfrutar, juntos, de la mano de los expertos. Además, Alcampo **ha ampliado sus zonas de bistró hasta alcanzar las 12**, tras introducir las en sus centros de Getafe (Madrid) y Ferrol (A Coruña). Además, Alcampo ha vuelto a patrocinar el concurso gastronómico Granachef, en Granada, que celebró su 10ª edición y el 30º Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid.







Vivir mejor

Alcampo tiene el propósito de inspirarse e inspirar, de emocionarse y emocionar, actuar con firmeza y tener la capacidad y la energía de movilizar a los demás para vivir mejor.



Alcampo quiere ser la **marca con sentido** no solo que impulse el cambio, sino que sea parte del mismo, para mejorar la vida de sus equipos, sus clientes, sus proveedores y de las personas

de su comunidad, actuando siempre como una empresa **consciente, comprometida y responsable**, que pretende contribuir a construir, en alianza con cada persona que le rodea, un mundo mejor.

Las personas de Alcampo: la esencia del valor

La pasión por el producto y el deseo de acompañar al cliente para vivir mejor son el hilo encerado e invisible, fuerte y flexible, que une a las **23.797 personas** que conforman el equipo Alcampo. Cada una de las personas es esencial para, de manera individual aportar valor y juntas, crear proyectos extraordinarios.

Innovación, responsabilización, desarrollo, diversidad, bienestar, convivencia y participación son los pilares de la Política de Personas de la empresa; una política que ha sido reconocida en 2023 (y 2024) por *Top Employers Institute* otorgando a Alcampo el **sello Top Employer**.

Además del reconocimiento de *Top Employers Institute*, Alcampo recibió el de Infojobs que, en sus *InfoJobs Awards* reconoció a Alcampo como **una de las empresas mejor valoradas** por sus equipos de trabajo. Este ranking recoge las valoraciones realizadas en este portal de empleo entre 2019 y 2022 por empleados y exempleados de la compañía.



Compartir, ser parte, participar

Desde los albores de Alcampo, compartir ha sido un valor transversal que ha acompañado la evolución de la compañía y sobre el que se desarrollan políticas, programas y acciones que van creciendo y progresando a lo largo de los años, conservando, intacto este valor diferencial de "hacer partícipe".

Compartir el valor económico

En 1996 Alcampo introdujo el accionariado voluntario, contando en la actualidad con **17.503 accionistas** que, en 2023 recibieron **15,2 millones de €** en concepto de reparto de beneficios.

Además del accionariado, Alcampo cuenta con programas para reconocer económicamente el trabajo individual y de equipo, habiendo otorgado en este marco **18,46 millones de €** (2,35 millones de € en acciones y 16,11 millones de € en valor monetario).

En total, en 2023, Alcampo repartió **33,67 millones de € entre la plantilla**, un 7% más que el pasado año.



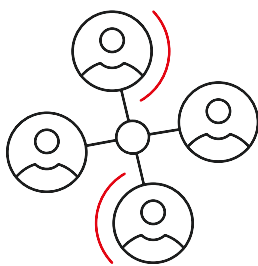
33,67 M€
repartidos entre
la plantilla.



Ser parte del impacto positivo

Gracias al programa de **Jornadas de Apertura**, las personas de Alcampo tienen opción a participar durante una jornada de trabajo, como voluntarios en los proyectos sociales y ambientales que impulsa la compañía, así como a conocer de primera mano aquellos proveedores con los que se desarrollan proyectos singulares, en el marco de la Visión de la empresa: **Comer y vivir mejor, cuidando el Planeta.**

En 2023, han participado **500 personas en estas jornadas durante 1.100 horas** colaborando en campañas solidarias como “Desayunos y Meriendas con Corazón”, en acciones en pro de la conservación de la biodiversidad como la restauración forestal del Bosque Alcampo o “Libera 1m² contra la basuraleza” o conociendo, desde las entrañas, el proyecto de economía circular de incorporación de cóners de ropa de segunda mano Moda re-, entre otros.



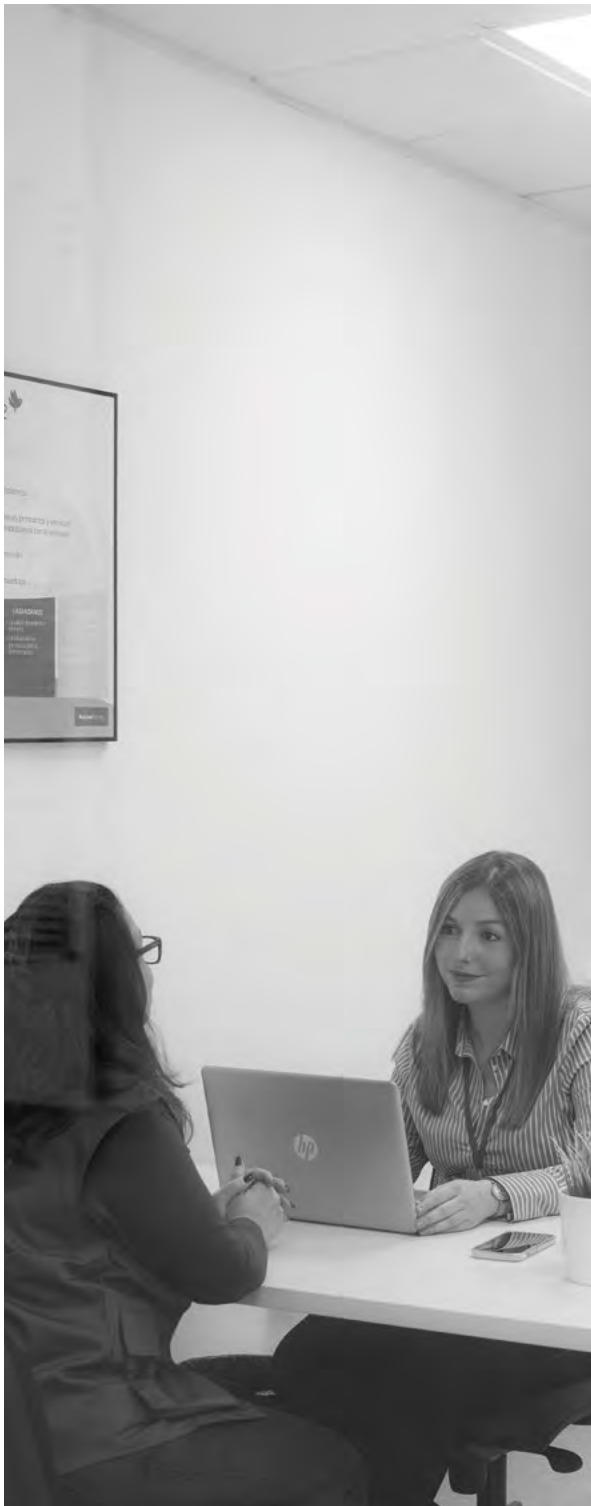
+100
Embajadores
de RSC.

500
personas han
participado como
voluntarios en las
Jornadas de Apertura.

Cabe indicar, además, que aunque no se contabilizó como Jornada de Apertura, más de 3.700 personas participaron en el reto internacional Auchan Move, recorriendo entre todas casi 353.000 kilómetros.

Con la finalidad de asegurar que las actividades concebidas bajo ejes de RSC llegaran al conjunto de la plantilla y promover la participación activa de las personas de Alcampo en estas acciones, con una especial atención a las Jornadas de Apertura, en abril de 2023 se puso en marcha la **“Red de embajadores RSC”**. Este equipo, de más de un centenar de personas, que cuenta con representantes en todas las zonas donde está presente Alcampo, contribuye también a la propia concepción de las acciones sociales y ambientales, a identificar las mejoras y velar por los buenos resultados de las campañas creadas para mejorar el entorno, así como a impulsar y ser la voz de la Fundación Auchan en cada lugar de trabajo.





Participar en el cambio

Para favorecer el cambio y la mejora continua, tanto a nivel individual como colectivo Alcampo establece planes de escucha y diálogo con el equipo, con planes de acción asociados a los resultados.

En este marco cabe destacar el **Barómetro de Compromiso y Satisfacción (BES)**⁶ y las Conversaciones del Talento.

El BES se desarrolla con periodicidad anual, siendo más extenso en años alternos. El objetivo es conocer la opinión y percepción de los colaboradores, así como su compromiso con el proyecto de empresa, pudiendo establecer los planes de acción necesarios tras evaluar los resultados de este cuestionario en el que, en 2023, **ha participado el 79% de la plantilla.**

Según los resultados, **el ratio de compromiso es del 84%**, el 99% de las personas que han respondido aseguran estar dispuestos a dar lo mejor de sí mismos, el 92% recomiendan hacer la compra en Alcampo, el 82% están orgullosos de trabajar en Alcampo y el 75% recomiendan trabajar en la empresa. Asimismo, para el 79% el proyecto estratégico de Alcampo se ajusta a las nuevas expectativas y prácticas de los consumidores y el 80% considera que a la empresa le importa de verdad la diversidad de sus empleados, valorando el 84% la autonomía y margen de maniobra para cumplir sus objetivos y el 81% trabajar en un ambiente bueno y cordial.

Por su parte, las llamadas **Conversaciones del Talento** responden a un proyecto que asegura encuentros individuales entre los *managers* y sus equipos garantizando un feedback permanente que ayude al desarrollo de las personas. En estas conversaciones se revisan los resultados, se hace un seguimiento de los objetivos individuales de rendimiento y de los planes de acción fijados, y se trazan las líneas de desarrollo profesional. Durante el pasado año se han vivido más de 20.000 Conversaciones del Talento.



79%

de la plantilla ha participado en el Barómetro de Compromiso y Satisfacción.

+20.000

Conversaciones del Talento durante 2023.



Aprender, desarrollarse, crecer

Alcampo invirtió **5,2 millones de €** en formación en el año 2023, un 2,5% más que el pasado año, habiendo impartido **205.540 horas**.

La formación responde en su mayoría a dar cobertura al proyecto de empresa, destacando la desarrollada para la capacitación de profesionales de oficio y el conocimiento del producto, aquella necesaria para implementar el proyecto de proximidad digital que ascendió a más de 3.500 horas, o la que se imparte para comprender, asumir y ser partícipe de los planes enmarcados en las políticas de Responsabilidad Social Corporativa, como el proyecto de reducción de huella de carbono.

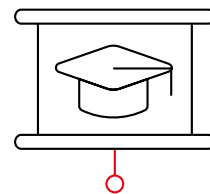
Por otro lado, se establecen **planes formativos** para las personas que empiezan a formar parte del equipo Alcampo y para aquellas que, formando parte del equipo, participan en **planes de desarrollo**. Además, Alcampo colabora estrechamente con la comunidad educativa para acoger alumnos en prácticas formativas.

¡Bienvenid@s a Alcampo!

68 personas decidieron desarrollar su carrera profesional en Alcampo como responsables de comercio formando parte de los equipos de dirección de las tiendas. Para ello, recibieron una formación para profundizar en competencias de liderazgo, de gestión y comercial.

La empresa afrontó el reto de formar a **más de 3.000 personas** que se incorporaron al equipo Alcampo tras la adquisición de tiendas a Grupo DIA. Para ello, más de un millar de personas de diferentes tiendas de toda España se desplazaron para acompañar a los nuevos compañer@s en la transformación y apertura de más de 200 supermercados compartiendo su saber hacer.

5,2M€
invertidos
en formación.



El camino del progreso

Además de contratar a personas de fuera de Alcampo, la empresa trabaja en planes de promoción interna. El pasado año **96 personas fueron promocionadas** a puestos de mayor responsabilidad.

En el marco del desarrollo del talento, Alcampo cuenta con varios programas orientados no sólo a la promoción jerárquica, sino a la adquisición de competencias, al aprendizaje y a la evolución, como la **Escuela de Desarrollo del Talento** y los programas de *coaching*.

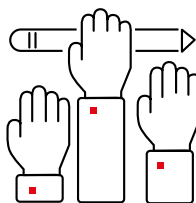
En la Escuela de Desarrollo del Talento han participado **más de 400 personas**. Esta escuela ofrece varios programas personalizados destinados a diferentes perfiles, desde colaboradores de base que necesitan entrenar las competencias que les permitan progresar y asumir nuevos retos (Pasarela), a responsables que precisen profundizar en competencias de liderazgo, excelencia, apertura y transformación (Esfera), así como a *managers* recién nombrados que estén listos para participar en un acelerador de talento, basado en cultura y metodología AGILE (*Lab to Grow*) o futuros dirigentes que precisen adquirir habilidades para la transformación y el liderazgo digital (AVANZA-dos).



Coaching para adaptarse a entornos cambiantes

En el año 2000 se dieron los primeros pasos en lo que hoy es el **programa de coaching ejecutivo**, incorporando el *coaching* en los programas de liderazgo de manera puntual, práctica que a partir de 2012 se incorporaría para acompañar a nuevas y nuevos directores en el proceso del autoconocimiento y aprendizaje de herramientas valiosas para el desarrollo del rol profesional y también para la vida. Hoy por hoy estos procesos se proponen en distintos momentos de la carrera: al inicio, en el momento de una promoción, en los cambios organizativos o para el desarrollo de competencias puntuales, habiéndose convertido en una herramienta de apoyo al liderazgo en el cambio, cada vez más constante y más rápido.

En Alcampo han participado **30 personas en procesos de coaching** a lo largo de 2023, que son liderados en interno. AECOP la asociación líder en *coaching* ejecutivo en España, ha reconocido a Alcampo por la integración del *coaching* en la propia cultura de la empresa.



+205.540

horas de
formación
en 2023.



Acompañando a l@s protagonistas del comercio del futuro

Alcampo tiene acuerdos con más de 30 universidades y escuelas de negocio para acoger alumnos en prácticas (**34 el pasado año**) y tutorizar trabajos de fin de máster o fin de grado. Además, participa activamente en foros y ferias de empleo como *Digital Business Week* de la Universidad Europea, IX Congreso de Talento Digital, *Beer and Tech* y el FEED con Grupo ADD.

La compañía acoge en sus tiendas, además, a alumnos en su mayoría de FP Dual para que puedan realizar las prácticas correspondientes en entornos reales de trabajo, recibiendo en 2023 a **más de 1.000 personas** a las que los profesionales de Alcampo acompañaron en su formación.

Además, siempre con el foco puesto en asegurar la igualdad de oportunidades, Alcampo colabora desde hace años con entidades del entorno que trabajan con personas que pertenecen a **colectivos en riesgo de exclusión** favoreciendo la formación y la inclusión laboral como base para avanzar en pro de la justicia social.

En este sentido, Alcampo colabora desde hace años con la **Fundación Secretariado Gitano** facilitando formación teórica de sus propios módulos y acogiendo en sus tiendas prácticas no profesionales que permiten complementar la formación teórica, conocer de cerca el mercado laboral y entrenar los hábitos y competencias necesarias para desempeñar un puesto de trabajo.

En 2023 se han celebrado **15 cursos de prácticas** destinados a reforzar acciones formativas orientadas a algunos de los puestos propios del comercio como profesional de frescos, de preparación de pedidos o de reposición o cajas, en los que han participado **más de 83 alumnas y alumnos de etnia gitana**. Además, se han impartido **13 módulos online** facilitados por Alcampo sobre frescos y venta especializada en producto digital y tecnológico, formación en la

que han participado **120 estudiantes**, un 25% más que el año pasado. En 2023 se ha contratado a 53 personas a través de la Fundación Secretariado Gitano.

En los cursos de formación organizados por Cruz Roja y desarrollados en Alcampo para fomentar la empleabilidad, han participado **250 personas** en el año 2023. Estos cursos que vienen desarrollándose desde 2020 cuentan con bolsas de empleo que han favorecido la contratación, el pasado ejercicio, de **235 personas usuarias de Cruz Roja de las que el 79% son mujeres**.

Alcampo trabaja de la mano de Fundación ONCE para la realización de formación y para la integración directa de personas con discapacidad desde hace más de 20 años, siendo uno de los ejes de trabajo de la compañía que finalizó 2023 con una **tasa de discapacidad del 11,9%**, cifra que responde a **490 empleos directos y a los 2.065 indirectos** resultantes de los más de 17 millones de € adquiridos a centros especiales de empleo, cifra que supone haber aumentado estas compras un 40%. El porcentaje de inclusión directa es de 2,29%.

+1.000
personas han
realizado las prácticas
a través de FP Dual.

2.555
empleos directos e
indirectos de personas
con discapacidad.

Bienestar por principio

Trabajar en pro del bienestar de sus equipos, para que las personas de la empresa vivan mejor, es un eje fundamental para Alcampo, por lo que ha puesto en marcha un **Plan de Bienestar Global** estructurado en torno a cinco ejes: profesional, físico, emocional, financiero y social.

En una primera fase, desarrollada a final de 2022, se evaluaron las acciones ya existentes orientadas a este mismo fin dando paso, a continuación y tras practicar la siempre enriquecedora escucha activa, a la implementación de nuevas acciones complementarias tanto a nivel nacional como por cada zona de vida.

Como ejemplos destacados en el marco de bienestar profesional, en el 80% de las zonas en las que Alcampo está presente se han promovido acciones para mejorar la **conciliación en festivos, fines de semana y/o cumpleaños**.

En el caso de **bienestar físico**, todos los trabajadores tienen acceso a un seguro dental, además de poder acceder a formación sobre buena alimentación, así como a acciones de información sobre buenas prácticas realizadas en torno a charlas, desayunos saludables, divulgación de infografías y carteles para desterrar falsos mitos, *batch cooking*, dietas recomendadas para grupos específicos de población como niños, adolescentes, senior, consejos de alimentación en la prevención cardiovascular, etc.

Además, se ha actuado sobre la oferta de *vending* de los centros de trabajo, eliminando el azúcar del café por defecto y optando por productos con composición nutricional más saludable tras el análisis de las etiquetas de todo el surtido disponible.





Como ejemplo de la fuerza de las acciones locales, en los centros donde el espacio lo permite se ha incorporado un **servicio de fisioterapia**, en otros **se imparten clases de yoga**, y la gran mayoría ofrece descuentos en gimnasios para promover la actividad física.

Respecto al bienestar emocional, se ha creado una colección de cursos al respecto disponible para toda la plantilla y se imparten **formaciones prácticas de mindfulness**.

En un marco de bienestar financiero existen medidas como un **programa de retribución flexible** para acceso a seguro médico privado, transporte público, ticket restaurante y guardería y en un marco de bienestar social se fomentan los encuentros informales y de cohesión de equipos, así como las ya mencionadas Jornadas de Apertura.



Igualdad entre los géneros

La igualdad entre los géneros, es un eje fundamental para el desarrollo sostenible. Con la convicción de que un mundo igualitario es posible y conscientes de que para hacerlo realidad es esencial trabajar en planes de acción, Alcampo firmó el **tercer Plan de Igualdad** (el primero se firmó en 2010) en 2023.

Este plan pone las bases necesarias para ser una empresa donde la igualdad de condiciones es una realidad, favoreciendo la corresponsabilidad de mujeres y hombres e incorporando la **perspectiva de género** en la propia gestión de la empresa, en todas sus políticas y a todos los niveles, algo por lo que vela la figura de agente de igualdad creada para dicho fin.

Enmarcado en el plan mencionado, los equipos Alcampo trabajan para asegurar la participación paritaria y favorecer la contratación de mujeres en nuevos procesos de selección, desarrollar programas destinados al empoderamiento de las mujeres como “*Empowering Women’s Talent*”, en el que han participado **40 mujeres**, e impulsar la sensibilización e inspiración interna y externa sobre la igualdad y la diversidad de género.

Los resultados hablan por sí solos: el **42% de puestos de responsabilidad están desarrollados por mujeres**, cifra que es 3 puntos superior al pasado año.



42%
puestos de
responsabilidad
son desarrollados
por mujeres.



Objetivo: mejorar la vida a nuestros clientes

Además del portfolio de productos básicos para vivir una vida mejor, Alcampo trabaja para desarrollar servicios cada vez más personalizados que den respuesta a cada necesidad del cliente y le faciliten, además, el acto de compra.



Una experiencia de compra adaptada a todos

Nueva APP para una experiencia de compra en un solo click

Además de todo el trabajo desarrollado en las tiendas para asegurar una experiencia de compra inigualable y con los cinco sentidos, Alcampo ha continuado evolucionando su **proyecto de proximidad digital** y lanzó en 2023 una **nueva APP de compra online** en colaboración con la tecnológica OCADO, para dar servicio a clientes que prefieren hacer la compra con esta herramienta.

Tanto este nuevo servicio, como la web de compra online www.alcampo.es usan **inteligencia artificial y tecnología basada en la ciencia de datos avanzada**, incluyendo algoritmos propios de búsqueda y recomendación de tal manera que asegure una **experiencia de compra fluida y personalizada**, sencilla y ágil ofreciendo como facilidades, acceder a sus productos favoritos, selección de promociones, ofertas personalizadas, lista de productos frecuentes, modificación del pedido después de haberlo pagado, búsqueda de todos los ingredientes necesarios para hacer una receta y ofertas especiales para miembros del Club Alcampo que, a finales de 2023, contaba con **2,7 millones de socios**.



Recoger la compra cómo, cuándo y dónde el cliente quiera

Además de entregas a domicilio en dos horas, Alcampo ofrece múltiples soluciones para que sus clientes, en función de su modo de vida, necesidades o gustos, recojan su compra “a la carta”.

Alcampo cuenta con **12 puntos de taquillas refrigeradas abiertas 24 horas** en diferentes puntos de España para recoger la compra: Santa Cruz de Tenerife y Chafiras en Tenerife, 2 en Madrid capital, Vilagarcía de Arousa, Vigo, Vilanova i la Geltrú, Esplugues, Vistahermosa en Alicante, Aranda de Duero en Burgos y Teruel.

Asimismo, en sus supermercados puso en marcha el **servicio de recogida**, dando a los clientes la posibilidad de acceder a un surtido de hipermercado, con más de 60.000 referencias y recogerlo en su supermercado elegido. En 2023, este servicio **se ha visto incrementado un 46%** alcanzando las **336 tiendas** que funcionan como puntos de recogida, muchas de ellas abiertas tras la operación de adquisición a Grupo DIA.

12
puntos de taquillas
refrigeradas abiertas
24 horas.

336
tiendas con puntos
de recogida.



Universo Salud y Bienestar, un mundo de cuidados

Alcampo ha creado el **Universo Salud y Bienestar** para poder focalizar, o bien la introducción o bien la creación de productos y servicios, que mejoren el bienestar de las personas, respondiendo así a las necesidades muy concretas de los clientes, pudiéndoles acompañar en la mejora de sus hábitos y estilo de vida. Este Universo acoge productos y servicios en parafarmacia, sección de alimentos específicos y una óptica inaugurada a finales de 2023 dentro del hipermercado de Pío XII (Madrid), que está disponible durante el horario de apertura del centro.

1^a 
óptica inaugurada en
el hipermercado Pío XII.



Comercio sin barreras

Practicar un comercio sin barreras es esencial para que todos los **clientes puedan comprar en igualdad de condiciones**. Por eso la totalidad de los hipermercados y un supermercado por zona de influencia, cuentan con bucles de inducción magnética para facilitar la comunicación con clientes con implantes cocleares o audífonos, así como con el sistema de video interpretación en Lengua de Signos SVisual, que permite comunicarse en tiempo real con personas signantes.

Las tiendas cuentan además con mostradores, probadores y balanzas adaptadas, así como cajas de salida con ancho especial, y algunas regulables en altura, para el paso de sillas de ruedas.





Caminando junto a nuestros proveedores para construir un futuro próspero

Alcampo realizó en el año 2023 **compras a 4.300 proveedores españoles por valor de 4.004 millones de €**. Esta cifra, que acoge productos y carburantes, supone un **incremento de un 7%** respecto al año anterior.

Si se tiene en cuenta solo el producto, el incremento asciende a un 15%. En este marco, además de los más de **3.526 millones de €** destinados a la adquisición de mercancía que es distribuida a todos los centros Alcampo, las tiendas realizaron compras a **1.150 productores locales** de su entorno más cercano, a los que ha adquirido mercancía por valor de **252 millones de €**.

Estos productores son en su **mayoría PYMES alimentarias del sector primario** que comercializan productos agrícolas, ganaderos o pesqueros propios de la zona, así como otros alimentos característicos del lugar donde se ubica Alcampo.

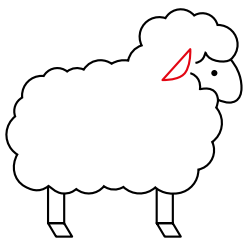
Alcampo realiza compras en **30 lonjas españolas** y **el 100% de la carne de cordero, pollo y cerdo que pone en sus lineales es nacional**, favoreciendo también la oferta de variedades autóctonas.

Asimismo, Alcampo **prioriza la compra de frutas y verduras de origen España**, limitando la importación a productos que no posee España, ante una excepcional escasez de productos o cuando ya ha finalizado la temporada nacional.

Esta apuesta firme y sincera, apoya el consumo consciente e impulsa la economía del país, favoreciendo la vertebración del sector primario, la repoblación de zonas rurales, el mantenimiento de tierras productivas y la biodiversidad local.

Más allá de adquirir y vender productos, **Alcampo trabaja para ponerlos en valor** e impulsar su conocimiento e incorporación a las cocinas de sus clientes, algo que desarrolla junto a interprofesionales como Interovic, Interporc o Provacuno, junto a Consejos Reguladores de Figuras de Calidad (de las que Alcampo ofrece 312 productos) como IXP Pan Galego, IGP Cítricos Valencianos o DOP Vinos de Madrid, entre otras.

En el caso de campañas de promoción de productos regionales o provinciales, Alcampo va de la mano de asociaciones de productores o de las propias Administraciones Públicas. En 2023, la compañía acogió campañas de productos de Andalucía, Aragón, Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha, así como de las provincias de Jaén y Granada.



100%

de la carne de cordero, pollo y cerdo de los lineales es nacional.



Madrid Rural, un ejemplo de colaboración con pequeños productores

Alcampo inició en 2023 su colaboración con Madrid Rural, mercado de proximidad distribución y comercialización de frutas y verduras locales de temporada, gracias al cual los **pequeños y medianos agricultores** del campo madrileño tienen acceso de manera sencilla y bajo una misma marca al mercado de gran consumo.

Trabajar en pro de la justicia social

Como empresa responsable, Alcampo crea o participa en programas que tienen el objetivo de **luchar contra la pobreza, la exclusión y la desigualdad social**. Y lo hace siempre en alianza con organizaciones de su entorno, junto a la comunidad, en colaboración con sus clientes y con la máxima implicación de su equipo. Además de la colaboración con acciones locales, en el corazón de cada territorio, en lo que invirtió unos 78.000 €, Alcampo celebra a nivel nacional las siguientes campañas, a las que ha aportado 285.000 €.

Desayunos y Meriendas Con Corazón



Celebrada la 11ª campaña organizada junto a Cruz Roja, Oney, Nhood y la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid para recaudar fondos que Cruz Roja entrega en tarjetas a familias en situación de vulnerabilidad, para la compra de alimentación.

A lo largo de una semana, en octubre de 2023, unas **3.200 personas voluntarias** participaron en más de **430 tiendas** Alcampo para concienciar sobre la importancia de participar. Los clientes de Alcampo donaron **121.580 €**. Por su parte, Alcampo entregó a Cruz Roja **110.000 €** y las empresas Oney y Nhood 3.000 € cada una. La recaudación total gozó de un incremento de casi un 10%.

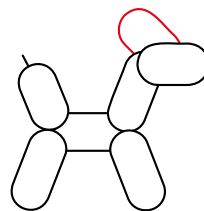


Ningún Niño Sin Juguete

A finales de 2023 Alcampo acogió en **80 centros** la campaña número 19, consiguiendo recaudar **11.560 juguetes nuevos**.



11.560



juguetes recaudados
en la campaña
Ningún Niño Sin
Juguete 2023.



Recogida de Material Escolar

Tras la celebración de esta campaña puesta en marcha en **78 tiendas** y enmarcada en la vuelta al cole, Alcampo entregó a diversas ONG 's locales más de **82.000 €** en material escolar. La campaña arrancó con una donación directa de material escolar por valor de 25.000 € realizada por Alcampo.

1 kilo de Ayuda

Alcampo vende tarjetas de 1, 3 o 5 € para destinar a los programas sociales que Fundación Altius pone en marcha para cubrir necesidades básicas de familias vulnerables, habiendo recaudado en un año **121.700 €**. En otoño de 2023 la Fundación Altius ha reconocido a Alcampo por su compromiso con la sociedad.

121.700 €

recaudados a través
de las tarjetas de
1 kilo de Ayuda.

Gran Recogida del Banco de Alimentos

Alcampo se volvió a sumar a la Gran Recogida de Banco de Alimentos en la que recaudó **218 Tn de alimentos y 406.560 €**, resultantes de 80.000 € donados por Alcampo y 326.560 € por los clientes. En Madrid, el Banco de Alimentos ha reconocido a Alcampo, ya en 2024, por su colaboración constante y su compromiso.

406.560 €
recaudados y
218
Tn de alimentos.



One Two Fun. Para apoyar la investigación jugamos todos

Alcampo colabora con la Fundación CRIS contra el cáncer desde 2019. El pasado año dio un paso más en su compromiso **donando un 1% de la cifra de venta de los juguetes de marca propia** de Alcampo One Two Fun, así como 2 € por cada venta del peluche solidario el castor Julio, un juguete exclusivo que Alcampo comercializa también bajo One Two Fun.

Tras la campaña navideña, Alcampo entregó **113.500 €** a la Fundación CRIS contra el cáncer, para dar apoyo a la Unidad CRIS Terapias Avanzadas en cáncer infantil en el Hospital Universitario La Paz (Madrid). Desde el inicio de la colaboración en 2019, Alcampo ha entregado casi **390.000 €** a Fundación CRIS contra el cáncer.



+75

aliados contra la Pobreza Infantil.

Alianza contra la pobreza

Alcampo se incorporó a la **Alianza País Pobreza Infantil Cero**, que por iniciativa del presidente del Gobierno, se puso en marcha para impulsar políticas y alianzas sociales que conviertan la erradicación de la pobreza infantil en un objetivo de Estado. Se trata de una iniciativa lanzada por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil que cuenta con más de 75 aliados y cuyo objetivo es cambiar la senda de la pobreza infantil en España, mediante la colaboración entre la Administración, empresas, fundaciones y el tercer sector. La Alianza País Pobreza Infantil Cero nace con dos metas: **garantizar una educación inclusiva y de calidad** y generar entornos saludables, positivos y seguros.



Un comercio con principios

El sistema de Ética, *Compliance* y Deber de Vigilancia de Alcampo implica a todas las personas de la empresa, como piedra angular para ejercer un negocio que garantice el **respeto a la ley, el cumplimiento de las normativas internas, y los valores y principios éticos** recogidos en la Carta Ética de Alcampo, una guía que recoge los estándares éticos de la organización, describiendo los principios más importantes que rigen la relación con cada uno de los grupos de interés: clientes, colaboradores, socios externos, accionistas y comunidad.

Esta Carta, declinada en la “Guía de Ética para el día a día” es conocida por la totalidad de la compañía, desarrollando además formaciones específicas en este marco ya cursadas por más de 17.500 personas. El Comité de Ética, que se reúne dos veces al año vela por el cumplimiento de esta

Carta Ética, además de reflexionar y debatir sobre aspectos relevantes desde el punto de vista ético que puedan afectar al negocio.

Complementado esta labor, el Comité de *Compliance* y Deber de Vigilancia, existente desde 2021, tiene la misión de garantizar el cumplimiento de las leyes, normas y directrices internas, con el acento puesto en el análisis de riesgos que pueden impactar de manera significativa en la organización.

Cualquier persona puede realizar una denuncia de incumplimiento de los principios recogidos en la Carta Ética a través de un **canal web de denuncias** abierto al público en general con acceso disponible desde las páginas web de la compañía.

Con el fin de acercar la *Compliance* a toda la plantilla, y hacerla comprensible, cada año se celebra la “*Compliance Week*” una semana en la que se llevan a cabo actividades de sensibilización entre los trabajadores animando las mismas con vídeos, presentaciones y juegos.



Alianzas estables, duraderas, transparentes

El 100% de las personas que trabajan en oficinas de compras y relaciones con proveedores están formadas en **compras responsables**.

El 100% de las relaciones comerciales en Alcampo se rigen por el **Código de Ética Comercial** Auchan, basado en los principios establecidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, las Líneas Directrices de la OCDE, la Declaración de la OIT de 1998 relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, así como en los 8 convenios fundamentales de la OIT.

Para velar por el cumplimiento, en un año se han realizado **auditorías sociales en 560 plantas** cuyo objetivo es conocer, a través de un auditor externo, el rendimiento de los productores y fabricantes respecto a factores de conformidad social recogidos en el Código de Ética Comercial. Del total, 355 se han realizado en España.

Estas auditorías sociales emplean metodologías internacionales reconocidas, siendo Auchan, a nivel internacional, miembro de la ICS⁷ y de la BSCI⁸.

Asimismo, cabe indicar que el 80% de los proveedores de servicios tienen la certificación Ecovadis que califica de manera global la sostenibilidad de empresas.



560
plantas
auditadas.

80%
proveedores
con certificación
Ecovadis.

7. Initiative for Compliance and Sustainability.

8. Business Social Compliance Initiative.





Cuidar el Planeta

La situación crítica de los ecosistemas terrestres plantea grandes desafíos que hay que asumir no sólo con responsabilidad sino con la valentía y la determinación que permitan a Alcampo estar a la vanguardia de grandes soluciones, innovar y tomar decisiones con agilidad para contribuir a frenar el cambio climático.

En este escenario, **Alcampo** incorpora a su Visión **cuidar el Planeta con una máxima de actuación**, aportando allá donde por su negocio pueda aportar, focalizando sus esfuerzos en la descarbonización de su actividad, la lucha contra el desperdicio alimentario, la reducción del consumo de plástico, el impulso de la economía circular y la conservación y recuperación de la biodiversidad.

Convencidos para actuar en la lucha contra el cambio climático

En el año 2010 Alcampo dio un paso al frente y publicó, por primera vez, su **Huella de Carbono**, una huella que ha evolucionado hasta estar, hoy por hoy, certificada por AENOR de conformidad con la norma ISO 14064-1:2018.

Esta publicación, además de mostrarse como un gesto de transparencia, puso sobre la mesa la necesidad de trazar un **Plan de Descarbonización** que comenzó a desarrollarse tímidamente para ser hoy, a nivel internacional, uno de los principales ejes de acción de la compañía.



Ante la emergencia climática, la compañía asume la responsabilidad de adaptarse para hacer frente a los cambios y riesgos provocados por el cambio climático y actuar con determinación para reducir su huella de carbono y la de toda la cadena de valor.

La comercialización de productos supone el 67% de las emisiones totales de Alcampo. Comunicar y **compartir los objetivos de descarbonización a los proveedores**, como parte esencial del proyecto es clave para avanzar en el proyecto de lucha contra el cambio climático. Precisamente bajo esta premisa, en febrero de 2023, Alcampo reunió a más de un millar de proveedores en el acto **“Alianzas por la Descarbonización”**. Durante este encuentro además de difundir información basada en ciencia y de compartir buenas prácticas de diferentes sectores que sirvieran de ejemplo, se puso el acento en la importancia de cuidar el equilibrio de los ecosistemas como elemento clave

para la vida presente y futura de cada uno de los habitantes del Planeta, utilizando para enviar este mensaje la música y la poesía que acompañaron el evento de la mano de la actriz y cantante Inma Cuevas y los músicos de la familia Aragón.

Los objetivos hasta 2043

aprobados por el SBTi se resumen en los siguientes puntos:

- **Alcances 1 y 2.** Reducción del 46% de emisiones en 2030 y alcanzar la neutralidad climática en 2043.
- **Alcance 3.** Reducción de un 25% las emisiones de CO₂eq debidas a la logística y la comercialización de productos en 2030.

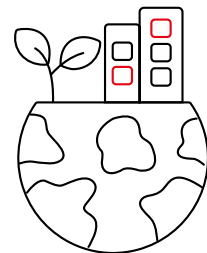


Los principales proyectos emprendidos para alcanzar estos objetivos se desarrollan, principalmente, en el campo del consumo y producción de energía, la descarbonización de la oferta en alianza con los productores y la evolución hacia un transporte más limpio.

Objetivo 2030:

-46%

de emisiones
sobre Alcances 1 y 2.



Más control, menos fugas

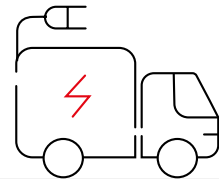
En el marco del Alcance 1 se miden las emisiones directas de GEI (Gases de Efecto Invernadero) provenientes de fuentes que pertenecen o son controladas por la organización, teniendo en cuenta emisiones debidas a la combustión de gas natural o de gasoil, así como las debidas a fugas de gases refrigerantes, trabajando Alcampo con intensidad en este último punto. Además, este año se han incluido por primera vez las emisiones debidas a la flota de vehículos propios adquiridos para la entrega de compra hecha online, de los que el **87% son íntegramente eléctricos**.

El objetivo de la compañía en 2023 era reducir un 10% las fugas de gases refrigerantes a tiendas comparables, habiendo alcanzado una **reducción del 11%** respecto al mismo período del año anterior.

Emisiones de Alcance 1

Las emisiones de CO₂eq para el Alcance 1 se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto y en valor relativo (por m² de sala de venta) un **84%**. Y con relación a 2022, pese a la inclusión de las emisiones de una flota de vehículos propios, éstas se han reducido un **17%** en valor absoluto y un **18%** en valor relativo.

-84%
reducción emisiones
Alcance 1 desde 2013.



Total Alcance 1

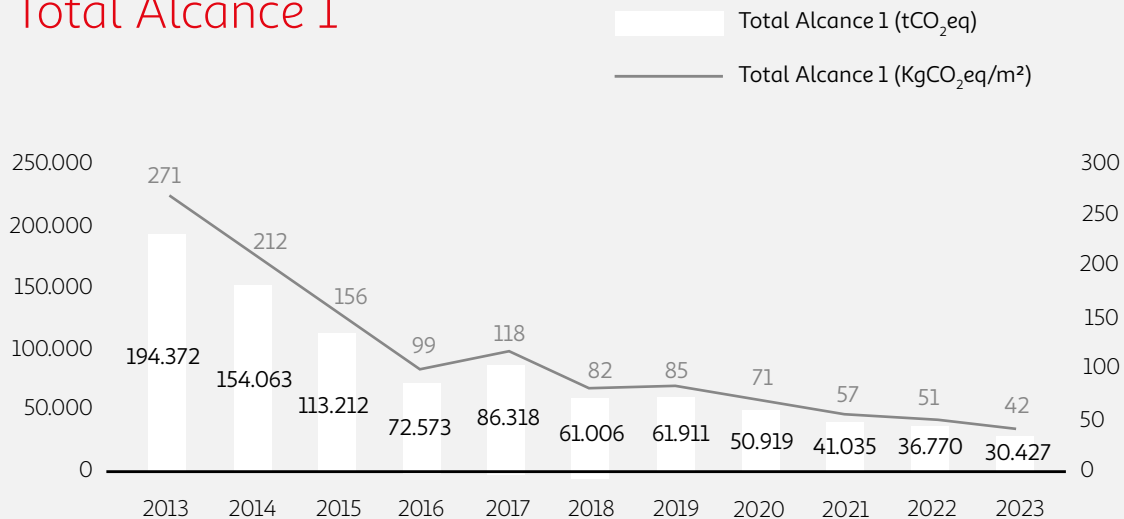


Gráfico 1. Alcance 1. Evolución de emisiones en valor absoluto y relativo desde año base (2013).


Energía limpia, energía propia

Desde mediados de 2018 las emisiones de CO₂eq relativas al consumo de electricidad, recogidas en el Alcance 2, **son cero** tras decidir utilizar única y exclusivamente energía procedente de fuentes renovables con certificado de garantía de origen en la totalidad de tiendas, almacenes y oficinas de Alcampo.

En 2023 Alcampo inició la instalación para el **autoconsumo de energía fotovoltaica** en sus centros de la mano del proveedor Helexia, habiendo incorporado las primeras en las cubiertas de los hipermercados de Teruel (Aragón) y el de Aranda de Duero (Castilla y León); compuestas por casi **1.100 paneles fotovoltaicos**, evitarán la emisión de 92 tCO₂eq. Estas instalaciones forman parte de los 15 proyectos que ambas empresas tienen previsto desarrollar en España, con el objetivo de auto consumir más de 16,2 GWh.

En paralelo, Alcampo firmó un acuerdo de alianza con Iberdrola por el cual la empresa energética suministrará **energía verde a todos los hipermercados y supermercados** de Alcampo en España a través de un contrato de compraventa a largo plazo o PPA off site.⁹

Iberdrola proporcionará a Alcampo 3.740 GWh de electricidad, a través de varias de sus instalaciones fotovoltaicas durante 11 años, procediendo principalmente de los parques fotovoltaicos Vellilla, en Palencia, que cuenta con una capacidad de 350 MW y de las plantas de Tagus I-IV, situadas en Alcántara (Cáceres), con 200 MW.

1.100 

paneles fotovoltaicos instalados en 2023.



9. Power Purchase Agreement.

El proyecto de eficiencia energética continúa

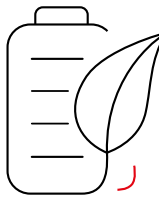
Para seguir avanzando en su proyecto de reducción de consumo de energía, iniciado en 2008, Alcampo realizó **inversiones superiores a 360.000 €** en 2023 destinadas a la realización de auditorías energéticas, según el procedimiento establecido en la ISO 50001:2018 (en el 46% de las tiendas), a la monitorización de las instalaciones de frío y al seguimiento de consumos eléctricos, entre otros.

Asimismo, se han realizado cambios de central de frío con tecnología más eficiente en cinco centros con la correspondiente instalación de muebles cerrados para productos que necesitan frío, estimando un ahorro energético de entre un 15% y un 20% aproximadamente, trabajos a los que ha destinado **8,7 millones de €**.

El módulo de formación en eficiencia energética, concebido como un básico de gestión, ha sido impartido a **4.200 personas en un año**, alcanzando un total de **13.270 personas** con los conocimientos clave para participar activamente en el objetivo de reducir el consumo de energía.

Con todo ello, el consumo de kWh/m² de sala de ventas ha **disminuido un 22%** con relación al año base 2013 y un 2,3% con relación a 2022.

8,7
millones de €
invertidos en ahorro
energético.



Alcance 2

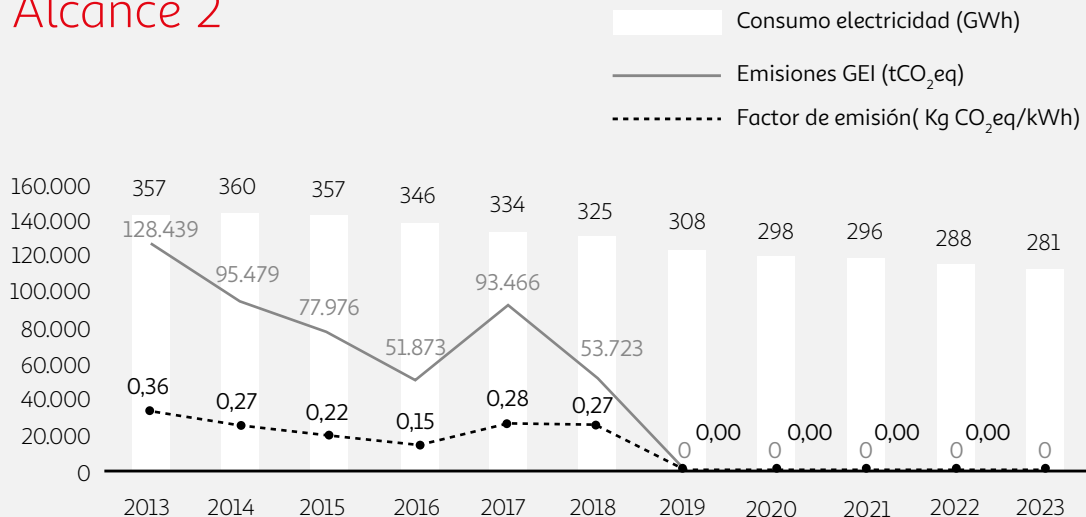


Gráfico 2. Alcance 2. Evolución del consumo de electricidad y emisiones GEI desde año base (2013).



Apaga la luz.
Dale una Vuelta
al Planeta.

Vivimos el reto más importante de nuestras vidas: ganar la carrera de la emergencia climática. Debemos actuar ya y reducir nuestro consumo energético. El tiempo corre, pero tú puedes correr más. Pasa a la acción, apaga la luz, suma km y Dale una Vuelta al Planeta.

25 de marzo 20:30
Apaga la luz y suma kilómetros en
horadelplaneta.es

Alcampo
60 ANIVERSARIO
WWF

La Hora del Planeta

Un año más **Alcampo** se sumó a la **Hora del Planeta** (en 2023 y también en 2024) para llamar la atención sobre el cambio climático, apagando los rótulos de sus establecimientos en la fecha indicada cada año. La Hora del Planeta es el apagón voluntario puesto en marcha por la organización **WWF** para concienciar que la naturaleza es el sistema de soporte vital de La Tierra.



Actuar con los productores en el ciclo de vida de los productos

Las emisiones vinculadas a la comercialización de productos suponen más del 67% de las emisiones totales generadas por Alcampo anualmente, lo que implica la imperiosa necesidad de trabajar de la mano y en alianza con los productores.

Para cumplir con el compromiso de reducción de emisiones debidas a la comercialización de los productos, Alcampo ha establecido un plan de trabajo basado en la **sensibilización, apoyo y establecimiento de compromiso de reducción** con los proveedores, sensibilización y formación a los equipos que forman parte de la dirección de Producto y propuesta de una oferta descarbonizada.

Sensibilizar, apoyar y establecer compromisos de reducción con los proveedores

El primer paso en el proyecto de reducción fue comunicar a los proveedores de Alcampo los objetivos en el acto “Alianzas por la Descarbonización” indicado con anterioridad y profundizar de la mano de expertos en los ejes de trabajo propuestos.

Asimismo, Alcampo se comprometió a avanzar en la **digitalización del intercambio y seguimiento de las emisiones** de sus proveedores, así como en su acompañamiento, además de en la inclusión de una cláusula relativa a la reducción de emisiones en los convenios comerciales en la que se los proveedores se comprometen a medir su huella de carbono y establecer planes de descarbonización con 2025 como fecha tope.

Alcampo participa en grupos de trabajo internacionales y ya ha diseñado **una herramienta para el intercambio de información** relativa a las emisiones de CO₂ con sus proveedores, que será puesta en marcha en 2024. El objetivo de esta herramienta es facilitar este intercambio



de información, disponer de información fiable, trazable y que le permita hacer seguimiento de los objetivos que se ha fijado.

Paralelamente, Alcampo ha trabajado, entre otros, para **medir la madurez climática** a través de un cuestionario enviado a los proveedores que pertenecen a mercados con más emisiones, y dentro de estos, aquellos con más peso en la cifra de negocio: los frescos de mercado y la gran mayoría de alimentación en libre servicio. Esta medición ha permitido definir los modelos de acompañamiento o las actuaciones a llevar a cabo con cada proveedor. En total se ha contado con la participación de **339 proveedores de alimentación**, con una tasa de respuesta del 99%. Respecto a los resultados el 7% tienen un alto nivel de madurez, el 28% un nivel medio y el 65% un nivel bajo.

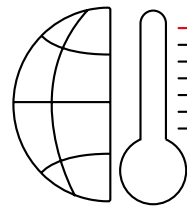


Formar a los equipos para aprender, comprender y asumir el reto

En un año **6.170 personas han recibido formación sobre el clima**. Para la formación de clima se establecieron dos modalidades: presencial u online.

En presencial se lleva tiempo trabajando con “El mural del clima” concebido por *Cédric Ringenbach*, un taller lúdico, colaborativo y creativo sobre el cambio climático que permite descubrir el funcionamiento del clima, así como las causas y consecuencias del cambio climático y que fue cursado por un centenar de personas.

En la modalidad *e-learning* a lo largo de 2023 se desarrollaron 7 módulos a nivel internacional para diferentes oficios de los que 4 ya están en activo: uno para *managers*, otro para colaboradores, otro específico para los profesionales de la Dirección de Logística y otro para los profesionales de la Dirección de Producto (que prescribe la oferta y desarrolla la compra de productos), impartido por la empresa Byo, con el fin de hacer comprender el contexto y los desafíos climáticos, dotar a los equipos de las herramientas necesarias para introducir la descarbonización de la oferta en sus procesos de trabajo así como en la negociación con los proveedores.



6.170
personas han recibido
formación sobre el
clima en 2023.



Una oferta descarbonizada

Una de las acciones puestas en marcha para avanzar en una oferta descarbonizada, ha sido la participación en el “Proyecto Asoprovac (Asociación Española de Productores de Vacuno de Carne) Ganadería Vacuno y Leche”, para **acompañar a varios ganaderos de productos de marca propia a calcular su huella de carbono** y establecer planes de descarbonización. En esta línea, se está trabajando en una guía de “Buenas Prácticas Agrícolas” como punto de partida para avanzar de la mano de los agricultores con los que Alcampo trabaja.

En este marco de promover una oferta descarbonizada **se impulsa la oferta vegetariana y vegana, así como los productos y servicios circulares**. También se trabaja en evolucionar todo lo relativo a política de bosques en su amplio sentido, todo ello desarrollado en otros puntos.



93

supermercados hacen reparto con movilidad urbana sostenible.

Una logística más eficiente

Alcampo lleva tiempo trabajando en la reducción de emisiones de CO₂eq actuando en el transporte de los almacenes a las tiendas, así como el de última milla, de las tiendas al destino seleccionado por el cliente.

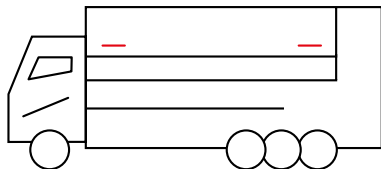
De los almacenes a Alcampo

El **86% de los camiones** utilizados son certificados Euro 6, y además se está trabajando en la optimización de la carga y el aumento de la eficiencia de los camiones, buscando utilizar nuevas formas de transporte como dúo tráiler (44 Tn) o mega tráiler en aquellas rutas en las que por volumen es factible.

De Alcampo al cliente

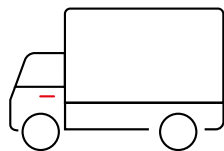
Avanzando con paso firme, en la Comunidad de Madrid, enmarcado en el proyecto de proximidad digital se llevó a cabo un **proceso de internalización del servicio de reparto**, incorporando además de plantilla propia de conductores/as, una flota de 26 pequeños camiones eléctricos y 4 híbridos.

Además, en colaboración con la empresa Revolt, 93 supermercados hacen reparto de las compras a pie o con vehículos que aseguran una movilidad urbana sostenible como patinetes o triciclos eléctricos.



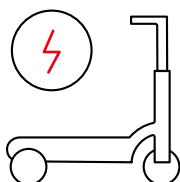
86%

de los camiones utilizados son certificado Euro 6.



26

camiones eléctricos y 4 híbridos en la Comunidad de Madrid.



Operación “Cero Desperdicio Alimentario”

El objetivo de Auchan, a nivel internacional es lograr **0% de desperdicio alimentario en 2032**. Por eso, Alcampo que lleva años fuertemente comprometido con esta meta, emprende en un proceso de mejora continua diferentes acciones que, bajo su programa **“Alcampo y tú sin desperdicio”** ponen el acento en la prevención y mejora de sus procesos, en la formación de sus colaboradores y también en la sensibilización de clientes y de la sociedad en general.

Gracias a todo el trabajo desarrollado Alcampo ha mejorado la tasa de desperdicio alimentario un **13%** en 2023.

En un año **4.200 personas** han recibido formación orientada a la concienciación para reducir el desperdicio alimentario, a fomentarlo dando consejos a los clientes y a actuar en las tiendas diariamente para reducirlo. En total, teniendo en cuenta cifras de años anteriores, casi 15.000 colaboradores han participado ya en esta formación, suponiendo un **66% de la plantilla**.

En el marco de la concienciación, Alcampo se sumó una vez más a la VI Semana contra el Desperdicio Alimentario organizada por AECOC que coincide con el Día Internacional de Conciencia de la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos, que se conmemora el 29 de septiembre.

Respecto a la propia gestión, la compañía está revisando todos los procesos internos para identificar las causas que provocan el desperdicio alimentario y poder así trabajar sobre ellas para eliminarlas compartiendo en interno aquellas buenas prácticas identificadas.

Además, Alcampo ha puesto en marcha, en interno, el proyecto de animación **“Reto Desperdicio”** cuyo objetivo es movilizar a toda la compañía a reducir el desperdicio, premiando a los equipos con menor tasa de desperdicio y a aquellos que más consiguen reducirlo.

El grupo, a nivel internacional, implantó la solución **Smartway** basada en inteligencia artificial para gestionar el excedente alimentario que identifica en los lineales los productos cuya fecha de caducidad se acerca, elige la opción adecuada para rebajarlos o donarlos, aplica el porcentaje de reducción de precio adecuado e imprime las etiquetas. Esta solución se implementará en España a lo largo de 2024.



Soluciones para aprovechar al máximo la vida de los alimentos

Desde 2019 Alcampo cuenta con una alianza con Too Good To Go disponible en todos los centros propios a través de la cual los usuarios de esta aplicación pueden salvar packs de alimentos que están llegando al final de su vida útil. En el último año **se han salvado 271.665 packs**, lo que supone **680 Tn CO₂eq** que se ha evitado emitir a la atmósfera.

680
Tn CO₂eq evitadas
en 2023.

La venta de packs se ha incrementado **más de un 40%**, entre otros motivos por la incorporación a Too Good To Go de las más de 200 tiendas adquiridas a Grupo DIA. La cifra de evolución a centros comparables asciende a 2,7%.

Otra de las acciones llevadas a cabo es la rebaja del precio (entre un 10% y un 50%) de los productos con caducidad próxima, proyecto iniciado en 2021. Con esta medida, en un año se han evitado desperdiciar casi **7,5 millones de artículos**.

Asimismo, Alcampo realiza donaciones de productos alimentarios a Banco de Alimentos y otras organizaciones sociales del entorno de cada tienda, habiendo donado en el periodo de reporting productos por valor de **más de 1,14 millones de €**.

Una de las novedades puestas en marcha, ya en 2024, ha sido **"Happy Box"**, una cesta de frutas y verduras que han perdido alguna de las condiciones establecidas para su comercialización, pero que se encuentran en perfecto estado para ser consumidas. Estas cestas están disponibles por 2,99 € en caso de contener 5 kilos de frutas y verduras y de 0,99 € en el caso de contener 2 kilos.

Desperdicio no alimentario

Además de trabajar para evitar el desperdicio alimentario, Alcampo también colabora con organizaciones en la donación de productos de no alimentación, destacando la colaboración con Cáritas, a quien ha donado en un año **6.700 Kg de prendas textiles**.





Economía Circular

Alcampo alcanzó en 2023 una **tasa de valorización de residuos del 92%** periodo en el que incorporó 6 centros más a su proyecto residuo cero, contando en la actualidad con 41 hipermercados y 3 plataformas logísticas donde el conjunto de sus residuos son segregados y valorizados.

En un año se han valorizado más de **43.650 Tn** de residuos como cartón, plástico, chatarra, madera, palets, pilas, fluorescentes, compost, RAEEs (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos), etc.

Productos y proyectos redondos

Estas acciones encaminadas a aprovechar los recursos y aplicar un nuevo valor a los desechos para que el ciclo de vida de los objetos sea largo y variable, son la esencia de la economía circular.

Para avanzar, Alcampo cuenta con alianzas con proveedores que apuestan también por la economía circular, creando territorios de inteligencia y creatividad compartida.

En este marco de creación poderosa se han desarrollado varios productos como un sustrato universal de marca propia fabricado con compost con un 10% de residuos orgánicos de los hipermercados Alcampo, así como un petfood también de marca propia fabricado con harinas procedentes de subproductos cárnicos de las propias carnicerías, habiendo introducido en 2023, 8 nuevas referencias e incluido para su fabricación subproductos de las pescaderías de Alcampo. En total para fabricar más de 200.000 unidades de petfood en el pasado año, se destinaron 782 Tn de residuos de carne y 44 Tn de residuos de pescado. En el caso del sustrato universal, en 2023 se han vendido 25.950 sacos de 20 litros, habiendo destinado a su fabricación 36.320 kilos de residuos orgánicos.

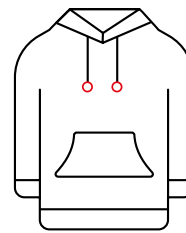


Pan-cerveza-cerveza-pan

El último producto, o proyecto con dos productos desarrollado, nace del acuerdo con la cervecera arandina Mica, que fabrica cerveza artesanal elaborada con el pan sobrante recogido en el hipermercado Alcampo de Aranda de Duero (Burgos). Dando una vuelta de tuerca en el universo de ingenio en pro de la circularidad, el bagazo de malta de cebada derivado de la fabricación de la cerveza es recogido por el hipermercado Alcampo de la localidad burgalesa, donde los profesionales de panadería crean en sus obradores **el primer pan elaborado a base de este producto.**

Moda re-, moda infinita

Alcampo ha continuado instalando córners de ropa de segunda mano en colaboración con Moda re- de Cáritas, proyecto que inició en el año 2021 y que cuenta, tras la apertura del último espacio en el centro de Torrejón (Madrid), ya en 2024, con **27 córners.** En 2023 Alcampo inauguró 10 nuevos espacios. Desde el inicio del proyecto se han **vendido 300.000 prendas de segunda mano.**



10
nuevos espacios
de Moda re-
inaugurados en 2023.

300.000
prendas vendidas de
segunda mano desde
2021.

Tecnología reacondicionada

En 2018 Alcampo incorporó a sus hipermercados una experiencia pionera en la distribución: la **venta de productos tecnológicos reacondicionados**, proyecto emprendido de la mano de la malagueña Reware. Presente en **53 tiendas**, en 2023 se vendieron casi **3.100 unidades**, experimentando un crecimiento del 13%.

Carros y cestas que llegan a buen puerto

14 hipermercados y supermercados más han introducido carros y cestas de compra fabricados con un **25% de residuos de cabos y redes de pesca reciclados**, una experiencia pionera que vio la luz en el año 2020 y que hoy ha conseguido "atrapar en su red" a 94 tiendas.



3.100
productos tecnológicos
reacondicionados
vendidos en 2023.

124
ecoparques para
la segregación y reciclaje
de residuos.

Reciclar es fácil en Alcampo

En febrero de 2024 diez centros comerciales ubicados en Alicante, Barcelona, Burgos y Madrid, gestionados por Nhood, donde se encuentran nuestros hipermercados, han instalado **contenedores inteligentes** únicos en Europa para recoger residuos de lámparas, pilas y pequeños aparatos eléctricos, además de tubos fluorescentes. Gracias a la conectividad y actualización remota el contenedor envía señal automática sobre el nivel de llenado, así como una notificación de cuándo se debe vaciar, bloqueando las puertas cuando el contenedor esté lleno. Estos contenedores son una iniciativa de “El Reciclado Inteligente”, promovida por varias empresas gestoras de residuos como Ambilamp, Ecotic y Ecopilas, entre otras.



En total Alcampo cuenta con **124 ecoparques** (cuatro más que el pasado año) para facilitar el acto de segregación y reciclaje de residuos a sus clientes. Además, ofrece dentro de sus propias tiendas un servicio de recogida de cartuchos de impresora de los que en 2023 ha recogido más de **2.000 habiendo reciclado el 56%**.

Para que los clientes puedan también segregar la ropa usada, Alcampo colabora con Cáritas instalando contenedores, presentes ya en 46 parkings de sus centros, en los que se han recogido en un año **364 Tn.**

El conocimiento empírico de proyectos de circularidad en los centros educativos

Siguiendo la estela de años anteriores Alcampo volvió a participar en ponencias, encuentros y exposiciones para mostrar sus productos y proyectos diseñados en base a la economía circular. En esta ocasión fue en Santiago de Compostela, en el Encuentro Universidad- Empresa sobre Economía Circular organizado por la USC, el Concello de Santiago y el Grupo de Trabajo de Economía Circular WAS (*Woman Action Sustainability*).

No Plastic

Alcampo trabaja día a día para hacer realidad su **Política de Plásticos**, cuyos principales objetivos son que en 2025 el 100% de sus envases plásticos sean reciclables, compostables y/o reutilizables, así como incorporar material reciclado a sus envases y reducir un 50% en 2050 los envases de plástico que se ponen en el mercado.

La reciclabilidad lograda en envases de productos frescos de mercado es del **70%**, cifra que alcanza el **90% en los de marca propia**.

Trabajando para profesionalizar y hacer evolucionar la labor de cada profesional de Alcampo, en 2023 se incluyó una **formación específica sobre plástico** que consta de cuatro módulos en modalidad presencial y *e-learning* y está destinada a un público objetivo de unas **280 personas** y que ya ha sido finalizada por el 50% de dicho público.





Actuar en la marca propia

En 2008 Alcampo inició un proyecto para concebir y diseñar los envases de sus productos utilizando menos materias primas y que, las usadas, tengan en cuenta todo el ciclo de vida del envase. Además de aplicar estos principios a las nuevas creaciones, el equipo Alcampo trabaja junto a especialistas para estudiar cada envase puesto en el mercado y proyectar los cambios precisos para hacerlo evolucionar a un envase más adecuado. A lo largo del pasado ejercicio se **han evitado 14,7 Tn de envases y embalajes**, cifra que asciende a **casi 700 Tn** si se tiene en cuenta el proyecto desde el principio.

Como ejemplos, entre otros, se ha eliminado la tapa de plástico de los cafés refrigerados, reduciendo así 8 Tn de plástico (PET), se ha aumentado el porcentaje de material reciclado en los film de agrupación de las latas de cerveza con una reducción de 0,77 Tn de plástico virgen (Polietileno), se ha cambiado de caja cerrada en todas las bebidas vegetales a cajas abiertas con un ahorro de 6,9 Tn de cartón, se ha sustituido el asa de plástico a papel, en la arena para gatos absorbente con un ahorro de 0,49 Tn de plástico (Polipropileno).

Además, cabe indicar que el **100% de los envases de marca propia** presentados en brik o que incorporan papel o cartón en el envase, cuentan con **certificación o bien FSC o PEFC**.



14,7 Tn de envases y embalajes evitados en 2023.

Innovación para los envases de nuestros frescos

En años anteriores Alcampo ya dio el paso para sustituir el porex para adaptar al libre servicio productos de frutería y panadería, habiendo sustituido este material por cajas y bandejas de cartón.

A lo largo de 2023 la compañía ha desarrollado proyectos en sus bistrós y mostradores de platos preparados, así como en pescadería con proyectos orientados a sustituir plásticos por otros envases y a mejorar la reciclabilidad.

En bistrós y mostradores de platos preparados ha sustituido los envases de plástico (mayoritariamente polipropileno), por envases cuyas materias primas tienen un origen renovable como bandejas termosellables de fibra natural y biofilm, cartón kraft o aquellos fabricados con pulpa de caña de azúcar. Con este paso, se estima una reciclabilidad entre un 95% y un 100% y una reducción anual de 35 Tn de plástico.

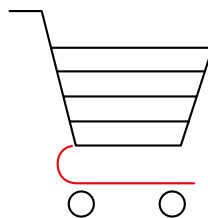
En modo test, disponible sólo en algunos mostradores de platos preparados, se ha incorporado una bolsa de papel con una capa de polímero aislante destinada a los pollos asados, sustituyendo al envase de polipropileno.

En pescadería se ha avanzado en la reciclabilidad de los sobres utilizados para envolver los productos tras eliminar una de las capas de polímero incorporada sobre la de celulosa y así poder separar plástico de papel y reciclar cada parte en el contenedor correspondiente.

Con todas las acciones llevadas a cabo se ha evitado el uso de **78 Tn de plástico**.



78
Tn de plástico
evitadas de los
envases.



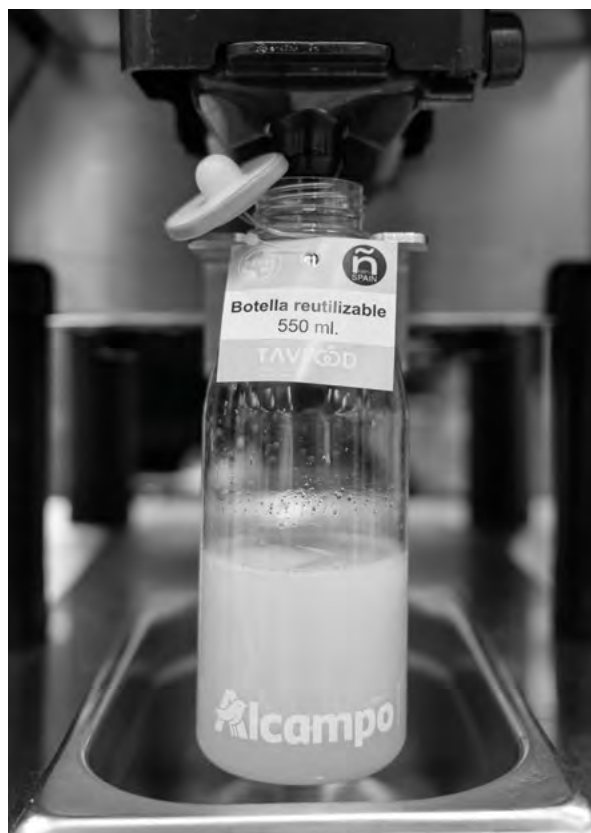
950
referencias
a granel en
88 tiendas

Directamente sin envases

Desde el año 2012 Alcampo ofrece el servicio de **compra a granel** para que los clientes compren solo la cantidad que necesitan. Desde 2012 Alcampo ofrece la opción de venta a granel en 88 tiendas contando con un surtido de unas **950 referencias**. Además, 15 de dichas tiendas cuentan con un surtido de un centenar de productos ecológicos a granel y algunas cuentan con congelados, con un surtido que va desde pescado a fruta.

Desde el año 2020 los clientes **pueden traer su propio envase** para hacer la compra en mostradores, así como reutilizar las bolsas de malla que se ofrecen en frutería para pesar sus frutas y verduras a granel una y otra vez.

Como novedad, en el inicio de 2024, Alcampo ha incorporado **botellas reutilizables** para adquirir los zumos recién exprimidos en las tiendas. Estas botellas se adquieren una única vez y soportan 100 lavados.





Conservar y recuperar la biodiversidad, velar por la vida del Planeta

Conservar la biodiversidad y los ecosistemas marinos y terrestres para asegurar la vida es una responsabilidad de la Humanidad que, sin duda, asume Alcampo incluyéndolo en su propia Visión.

Lo hace incorporando la dimensión de biodiversidad en las actividades propias de su comercio a lo largo de su cadena de suministro, creando, cumpliendo y compartiendo políticas que permitan luchar **contra la destrucción y deforestación de los bosques, el cuidado de los océanos como fuentes de vida y de los ecosistemas naturales**, un trabajo esencial para preservar el espacio natural de los pueblos autóctonos y las comunidades locales.



Apoyar la recuperación de variedades autóctonas

Alcampo trabaja también con ganaderos y agricultores para poner en sus lineales **variedades autóctonas tanto animales como vegetales** haciendo lo que mejor sabe hacer: comercio. Y lo hace además con la convicción de que volver a integrar estos productos en la cesta de la compra aumentará la demanda, generará opciones de desarrollo y redundará en la recuperación y conservación de especies que un día formaron parte del territorio y que hoy prácticamente han desaparecido, si no lo han hecho ya.

En este sentido la empresa colabora con productores de especies porcinas autóctonas como porco celta de Galicia, porc negro en Mallorca, vaca parda de Montaña, y cerdo blanco y negro canario, habiendo adquirido en total unos **18.000 Kg** para distribuir en los hipermercados y supermercados de cada zona. Además de estas variedades, Alcampo trabaja con cabrito malagueño y ternera canaria, colaborando, además, en un proyecto de recuperación de gallina castellana. No son proyectos de grandes dimensiones económicas, pero sí de un impacto positivo elevado en la biodiversidad.



Objetivo: recuperar la Gallina negra castellana

La Fondation Auchan apoyó el **Proyecto “Pío Pío”**, desarrollado por la Asociación Huerteco junto con el equipo de las tiendas de Burgos. Este proyecto ofrece la posibilidad a los centros escolares de participar en el proceso de incubación y cuidado de huevos de una raza autóctona de gallinas en vías de extinción: la gallina castellana. Los alumnos de estos centros pueden interactuar con los gallineros instalados en los centros escolares, alimentar y cuidar a las gallinas y recoger diariamente los huevos.

Además de las variedades de origen animal, Alcampo pone en sus lineales otras hortofrutícolas, origen de su apuesta por la **recuperación de variedades autóctonas**. En este sentido ofrece en temporada tomates de Madrid o de Mutxamiel (Alicante) y melones de Madrid.



Nadar en la vida de nuestros mares

En 2010 Alcampo dio los primeros pasos en su **Política de Pesca Sostenible**, que ha ido evolucionando en función del estado de los propios ecosistemas marinos. La política se basa en puntos de obligado cumplimiento como luchar contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR), no comercializar especies en peligro, asegurar la sostenibilidad y biodiversidad de los recursos y ecosistemas acuáticos a través, entre otros, del apoyo a la creación de Reservas Marinas, y crear alianzas orientadas a la conservación de los océanos.

En este sentido, desde el año 2017 Alcampo colabora con la ONG *Sustainable Fisheries Partnership* (SFP) para apoyar el monitoreo y seguimiento de las pesquerías de origen de los productos pesqueros que Alcampo comercializa y además promover buenas prácticas entre los proveedores de la compañía.



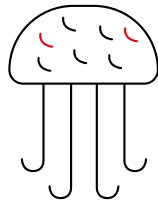
Productos con certificado de pesca sostenible

Alcampo favorece la inclusión de productos pesqueros certificados contando con **69 productos certificados MSC** (*Marine Stewardship Council*), 14 de ellos de marca propia, así como 10 productos certificados ASC (*Aquaculture Stewardship Council*), siendo 6 de ellos de marca propia.

En 2023 Alcampo fue galardonada por MSC (*Marine Stewardship Council*) con el Premio "Mares Para Siempre" en la categoría de "Conservas Marca Distribución", galardón que reconoce el esfuerzo y apuesta de Alcampo por la pesca sostenible.

69

productos certificados MSC, 14 de ellos de marca propia.



Con el espíritu de avanzar en su Política de Pesca Sostenible, en diciembre de 2023 Alcampo incorporó el primero con certificado *Marine Stewardship Council* de marca propia, procedente de la costa española. Este pulpo, que se comercializa en patas cocidas bajo la marca gourmet Auchan Collection, se captura en las aguas del mar Cantábrico, concretamente en el Golfo de Vizcaya (en FAO 27), por la pesquería artesanal de pulpo de Asturias occidental y se trata, posteriormente, por la empresa Congelados y Frescos del Mar S.A situada en la madrileña localidad de Getafe en cuya elaboración sólo usa, sal y laurel en la cocción.

Además de trabajar en pro de la incorporación de referencias certificadas, para impulsar el conocimiento del sello MSC, así como la venta de productos que lo lucen, Alcampo se sumó un año más a la campaña "Mares para Siempre".



Bienestar Animal

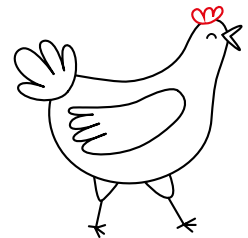
En 2020 Alcampo hizo pública su **Política de Bienestar Animal** donde fijó hasta 2026 los compromisos, actualizando su grado de cumplimiento año a año.

Cumplidos los relativos a **comercialización de huevos que en el 100% son de gallinas no criadas en jaulas ni en sistemas combinados** (en caso de marcas de fabricantes el porcentaje de cumplimiento es del 63%), los siguientes pasos de cara al futuro son que el 100% de los productos que contengan huevo como alguno de sus ingredientes, procederán de gallinas no criadas en jaulas ni en sistemas combinados, en 2024 para los productos con sello Cultivamos lo Bueno (compromiso ya cumplido) y en 2025 para el resto de marca propia, habiendo alcanzado ya un 22% de cumplimiento.

Asimismo, Alcampo se adhirió al **Compromiso Europeo del Pollo** para garantizar que el 100%

del pollo fresco, congelado, así como productos procesados (que contengan más del 50% de pollo) cumplan con los requisitos marcados por dicho compromiso para todas sus marcas propias. A final de 2023 los datos de evolución por compromiso son los siguientes: Cumplimiento de la legislación y regulación de la UE en materia de Bienestar Animal (100%), aturdimiento atmosférico (85%), cría con los estándares medioambientales mejorados (57%), la densidad de almacenamiento menor 30kg/m² (54%) y la incorporación de razas de crecimiento lento (15%).¹⁰

100%
de los huevos de
marca propia son
de gallinas no
criadas en jaula.



10. Los % de cumplimiento corresponden al volumen total de ventas de los productos de pollo fresco y elaborados de pollo en los segmentos de pollo certificado, pollo campero y pollo campero tradicional de marca propia bajo el sello Cultivamos lo Bueno.

Certificación en Bienestar Animal Welfair® para Alcampo

Alcampo ha logrado en 2024 la certificación en Bienestar Animal bajo el sello Welfair® tras el trabajo desarrollado con **11 de sus 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 del cochinillo de marca propia y de la carne de porcino duroc también bajo el programa Cultivamos lo Bueno.

Esta carne se corta, envasa y etiqueta a diario en los obradores de los hipermercados. También el vacuno Villa del Monte certificado Welfair Quality®, se puede encontrar en los lineales y mostradores de los supermercados, al haber sido certificada la Industria Cárnica Cesaraugusta, propiedad de Alcampo, donde se prepara esta carne para la distribución a las tiendas.



2024
Certificación en
Bienestar Animal
Welfair® para
Alcampo.



Oxígeno para los bosques

Todos los productos de madera y derivados de marca propia cuentan con **certificación como FSC o PEFC**, además el 100% de aceite de palma que utiliza en la elaboración de sus productos de marca propia cuando éste no puede ser sustituido por otra grasa, es de origen certificado en sostenibilidad. Esos son dos de los compromisos adquiridos por Alcampo en su **Política de Bosques**, en revisión.

En el marco de la deforestación importada, Alcampo trabaja de la mano de la ONG *Earthworm*, participando en la “Campaña Grupo de Soja”, que tiene como fin la implementación de una estrategia colectiva para asegurar el abastecimiento de soja libre de deforestación y conversión. En este aspecto también, 54 de las 82 referencias de café de marca propia y 25 de las 42 de chocolate, están certificadas con el sello *Rainforest Alliance*.

Además, la compañía dejó de comercializar carne de vacuno procedente de Brasil en 2023, carne mayoritariamente consumida en las tiendas de las Islas Canarias.

54
referencias de café
marca propia y
25
referencias de
chocolate con sello
Rainforest Alliance.





Nos plantamos ante la deforestación

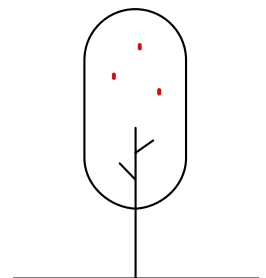
Desde 2011 Alcampo participa en un proyecto de **restauración forestal** en el municipio toledano de Tembleque, donde debido a las actividades agrarias de carácter intensivo, desaparecieron la mayor parte de los encinares autóctonos, quedando únicamente pequeñas manchas de vegetación.

Año a año Alcampo ha apoyado el cuidado de este bosque en el que centenares de voluntarios de la compañía han plantado **más de 5.000 encinas, coscojas, espinos negros o romero**, con el objetivo de que vuelva a crecer y ser fuente de vida y refugio para los animales que un día lo poblaron.

En 2024, cuatro decenas de voluntarios participaron en una jornada de voluntariado para llevar a cabo la reposición de marras, o ejemplares plantados anteriormente que no habían sobrevivido. En total se plantaron 150 plantas de espino y espino negro, dos especies autóctonas muy representativas del ecosistema de la zona que atraerán a la fauna autóctona tanto por sus frutos como por el cobijo que proporcionan.

Reforestación en el corazón de las Médulas

En marzo de 2024, un equipo de 30 personas de Alcampo en Castilla y León participaron en una jornada de reforestación **plantando más de 100 castaños** sobre una superficie de una hectárea en el término municipal de Orellán, en pleno Monumento Natural de Las Médulas, que resultó calcinada en un incendio y afectada por diversas enfermedades. Esta acción, coordinada de la mano de PEFC y Cesefor se realizó para **compensar la huella de carbono** que supuso la celebración, en febrero de 2023, del evento “Alianzas por la Descarbonización”.







Objetivos de Desarrollo Sostenible



Alineando su estrategia con las prioridades globales, Alcampo ha identificado aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios por su actividad.



Se han evaluado los impactos en la cadena de valor teniendo en cuenta la opinión de sus grupos de interés, identificando como prioritaria su contribución a la consecución de los **ODS 2, 8, 12 y 13.**


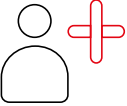


ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>2.1</p> 	<p>De aquí a 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones de vulnerabilidad, incluidos los niños menores de 1 año, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.</p>	<p>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.</p>	<p>Campaña Desayunos y Meriendas Con Corazón junto con Cruz Roja: 231.581 € destinados a la compra de alimentos para familias vulnerables.</p> <p>Gran Recogida de Alimentos de Fesbal: donaciones de clientes por valor de 326.556 € y 218.098 kilos y donación de Alcampo por valor de 80.000 €.</p> <p>La Fondation Auchan ha apoyado 5 proyectos que contribuyen a la buena alimentación, con una donación total de 270.965 €.</p>
<p>2.3</p> 	<p>De aquí a 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los ganaderos y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos e insumos de producción y a los conocimientos, los servicios financieros, los mercados y las oportunidades para añadir valor y obtener empleos no agrícolas.</p>	<p>Promover la oferta de productos locales y de proximidad.</p> <p>Promover la oferta de productos de Comercio Justo.</p>	<p>Acuerdos con 1.150 productores locales realizando compras anuales por valor de 252 millones de €.</p> <p>Comercialización de 51 productos de Comercio Justo de los que 6 son de marca propia.</p> <p>Celebración de la Quincena de Comercio Justo 2023: +12% de incremento de ventas.</p>


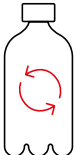

ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>2.4</p> 	<p>De aquí a 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad de la tierra y el suelo.</p>	<p>Aplicar la Política de Bienestar Animal de Alcampo en los productos de marcas propias y a los productos de proveedor: requisitos Alcampo de Bienestar Animal, el uso responsable de antibióticos en las explotaciones ganaderas, avícolas y acuícolas y los requisitos Pacto Europeo del Pollo.</p> <p>Promover la venta de productos bajo el sello Cultivamos lo Bueno: programa que garantiza las prácticas respetuosas con el medioambiente y el Bienestar Animal.</p> <p>Incorporar a la oferta productos con sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).</p> <p>Promover la comercialización de productos ecológicos.</p>	<p>El 100% de huevos de marca propia Alcampo y el 63% de los huevos de proveedores proceden de gallinas no criadas en jaulas ni en sistemas combinados.</p> <p>100% de los proveedores bajo el sello Cultivamos lo Bueno cumplen los requisitos de Bienestar Animal de ellos 57 productos cárnicos cuentan con certificación de Bienestar Animal Welfair®.</p> <p>250 productos bajo el sello Cultivamos lo Bueno.</p> <p>312 productos con sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP), de ellos 35 productos de marca propia Auchan Selection.</p> <p>2.470 productos ecológicos, de los que unos 230 son de marca propia y 78 han sido desarrollados bajo el programa Cultivamos lo Bueno.</p>


ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>2.5</p> 	<p>De aquí a 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus correspondientes especies silvestres, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales conexos y su distribución justa y equitativa, según lo convenido internacionalmente.</p>	<p>Desarrollar proyectos de recuperación de variedades de semillas autóctonas.</p>	<p>Proyecto de recuperación de variedades autóctonas de tomate y melón de la Comunidad de Madrid y de tomates de Mutxamel (Alicante).</p> <p>Proyecto de recuperación de la gallina negra castellana.</p> <p>Promoción de especies porcinas autóctonas como porco celta de Galicia, porc negre de Mallorca y cerdo blanco y negro canario.</p>




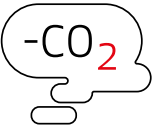

ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p data-bbox="178 517 223 556">8.5</p> 	<p data-bbox="319 440 616 722">De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.</p>	<p data-bbox="669 440 851 625">Alcanzar en 2024 una tasa de inclusión de personas con discapacidad en plantilla del 5%.</p>	<p data-bbox="896 440 1274 498">Tasa de inclusión de personas con discapacidad en plantilla: 2,29%.</p> <p data-bbox="896 517 1304 614">Plan de Empleo con Cruz Roja: 250 personas en dificultad formadas y 235 contratadas.</p> <p data-bbox="896 633 1327 788">Plan de Empleo con Fundación Secretariado gitano: 54 contrataciones. Colaboración en formación con acceso a 13 cursos de la plataforma virtual de Alcampo.</p>



ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>12.2</p>  	<p>De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.</p>	<p>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.</p> <p>Aplicar la Política de Bosques Alcampo con el objetivo de incorporar al surtido Alcampo productos fabricados a partir de materias primas libre de deforestación.</p>	<p>El 70% de los envases de productos frescos son reciclables y el 90% de los de marca propia.</p> <p>Reducción de 16 t. de plástico en envases de marca propia y 680 toneladas desde 2008.</p> <p>Reducción de 76 t. de envases de producto fresco con respecto al año 2022.</p> <p>Bolsas de línea de caja reutilizables y reciclables con hasta un 80% de material reciclado.</p> <p>En 2023 serán eliminados los envases de plástico de bistrós y mostradores de platos preparados.</p> <p>90 centros ofrecen venta a granel con un surtido de unas 900 referencias.</p> <p>54 referencias de café y 25 referencias de chocolate de marca propia certificadas con el sello <i>Rainforest Alliance</i>.</p> <p>100% de los productos de marca propia de madera o derivados fabricados en España certificados que cuentan con sellos FSC o PEFC.</p>

ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>12.3</p> 	<p>De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.</p>	<p>Reducir el desperdicio de alimentos un 25% en 2025.</p>	<p>Reducción del desperdicio alimentario un 13% en 2023.</p> <p>Entrega de excedentes alimentarios a organizaciones sociales por valor de 1,1 M de € +23% respecto a 2022.</p> <p>15.775 empleados formados en reducción del desperdicio alimentario.</p>
<p>12.4 y 12.5</p> 	<p>De aquí a 2030, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.</p>	<p>Conseguir que el 100% de los hipermercados sean Residuo Cero.</p> <p>Aumentar la tasa de valorización de los centros que no son Residuo Cero.</p> <p>Comercialización de productos circulares elaborados a base de residuos.</p>	<p>44 centros Residuo Cero.</p> <p>92% tasa de valorización.</p> <p>Petfood y sustrato universal de marca propia circular.</p> <p>Cerveza elaborada con sobrante de pan y pan elaborado con bagazo de cerveza.</p>

ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
			
<p data-bbox="167 517 228 556">12.5</p> 	<p data-bbox="314 440 586 625">De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.</p>	<p data-bbox="666 440 886 595">Ampliar el número de córners de venta de ropa de segunda mano, Moda re- en alianza con Cáritas.</p> <p data-bbox="666 614 870 703">Promover la venta de productos reacondicionados.</p>	<p data-bbox="954 440 1241 498">27 córners de Moda re- en hipermercados.</p> <p data-bbox="954 517 1316 606">53 centros que venden productos Reware, smartphones y aparatos electrónicos reacondicionados.</p>
<p data-bbox="167 923 228 962">12.6</p> 	<p data-bbox="314 838 628 1128">Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.</p>	<p data-bbox="666 838 901 993">Dar a conocer las prácticas en Responsabilidad Social Corporativa a los grupos de interés.</p>	<p data-bbox="954 838 1211 896">Publicación del informe de Actividad y RSC.</p> <p data-bbox="954 915 1218 954">Página web corporativa.</p>
<p data-bbox="167 1406 228 1445">12.8</p> 	<p data-bbox="314 1321 628 1572">De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.</p>	<p data-bbox="666 1321 886 1514">Realizar campañas de comunicación y sensibilización dirigidas a los diferentes grupos de interés.</p>	<p data-bbox="954 1321 1218 1379">Campaña de promoción de Comercio Justo.</p> <p data-bbox="954 1398 1218 1456">Campaña de promoción de la Pesca Sostenible.</p>

ODS	Metas	Compromiso Alcampo	Indicadores año 2023
 <p>13.2</p>  	<p>Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.</p> <p>Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.</p>	<p>Alcanzar la neutralidad climática en 2043 en emisiones directas, Alcances 1 y 2 de la Huella de Carbono y reducir un 46% en 2030, frente a 2019.</p> <p>Reducir un 25% en 2030 frente 2020 emisiones indirectas debidas a la logística y comercialización de productos, Alcance 3 de la Huella de Carbono.</p> <p>Realizar campañas de formación y sensibilización para implicar a los grupos de interés.</p>	<p>En 2023 las emisiones del Alcance 1 se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto y en valor relativo (por m² de sala de venta) un 84%. En el Alcance 2 Alcampo utiliza energía procedente de fuentes renovables, las emisiones son 0.</p> <p>Participación en las campañas Libera de Ecoembes y SEO Birdlife y en La hora del Planeta de WWF.</p> <p>6.170 empleados formados en materia de cambio climático.</p>





Dirección de RSC y Comunicación Externa.
prensa@alcampo.es
rsc@alcampo.es



www.alcampocorporativo.es