

Mis QUESOS

CONDIM.	PISCADERIA	MARISCO	CONGELADOS	QUESOS
006	029	016	---	004
Alcampo				
PLATOS PREP				
006				
CHARCUTERIA				
033				
PANADERIA				
033				
FRUTERIA				
009				

Alcampo y Jorina
en este mostrador se monitorizan alimentos
con los siguientes códigos:
Fecha, lugar, variedad, color, gusto, forma, decoración,
presente, olor, textura, calidad y producción responsable.
Se permite disponer para poder identificar la información
relacionada a los productos presentes en el punto de venta
y poder realizar el seguimiento de la información.

PANADERIA/PASTELERIA

SALIDA DE EMERGENCIA

CONDIM.	PISCADERIA	MARISCO	CONGELADOS	QUESOS
004	029	016	---	033
Alcampo				
PLATOS PREP				
006				
CHARCUTERIA				
033				
PANADERIA				
033				
FRUTERIA				
009				

Informe

DE ACTIVIDAD Y
RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

2021

 Alcampo



Somos comerciantes comprometidos con lo bueno, lo sano y lo local que trabajamos día a día para hacer realidad nuestro modelo de comercio, sustentado en la firme convicción de ser económicamente eficaz, socialmente justo y ambientalmente respetuoso. **Queremos cambiar la vida. Somos Alcampo.**



Índice

- 1. CARTA de Américo Ribeiro 4**
- 2. CIFRAS Clave 6**
- 3. RESULTADOS 8**
- 4. LO BUENO, LO SANO Y LO LOCAL 12**
 - Promover e impulsar la buena alimentación 14
 - Calidad nutricional e información al cliente 14
 - Promover buenos hábitos y aportar a la investigación 16
 - Fundación Alcampo 18
 - Oferta diversa, de calidad y asequible para todos,
con los frescos por bandera 20
 - Productos para todas las dietas, todas las necesidades,
todos los gustos 22
 - Calidad como base irrenunciable 25
 - Conservación del legado cultural y gastronómico
de nuestra tierra 26
 - Lo mejor en tu mesa: Alcampo Producción Controlada 28

5. CREADORES DE ALIANZAS Y EXPERIENCIAS 30

Proximidad digital, la unión (de lo físico y lo digital) hace la fuerza 32

Ocado, un aliado para la omnicanalidad 33

Comprar online, recoger donde cada uno quiera 34

Conocer para personalizar 36

To be (digitalizado) or not to be 37

Vivir la compra con los sentidos 38

Bistrós, experiencia y gastronomía 40

Experiencia igualitaria, comercio sin barreras 42

Igualdad de género 44

Disfrutar del trabajo, ser partícipe, sentirse bien 46

Saber para aportar, saber para crecer 48

Alianzas con el entorno para que el entorno sea mejor 50

Jornadas de apertura: actuar desde dentro 54

La ética en la base de las alianzas 55

6. COMPROMETIDOS CON EL PLANETA 56

Economía circular para no parar de crear valor 58

Centros que no generan residuos y van más allá 58

Alcampo y tú, sin desperdicio 61

Terminar con el exceso de plástico y buscar alternativas sostenibles 62

Luchar juntos contra el cambio climático 64

Profundizando en el Scope 1 y 2 64

Profundizando en el Scope 3 68

Recuperar una biodiversidad rica para la vida 70

Océanos para hacer de la Tierra un lugar habitable 71

Tejiendo un futuro más sostenible 72

Bienestar animal 73

Bosques para las generaciones futuras 74

Pensado en nuestros abuelos, actuando por nuestros nietos 75

7. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 76

Carta de

AMÉRICO RIBEIRO

En 2021, celebramos nuestro cuarenta aniversario. Tras cuatro décadas ejerciendo nuestro modelo de comercio puedo decir con orgullo que Alcampo es una empresa referente para las personas, para el medioambiente y para el desarrollo social y económico del país.

Inevitablemente, el ejercicio pasado se vio marcado por los efectos de la pandemia y las tensiones inflacionistas. Pese a ello, estoy plenamente convencido de que las mujeres y hombres de Alcampo hemos dado grandes pasos para ser el comercio que soñamos ser, avanzando en nuestro compromiso con lo bueno, lo sano y lo local, creando e impulsando alianzas y experiencias y reafirmando nuestro firme propósito de contribuir a la sostenibilidad del planeta y, en consecuencia, al bienestar de sus habitantes.

Día a día hemos asegurado el acceso a un amplio surtido de productos así como a una cesta de la compra de calidad y al mejor precio. Además hemos continuado, y seguiremos en el futuro, profundizando en el conocimiento de nuestros clientes para ofrecerles un servicio personalizado y a su medida. En este marco, situamos nuestra apuesta por la proximidad digital y por el diseño y la creación de espacios físicos y digitales únicos y experienciales.

Proximidad Digital

Apostamos por la proximidad digital y por el diseño y la creación de espacios físicos y digitales únicos y experienciales

Con pasión, con convicción, con propósito y mirando al futuro hemos trabajado de la mano de los proveedores de nuestro entorno, aportando con ello al desarrollo de un ecosistema propicio para la creación de empleo y la generación de riqueza compartida, factores clave de cohesión y estabilidad social.

Siempre con el propósito de trabajar en el diseño del mañana y conscientes de que el conocimiento es la piedra angular para mejorar la empleabilidad, hemos actuado no sólo reforzando los planes de formación destinada a nuestros propios trabajadores sino favoreciendo el acceso a la misma a personas de nuestro entorno que pertenecen, en muchos casos, a colectivos en riesgo de exclusión.

En Alcampo tenemos claro que la única manera de evolucionar y crecer, es a través de la diferenciación y de la competitividad en un entorno sostenible, actuando con ética y responsabilidad económica, social y ambiental.

En este sentido, hemos dado importantes pasos en nuestros compromisos con la protección de la biodiversidad, la economía circular, en este marco priorizando la reducción del consumo de plástico y la lucha contra el desperdicio alimentario y hemos

«HEMOS ASEGURADO
EL ACCESO A UNA
CESTA DE LA COMPRA
de calidad y al mejor precio»

reforzado nuestro compromiso con la lucha contra el cambio climático.

En 2022, continuaremos trabajando para hacer realidad nuestra promesa al cliente **y aportando valor a la sociedad y al medioambiente** de la mano de todas las personas que nos acompañan y comparten nuestros valores y principios.

Conscientes de que vivimos en un entorno complejo y excepcional, debemos reflexionar y asumir cada uno nuestra responsabilidad y aportar, con más fuerza si cabe, a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por Naciones Unidas.

Sólo así habremos cumplido con nuestro deber con las generaciones presentes, y también con las futuras, a las que dejaremos un Planeta próspero y una sociedad equilibrada y sostenible donde impere la justicia y la igualdad.

Américo Ribeiro

Director General Alcampo.



Cifras *clave*

Cifra de venta

4.298*

millones de €

104

millones de €
en inversión

63

hipermercados

118

supermercados
propios

124

supermercados
franquiciados

53

gasolineras

5

puntos de recogida

19.600

trabajadores

15.860

accionistas

37,4

millones de €
repartidos entre
la plantilla

513

personas con
discapacidad

Surtido de

68.000

referencias



* El dato publicado en el informe papel, corresponde a cifra de venta sin IVA y por lo tanto no es comparable con el publicado en 2020.

Compras a

6.040

proveedores de
productos españoles
por valor de

3.132

millones de €

4.000

referencias de
productos de
alimentación de
marca propia

2.250

referencias de
productos ecológicos

35

centros
residuo cero

88%

tasa de valorización

127

ecoparques

100%

de tiendas con
Too Good To Go



«QUEREMOS *cambiar la vida*»

Resultados 2021

Alcampo celebró en 2021 el 40 aniversario de la apertura de su primer hipermercado, hecho que aconteció en la ciudad zaragozana de Utebo en febrero de 1981. Cuatro décadas más tarde, Alcampo cerró el año con 63 hipermercados, 114 supermercados propios y 124 franquiciados, 53 gasolineras, 5 puntos de recogida con tienda de conveniencia y servicio de comercio online, todo ello atendido por una plantilla de casi 20.000 personas.

La cifra de venta de la compañía alcanzó los 4.298 millones de euros. La inversión realizada alcanzó los 104 millones de euros, destinando un 69% a renovaciones y aperturas, un 16% a la incorporación de medidas relacionadas con la sostenibilidad y un 15% al proyecto de digitalización, destacando en este marco la firma con la británica OCADO que permitirá a Alcampo realizar un claro avance en la proximidad digital. Asimismo, Alcampo destinó 169 millones de euros al abono de impuestos.

«LA CIFRA DE VENTA DE
LA COMPAÑÍA ALCANZÓ LOS
4.298 *millones de €*»



APERTURAS Y REFORMAS: espacios únicos, experiencias únicas

Con la firme convicción de construir experiencias únicas y relevantes, Alcampo ha continuado trabajando para ampliar el parque de tiendas y, además, renovar y actualizar las tiendas existentes.

En 2021, la compañía abrió dos supermercados (ambos en Madrid capital) y un hipermercado en la ciudad de Vigo. Este nuevo hipermercado, que supuso una inversión de 7,6 millones de euros y la creación de 135 puestos de trabajo, se inauguró en septiembre en el innovador Centro Comercial Vialia, perteneciente a Nhood, contando con una sala de venta de 4.000 metros, donde el 83% del espacio está destinado a la oferta de productos de alimentación.

Además, bajo el marco de un modelo de comercio omnicanal donde la proximidad digital es una realidad, Alcampo puso en marcha en el centro de Madrid, cinco puntos de recogida de compra online que incorporan una pequeña tienda de conveniencia.



Las renovaciones de mayor envergadura, a las que ha dedicado 28,3 millones de euros, se han realizado en los centros de Vaguada (Madrid), Palma (Mallorca) Telde (Gran Canaria) y Linares (Jaén).

El objetivo de las reformas ha sido la creación de espacios modernos, sostenibles, experienciales y adecuados a las necesidades de compra de los consumidores. Estos nuevos espacios otorgan un peso especial a los productos frescos y de mercado, habiendo incorporado mostradores no existentes hasta la fecha y ampliado los que ya existían.

Otro de los objetivos ha sido el de avanzar en eficiencia energética, incorporando las medidas necesarias en cada caso, destacando la renovación de muebles frigoríficos, siendo todos cerrados para evitar la pérdida de frío.

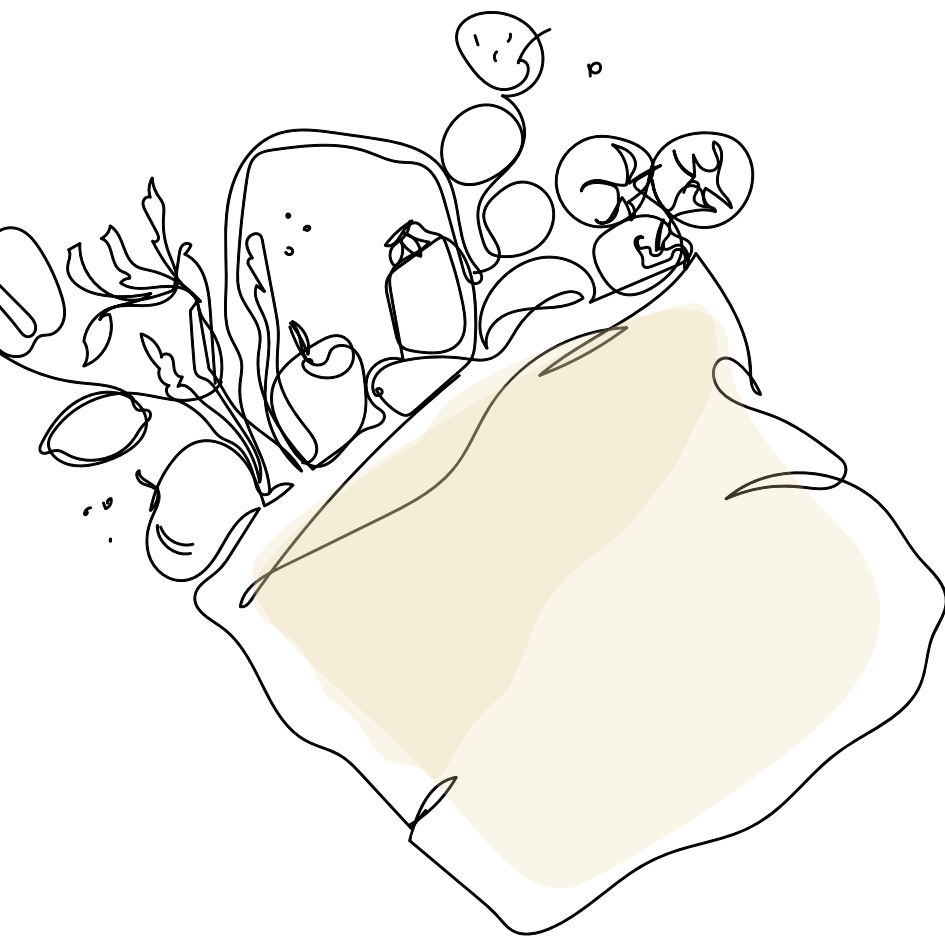


UN IMPULSO al negocio de las franquicias

A lo largo de 2021 se han abierto 18 franquicias hasta alcanzar un total de 124. Las aperturas han sido mayoritariamente en Barcelona, que entre provincia y ciudad ha alcanzado la docena de tiendas nuevas bajo el rótulo Alcampo. Además, se han abierto cuatro en la Comunidad de Madrid (una de ellas en la capital), una en la localidad gerundense de Lloret de Mar y otra en Noja (Cantabria). Estas aperturas han impulsado el crecimiento y beneficio compartido con los franquiciados y además han permitido la creación de 120 empleos.

«LAS RENOVACIONES
DE MAYOR ENVERGADURA
HAN SUPUESTO
UNA INVERSIÓN DE
28,3 *millones de €*»





LO BUENO, LO SANO Y LO LOCAL

Estar comprometidos con lo bueno lo sano y lo local es trabajar día a día para promover e impulsar la buena alimentación, asegurar el acceso a una compra variada, de calidad, siempre al mejor precio y que contribuya, además, a la incorporación de productos que aporten valor social y ambiental y apostar con rotundidad por los productores locales.





Promover e impulsar la *buen*a alimentación

Alcampo, apasionado por la cocina, promueve la buena alimentación. En este marco la compañía ha continuado poniendo en marcha planes para reformular y mejorar nutricionalmente sus productos de marca propia, incluir en los mismos el etiquetado nutricional frontal Nutriscore, asegurar una oferta variada y rica en frescos y reforzar su compromiso con la oferta amplia de productos para dietas especiales.

Asimismo, la empresa ha seguido trabajando en la impartición de formación necesaria para el desarrollo profesional en mercados tradicionales, así como la sensibilización a sus clientes.

CALIDAD nutricional e INFORMACIÓN al cliente

Alcampo desarrolla productos de marca propia, sin OGM, sin aceite de palma o con aceite de palma procedente de fuentes sostenibles, sin colorantes azoicos y sin glutamatos. Además, tiene el objetivo de seguir avanzando en la mejora nutricional de sus productos.

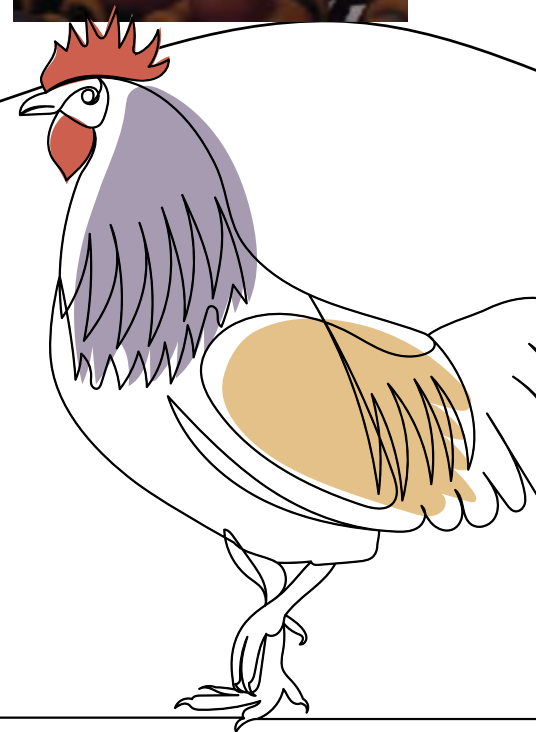
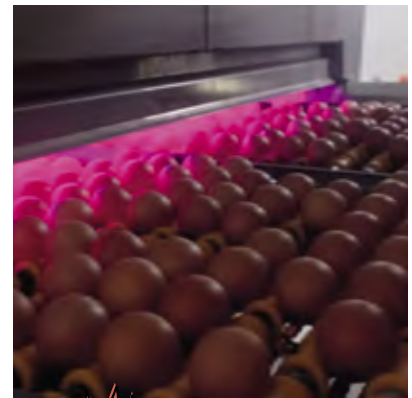


En 2021 se han reformulado 107 productos de marca propia, eliminando 66 toneladas de grasas saturadas, 78 toneladas de azúcares y 9 toneladas de sal.

Además, se ha incorporado el etiquetado frontal Nutriscore al 45% de los productos de marca propia. Nutriscore facilita, por su sencillez, conocer de un vistazo la calidad nutricional de más de 1.100 productos de alimentación. El objetivo es que el 100% de productos de marca propia cuenten con Nutriscore.

Primer producto con tecnología blockchain

Este pack de **huevos camperos Alcampo Producción Controlada**, es el primer producto de Alcampo que cuenta con **tecnología blockchain**. Escaneando el código QR disponible en el envase, se puede acceder a la información del tipo de producción de los huevos, localización de la granja, datos de la gallina como la edad, así como información sobre la alimentación que ha recibido, la clase de huevo por tamaño y su fecha de recogida, envasado, expedición y caducidad, ofreciendo además información sobre la recolección y el embalaje.



PROMOVER buenos hábitos y APORTAR a la investigación

Alcampo ha trabajado en la inclusión de recetas saludables e información extra sobre cualidades nutricionales de los productos, tanto en las tiendas como en folletos comerciales, así como en los perfiles de redes sociales de la compañía y otras herramientas de comunicación como las newsletter para clientes, las pantallas digitales, etc.

El Club Rik&Rok, destinado a niñas y niños de entre 4 y 10 años, ha seguido celebrando talleres online mensuales sobre buena alimentación. Para los socios del Club Joven Team, de entre 11 y 16 años, se han ofrecido contenidos gastronómicos en todas las revistas trimestrales.

Además de en la promoción de la buena alimentación, Alcampo trabaja en pro del fomento de buenos hábitos, como la práctica de deporte y ha apoyado la decimoquinta carrera de la infancia en Zaragoza coorganizada junto al Club de Atletismo Alcampo-Scorpio71, al que patrocina. ¡Más de 1.600 niñas y niños participaron en este evento deportivo!

En el marco de promover la investigación para mejorar la salud, Alcampo ha continuado desarrollando la campaña Somos Osos Solidarios puesta en marcha junto a Warner Bros. y Famosa, con el objetivo de recaudar fondos para la fundación Cris Contra el Cáncer. La campaña consiste en la venta, por 5 euros, de peluches de los protagonistas de la serie Somos Osos (Polar, Panda y Pardo) cuyo beneficio íntegro se dona al Fondo Cris de Investigación del Cáncer. En 2021 se vendieron todas las unidades restantes, consiguiendo donar en total 250.000 € a la Fundación Cris.



«65.200 *peluches*
vendidos EN 2021»



¿Cómo Como?

El Secreto de la Pirámide



Este **juego de mesa exclusivo**, ha sido codesarrollado junto a la empresa juguetera Comansi y expertos nutricionistas **con el objetivo de fomentar la alimentación saludable entre los más pequeños**. Este juego ha resultado finalista en la categoría de "JUEGOS" y "Mejor Juguete para un Mundo Mejor" de los premios organizados por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.



COMANSI
Juguete Completo - Juguete Comansi

Fundación | Alcampo

Impulso para acceder a una alimentación SALUDABLE

La Fundación Alcampo por la Juventud pasó a ser Fundación Alcampo reformulando no sólo su nombre sino su misión en 2021, haciendo público su propósito: favorecer el acceso a una alimentación saludable, accesible para todos, siendo esta un factor de vínculo social, sobre todo para las personas que más lo necesitan. Los nuevos ejes de actuación de la Fundación Alcampo se centran en sensibilizar y prevenir sobre los riesgos asociados a una alimentación poco equilibrada, impulsar la creación de experiencias compartidas reforzando los vínculos con la sociedad, y facilitar la adquisición de conocimientos sobre alimentación saludable y equilibrada.

En 2021, las tiendas Alcampo, a través de la hasta entonces Fundación Alcampo por la Juventud apoyaron 6 proyectos con 37.740 euros destinados a 200 niños y jóvenes, siempre en el marco de la buena alimentación.

Desde el inicio de su andadura en 2012, la Fundación Alcampo por la Juventud ha apoyado en los territorios en los que Alcampo está presente, a casi 19.000 niños y jóvenes vulnerables, con un apoyo económico de más de 1 millón de euros y la implicación directa de más de 1.300 colaboradores de Alcampo.



"Saber comer, Saber vivir"

De: Fundación La Salle Acoge y Alcampo Aldaia.

Importe concedido: 3.000 €.

Beneficiarios: 41 niños y jóvenes vulnerables de los centros de acogida de la Fundación La Salle, para ayudarles a adquirir hábitos de alimentación sana y ejercicio.



"Hábitos saludables en la formación en cocina de jóvenes vulnerables"

De: Asociación Norte Joven y Alcampo Alcobendas.

Importe concedido: 5.100 €.

Beneficiarios: 17 jóvenes vulnerables entre 16 y 21 años con trayectoria de fracaso escolar, para favorecer la adquisición de hábitos saludables y mejorar su empleabilidad en el oficio de ayudante de cocina.



"Integración social a través del deporte de la población infantil vulnerable"

De: Club Sportiú Mallorca y Alcampo Mallorca.
Importe concedido: 10.000 €.
Beneficiarios: 26 niños y niñas vulnerables en lista de espera para beneficiarse de una beca deportiva.



"Ecotopía"

De: Fundación para la Atención Integral del Menor (FAIM) y Alcampo Teruel.
Importe concedido: 9.600 €.
Beneficiarios: 35 niños y jóvenes de los centros de acogida de FAIM en Teruel, con los que se trabaja el consumo responsable desde tres enfoques: hábitos saludables, medioambiente e inclusión social.



"Cuerpo sano en mente sana: La tienda del desayuno saludable"

De: Fundación Down Madrid y Alcampo Pío XII.
Importe concedido: 6.000 €.
Beneficiarios: 70 jóvenes alumnos del colegio de educación especial Carmen Fernández-Miranda, que participarán en el proyecto de creación y gestión de una tienda del desayuno saludable, que busca la adquisición de competencias transversales en el alumnado.



"#TejiendoSaludMental"

De: Asociación Salud Mental Aranda y Alcampo Aranda.
Importe concedido: 4.000 €.
Beneficiarios: 14 niños y jóvenes con problemas de salud mental a los que se acompaña para que puedan realizar dinámicas que engloben todas las áreas de su proyecto de vida.

Oferta diversa, de calidad y asequible para todos, con los *frescos* por bandera

Crear en la libertad de elección de los clientes, supone ofrecer un amplio abanico de productos y servicios que permita a los consumidores comprar lo que deseen en cada momento, convicción que además favorece la innovación y la incorporación en los lineales de fabricantes y productores.

En total, Alcampo llega a exponer más de 68.000 referencias en los centros más grandes, surtido que puede alcanzar las 55.000 referencias en el servicio de venta online. Especialista en alimentación, Alcampo ofrece más de 18.000 productos frescos, habiendo incorporado en 2021 más de 3.000 nuevas referencias a sus mostradores y lineales de libre servicio.

Con la apuesta clara por los productos de mercado, Alcampo incorporó un nuevo servicio para sus clientes de comercio online: la venta al corte de productos de mostrador de pescadería, carnicería, charcutería y quesos, servicio que ha ido e irá creciendo y desarrollándose y que cumple la promesa de que el cliente compre lo que quiera y como quiera.





«ALCAMPO LLEGA
A EXPONER MÁS DE
68.000 referencias,
SIENDO MÁS DE 18.000
DE PRODUCTO FRESCO»

Para que la oferta de productos frescos y los servicios creados en torno a ella lleguen a la mesa y al corazón de los clientes es necesario, como no podía ser de otra manera, el saber hacer de los equipos de Alcampo.

En 2021 más de 1.800 personas durante 10.200 horas han recibido formación de oficio, siendo sin duda, una clara oportunidad para asegurar un servicio excelente al cliente y, además, mejorar su empleabilidad. Este ambicioso proyecto de formación continua se desarrolla en 72 tiendas-escuela de la mano de 90 formadores. Además de esta formación tan específica, el 82% de la plantilla ha cursado el módulo “culture food” que hace un mágico recorrido por el mundo de los productos frescos.

Y en términos generales, como amantes de la buena alimentación y del disfrute en los fogones, se han desarrollado 15 cursos con 12.000 participantes orientados al conocimiento del legado gastronómico de cada una de las Comunidades Autónomas donde Alcampo está presente.



PRODUCTOS para todas las dietas, para todas las necesidades, para todos los gustos...

”

2.250 referencias ecológicas de las que **175** son de marca propia y **61** son de Alcampo Producción Controlada.

“

1.600 productos sin gluten, de los que más de dos centenares son de marca propia, siendo **55** de una línea específica.

“

450 productos sin lactosa, **12** de ellos de marca propia.
1.700 referencias de productos a granel (siendo más de 120 ecológicas).
238 productos Alcampo Producción Controlada.

“

300 productos veganos, incluyendo la incorporación de espacios veganos en las tiendas.

“

45 referencias de Comercio Justo bajo la marca “Tierra Madre” de Oxfam Intermón, con quién se celebró una nueva quincena de promoción de productos de Comercio Justo:
“#LaHistoriaQueQuerrásComprar”





“

3.100 productos
de marca Actuel
(menaje del hogar).



cosmia

540 de Cosmia
(higiene y belleza).

“

6.100 INEX/TENSO
de In Extenso
(moda y complementos).

540 de Qilive
(tecnología).

Qilive

“

630 One Two Fun
(Juguetes de los que una
gama se inspira en la
pedagogía Montessori para
aportar al desarrollo de la
creatividad, el pensamiento
lógico y la motricidad de
los más pequeños).





Objetivo: trabajar para priorizar técnicas de control biológico en las frutas y hortalizas



Estas **naranjas Alcampo Producción Controlada**, crecen en un sistema de producción que minimiza el uso de químicos en el cultivo, eliminándolos por completo en el proceso de conservación, y priorizando **técnicas de control biológico** como las aplicadas a estos naranjos. Atraer insectos beneficiosos para el cultivo, colocar trampas de captura o utilizar feromonas que confunden a las plagas, son algunas de las herramientas que los agricultores emplean para que la planta se defienda. En 2018 Alcampo introdujo los primeros productos que cumplen con los requisitos de esta producción sostenible, llegando a ofrecer 40, número que es variable en función sobre todo de las inclemencias meteorológicas que pueden provocar proliferación de hongos o insectos, debiendo actuar con tratamientos para no perder la cosecha, algo con fatales consecuencias para los agricultores.

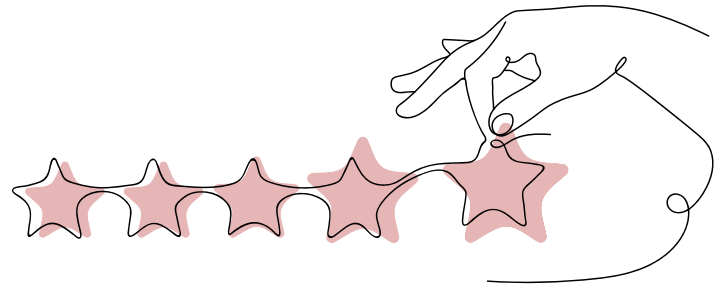


CALIDAD como base irrenunciable

Trabajar por la calidad y seguridad alimentaria es una cuestión irrenunciable para Alcampo, que realiza controles a proveedores y productos que abarcan toda la cadena de suministro, desde la homologación y seguimiento de proveedores, pasando por el control en tiendas y plataformas, hasta la gestión de alertas. En 2021 Alcampo ha realizado más de 18.600 análisis y controles.



«EN 2021 ALCAMPO HA
REALIZADO +18.600
análisis y controles»



Calidad por los cuatro costados

Cada madrugada, antes de enviar la mercancía a las tiendas, **expertos en Calidad y laboratorios externos examinan los productos pesqueros** para controlar valores como la frescura, temperatura, hielo, etiquetado, melanosis, parasitismo, peso o calibre. En un año se han realizado casi **116.000 controles de parasitación.**

Conservación del *legado* cultural y gastronómico de nuestra tierra

«ALCAMPO HA REALIZADO COMPRAS POR VALOR DE MÁS DE 3.100 *millones de* € EN 2021 A PROVEEDORES ESPAÑOLES»

Fiel a su compromiso con el apoyo al desarrollo de productores de su entorno, Alcampo ha realizado en el año 2021 compras a 6.040 proveedores de productos españoles, por valor de más de 3.100 millones de euros.

Además de los más de 2.900 millones de euros en productos que son distribuidos en todos los centros Alcampo, las propias tiendas realizan compras a pequeños proveedores locales de su entorno que surten de productos a dichas tiendas, habiendo realizado compras a casi 1.400 productores por un valor superior a 210 millones de euros.

Alcampo compra pescado en las lonjas del litoral español y trabaja junto a ganaderos, envasadores, pequeños industriales y agricultores españoles, con el fin de contribuir a crear un futuro próspero para todos y a revitalizar el medio rural.

Los centros Alcampo señalizan y destacan los productos propios de sus Comunidades Autónomas o provincias y promueven la realización de campañas promocionales para fomentar el

conocimiento y consumo de los productos propios de una región o provincia. En 2021 se han realizado campañas de promoción de la mano de Administraciones Públicas y asociaciones de productores, para destacar y dar a conocer productos de regiones como Madrid, Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Aragón destacando más de un millar de productos de dos centenares de productores.

En concreto, respecto a Aragón, se ha incluido en tiendas de dicha Comunidad Autónoma un córner permanente para estos productos. Asimismo se celebró el primer encuentro entre productores y responsables de oferta y compras de productos de la compañía, con la finalidad de reforzar alianzas y ampliar el portfolio de productos locales, desembocando en medio centenar de nuevos acuerdos comerciales, esquema repetido con los productores de Madrid.





"Sin abejas no hay vida"

Esta miel es **DOP Miel de la Alcarria** y la producen maestros **apicultores de Castilla-La Mancha**. Se comercializa bajo la **exclusiva marca Auchan Selection**, que acoge productos reconocidos y/o muy ligados a entornos geográficos concretos. En total Alcampo **ofrece 211 productos certificados** con los sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

La historia de nuestros productores deja **HUELLA**.
Visita nuestro blog.



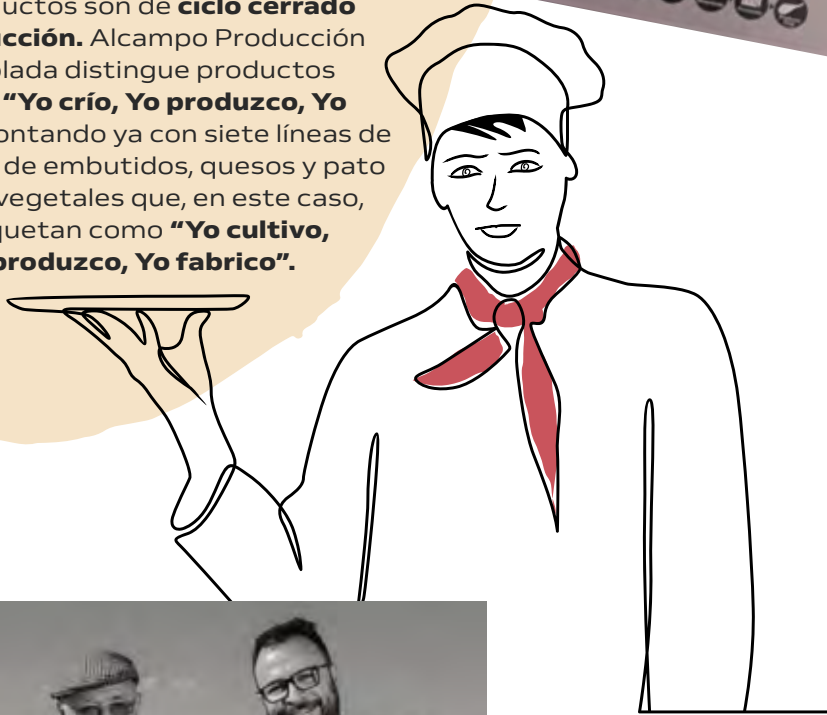
LO MEJOR en tu mesa: Alcampo Producción Controlada

Desde el año 2000 Alcampo desarrolla la línea Alcampo Producción Controlada, que agrupa productos de alimentación desarrollados en colaboración con pequeños productores que recuperan sabores y olores de antaño, ofreciendo un plus de calidad, trazabilidad y cuidando el medioambiente y el entorno social. A lo largo de 2021, se han incluido en los lineales bajo esta marca, 44 productos de los que 12 son ecológicos, alcanzando una gama total de 238 productos.



Ciclos cerrados de producción

Este pack de platos de jamón ibérico cortado en tapas es una de las novedades de 2021. El proveedor salmantino Simón Martín Guijuelo S.L., sólo usa sal marina y utiliza secaderos naturales. Posee una ganadería porcina propia con varias fincas de reproducción y cría, no realiza compras externas a ese perímetro y cuenta con una sala de despiece y elaboración de los productos de chacinería tradicional. Es decir, sus productos son de **ciclo cerrado de producción**. Alcampo Producción Controlada distingue productos así bajo **“Yo crío, Yo produzco, Yo fabrico”**, contando ya con siete líneas de productos de embutidos, quesos y pato y dos de vegetales que, en este caso, se etiquetan como **“Yo cultivo, Yo produzco, Yo fabrico”**.





CREADORES DE ALIANZAS Y EXPERIENCIAS

Ser creador de alianzas y experiencias es diseñar y construir dinámicas que desemboquen en vivencias únicas, es ofrecer un recorrido de compra personalizado y a medida para los clientes y trabajar día a día, para que Alcampo sea la empresa en la que los colaboradores quieran desarrollar su carrera profesional. Ser creadores de alianzas y experiencias es, además, comprender a fondo el entorno, involucrarse y trabajar en conjunto para construir entre todos un mundo mejor.





Proximidad digital, la unión (de lo físico y lo digital) *hace la fuerza*

Alcampo lleva 40 años ejerciendo su comercio en España, un comercio que cambia y evoluciona en su forma, en sus dinámicas, en su oferta, en las herramientas que se incorporan para adaptarlo a cada tiempo, pero que mantiene el fondo y esencia que le impulsó a abrir las puertas en 1981: el compromiso de ofrecer al cliente la mejor experiencia de compra.





Los destacados cambios sociológicos, demográficos, culturales, económicos y tecnológicos han desembocado en nuevos hábitos de vida y consumo y en un nuevo comercio, que evoluciona y se renueva día a día.

La irrupción de lo digital ha marcado un antes y un después en la vida de todos, ampliando el abanico de posibilidades para hacer la compra y complementando la compra en físico. Para hacer que el cliente tenga la mejor experiencia, Alcampo trabaja para que ambos entornos (físico y digital) sean uno. Es la proximidad digital, cuya finalidad es que el cliente viva una experiencia única desde el inicio de la compra hasta su entrega. Alcampo ha dado grandes pasos para avanzar en este sentido.

«ALCAMPO TRABAJA PARA QUE AMBOS ENTORNOS, *físico y digital*, SEAN UNO»

OCADO, un aliado para la omnicanalidad

Alcampo firmó un acuerdo con Ocado, empresa británica de tecnología, para acelerar su e-commerce a través del desarrollo de una solución inteligente, global, integral e integrada. El objetivo es hacer realidad la apuesta por el comercio omnicanal capaz de responder a las exigencias de la sociedad. El trabajo con OCADO se centra por un lado en las plataformas de venta online, previendo la optimización de la página de venta online, así como la ampliación de canales de compra, incorporando APP o la posibilidad de compra por voz. Asimismo, la compañía está trabajando en la eficiencia del proceso de preparación de pedidos que seguirá realizándose en las tiendas gracias a la incorporación del software In-Store Fulfilment (ISF) y de la creación de Dark stores. Otra de las acciones será la construcción de almacenes inteligentes CFC (Customer Fulfilment Centre), donde se aplicará toda la tecnología (robótica, IA, etc.) disponible, previendo la apertura del primer almacén en 2024.



COMPRAR ONLINE, recoger donde cada uno quiera

Fieles al compromiso de asegurar un surtido máximo y un servicio a la carta, además de la tradicional entrega a domicilio, Alcampo ha dado un paso más en su proyecto de habilitación de puntos de recogida en sus supermercados para recoger la compra realizada online, favoreciendo a los clientes el acceso a un surtido de más de 50.000 referencias y la comodidad de recoger sus pedidos dónde, cómo y cuándo quieran. En este sentido, el 64 % de las tiendas permiten la recogida de compra online, proyecto que continuará su desarrollo, hecho que es una realidad en la totalidad de los supermercados de las ciudades de Madrid, Zaragoza, Barcelona, Logroño, Barbastro, Miranda de Ebro, Haro, Estella y Nájera.

Como resultado de la búsqueda constante de soluciones para los clientes, en septiembre de 2021 Alcampo abrió su primer punto de recogida de compra online en el centro de Madrid, cerrando el ejercicio con cinco espacios similares, todos ellos en la almendra central de la capital. Estos espacios operan bajo el rótulo Alcampo.es y están abiertos de lunes a domingo (festivos incluidos) entre las 9.00 y las 22.00 h, e incorporan una tienda de conveniencia con un surtido de unos 500 artículos como refrescos, productos de bodega, platos preparados o snacks, que complementen la compra.

Además de los puntos de recogida, Alcampo ha impulsado la flexibilidad de su servicio de entrega a domicilio, no sólo ofreciendo más franjas de entrega sino llegando a lugares donde antes no llegaba, como es el caso del proyecto desarrollado en Canarias, en concreto en la isla de Tenerife, donde la compañía ha ampliado su servicio de entrega a domicilio para llegar no sólo hasta el sur de Tenerife, sino a la isla de la Gomera.





Soluciones para la recogida disponibles **24 horas**

Esta taquilla está situada en Las Chafiras, una población situada a unos 60 kilómetros del hipermercado Alcampo La Laguna (Tenerife). Los clientes de la zona, pueden hacer la **compra online** accediendo a un **surtido de 50.000 referencias** y recogerla cuando quieran en esta **taquilla refrigerada y abierta 24 horas**. Como ésta, **Alcampo** tiene 10 más en España (3 de ellas abren 12 horas). Entre hipermercados, supermercados, puntos de recogida y taquillas, **los clientes pueden elegir entre 168 puntos para recoger su compra online**.



CONOCER para PERSONALIZAR

Si se tiene la convicción de ofrecer un servicio personalizado para el cliente, es necesario poner en marcha las herramientas necesarias que permitan conocerle.

Además de las encuestas realizadas y de la lógica aplicación de la DATA, cabe indicar que Alcampo ha extendido a todos sus centros propios un club de fidelidad que permite conocer al cliente y, además, proponerle el acceso a ven-

tajas como ofertas personalizadas, acumular euros para descontar en compras y disfrutar de campañas exclusivas. Este club ya está disponible en el 100% de las tiendas y cuenta con más de un millón de usuarios.

La tarjeta digital es accesible a través de la APP Club Alcampo, disponible para iOS y Android y a través de ella el cliente puede acceder a su tarjeta virtual, consultar el saldo de euros acumulados disponible y acceder a ofertas especiales.





Más comprometidos que nunca

Agradecemos tu compromiso día a día y te pedimos que te unas a tu Club Alcampo, para disfrutar de un mundo de ventajas también para ti.

¿Cómo hacerse socio del Club Alcampo?

Muy fácil...

OPCIÓN 1



Recoge tu tarjeta de El Club en tu tienda. **Importante:** es necesario activarla.

OPCIÓN 2



Si ya tienes tu tarjeta Alcampo, solicítala ya tu **propiedad** de El Club.

Si has recibido tu nueva Tarjeta Alcampo, **actívala** tu QR, distribuido de todas las ventajas.

OPCIÓN 3



Descárgate la app Club Alcampo y tendrás siempre a mano tu tarjeta digital.







«70 WEBINARS,
140 TUTORIALES
y cursos de
formación CON UNA
PARTICIPACIÓN DE
+17.000 PERSONAS»

To be (DIGITALIZADO) or not to be

La transformación digital de la compañía no sólo consiste en la incorporación de tecnología, sino de herramientas personales y conocimientos que permitan a los equipos afrontar la realidad digitalizada y tener las competencias necesarias para ser actores referentes en el comercio de hoy.

Con este objetivo, se han puesto en marcha más de 70 webinars, 140 tutoriales y cursos de formación gamificados en los que han participado más de 17.000 personas de la empresa. El 70 % del equipo utiliza su perfil digital, disponible para el 100% de la plantilla.

Vivir la compra con *los sentidos*



El acto de compra en las tiendas ha vivido una clara evolución. Hacer la compra no es sólo cubrir unas necesidades básicas, es una oportunidad de vivir experiencias diferentes donde el disfrute, la innovación y la sorpresa se dan cita.

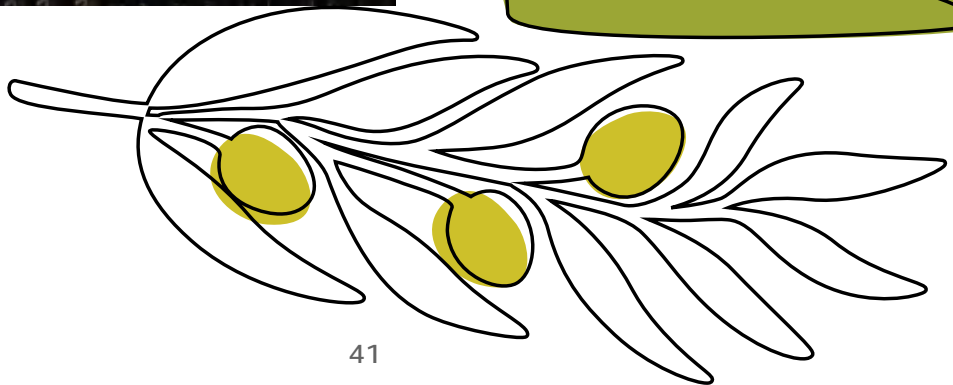
Alcampo trabaja precisamente para reinventar la experiencia, creando espacios diferentes donde sus clientes puedan disfrutar de la compra y vivirla con los sentidos, accediendo a la realización de actividades que hasta ahora no se realizaban dentro de un supermercado o un hipermercado.





Un baño de **AOVE**

Este rincón es un nuevo espacio creado en el hipermercado de Linares (Jaén) tras su renovación, que está dedicado al producto estrella de la provincia: el aceite de oliva. Todas las personas que visiten Alcampo Linares pueden disfrutar de una zona exclusiva donde encontrar un surtido de más de 160 referencias de aceite de oliva virgen extra, de entre las que 60 pertenecen a productores locales. Esta área está también diseñada para la organización de catas, conferencias, presentaciones y un sinfín de actividades en torno a este preciado producto. Tras la renovación del hipermercado de Vaguada en Madrid, se ha incorporado un aula de experiencias además de un rincón de cata para vinos y cafés.





BISTRÓS, experiencia y gastronomía

La pasión por la alimentación y la gastronomía vive un punto álgido en los bistrós, disponibles en 7 centros: Vaguada y Moratalaz en Madrid, Palma en Baleares, Telde en Canarias, Esplugues y Sant Quirze en Cataluña y Vigo en Galicia. En estos espacios, los clientes pueden consumir los platos diseñados por la chef ejecutiva de Alcampo e incluso solicitar que en el momento se cocine cualquier producto que adquiera en la tienda. Además de estos bistrós, Alcampo tiene cuatro centros que ofrecen cafetería en la propia sala de ventas.

En esta línea, la sección de platos preparados ha vivido también un claro impulso con el fin de facilitar la vida a los clientes, estando disponible en prácticamente todos los hipermercados y una veintena de supermercados. La oferta se diseña en torno a una gama nacional, pero teniendo siempre en cuenta las particularidades locales, por ejemplo, el porc negre en Palma, las papas arrugás en Canarias o la lombarda en Madrid.

Experiencia igualitaria, comercio SIN BARRERAS

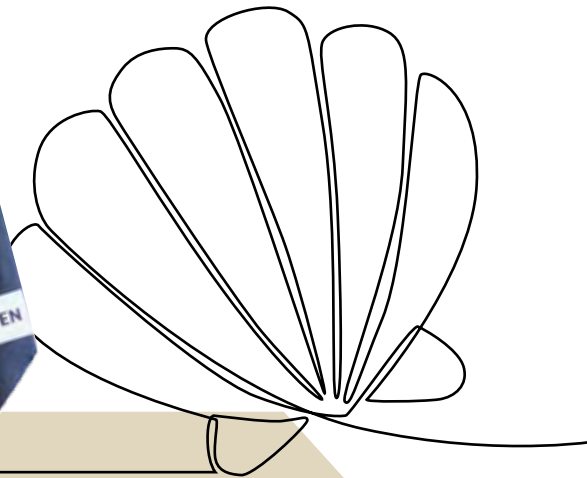
Asegurar un comercio sin barreras es un eje en el que la compañía trabaja desde hace años y en el que ha sido pionera. Ser un comercio sin barreras, es incorporar las medidas necesarias para asegurar una experiencia de compra para los clientes y el acceso al empleo para los colaboradores, en igualdad de condiciones.

Respecto a los colaboradores, 513 personas con discapacidad trabajan en Alcampo y en 2021 se han realizado además, compras a centros especiales de empleo por valor superior a 9 millones de euros, lo que supone la creación indirecta de otros 455 puestos de trabajo. Con el compromiso de continuar caminando por esta senda, Alcampo renovó el pasado año el Convenio Inserta con Fundación ONCE, con quien lleva colaborando desde hace más de dos décadas.



«513 *personas con discapacidad* TRABAJAN EN ALCAMPO Y 455 *en puestos indirectos*»





Conservar, a lo largo del tiempo, el compromiso con la accesibilidad

Esta conserva de pescado se comercializa bajo la **marca propia Auchan Gourmet** y la produce **Conservas de Cambados**. El origen de estos productos es de las Rías Gallegas, uno de los ecosistemas marinos con mayor diversidad biológica del Planeta. Además, esta conserva está etiquetada en braille, siendo **uno de los 300 productos de marca propia que cuentan con este sistema de lectoescritura** que se introdujo en Alcampo en el año 2003.

Respecto a las medidas implantadas en tienda, los centros cuentan con cajas adaptadas y carros de compra adaptables a sillas de ruedas, además de mostrador de información, probadores y básculas adaptadas. Además, en una decena de centros se ha instalado una caja de salida que permite ser nivelada en altura.

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 coqueares o audífonos, así como el sistema de videointerpretación en Lengua de Signos SVisual, que permite comunicarse en tiempo real con personas signantes.



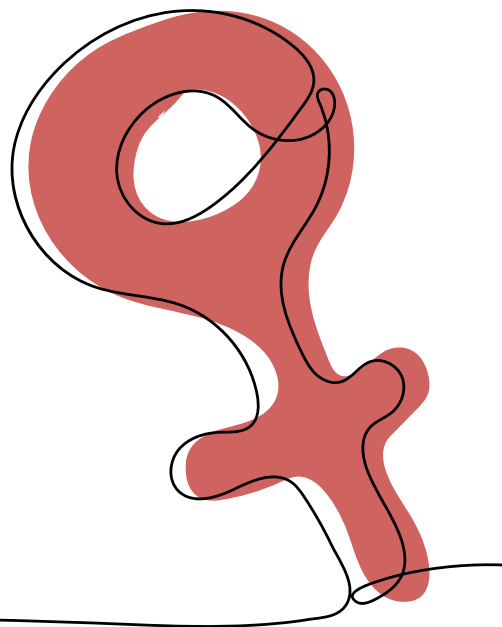
IGUALDAD de género

Alcampo cuenta desde hace años con un Plan de Igualdad cuyo objetivo es asegurar una mejor conciliación de la vida personal y profesional, así como un desarrollo profesional equilibrado de todas las personas.

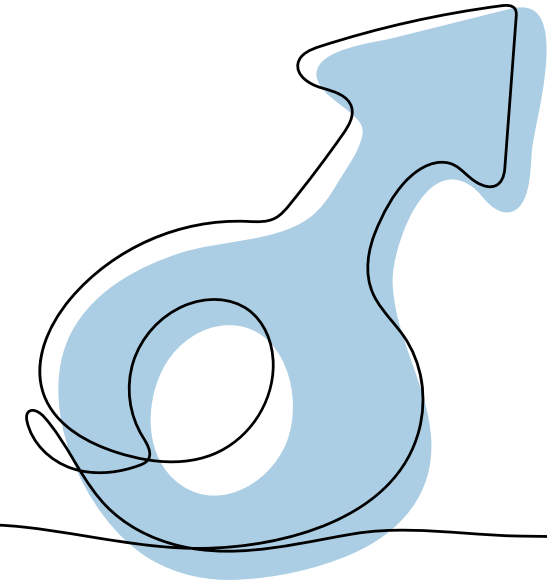
El 37% de los puestos de responsabilidad de Alcampo, que forma parte de la iniciativa “Más Mujeres, Mejores Empresas” del Ministerio de Igualdad, son desarrollados por mujeres. Avanzar en este sentido es una prioridad para la compañía que, entre otras acciones recogidas en el propio Plan de Igualdad, participa en acciones de formación y programas específicos orientados al empoderamiento de la mujer y al acceso a puestos directivos, como Empowering Women's Talent, impulsado por Equipos&Talentos.

Alcampo cuenta además con un Protocolo de Prevención y Tratamiento de Situaciones de Acoso Moral y Sexual, así como un procedimiento para la investigación y en su caso, depuración de responsabilidades de posibles situaciones de esta naturaleza.

En el marco de la lucha contra la Violencia de Género, Alcampo forma parte de "Empresas por una sociedad libre de violencia de género", apoyando a las mujeres víctimas a través de ayudas recogidas en el Plan de Igualdad, favoreciendo el empleo y participando en jornadas de sensibilización como la carrera “Hay Salida”.



MÁS
MUJERES
MEJORES
EMPRESAS



«EL 37% DE LOS
PUESTOS DE
RESPONSABILIDAD
DE ALCAMPO SON
*desarrollados por
mujeres*»



Disfrutar del trabajo, ser partícipe, sentirse bien

Alcampo obtuvo en 2021 la certificación Top Employer, otorgada por Top Employers Institute, organismo que evalúa la excelencia en las condiciones que las organizaciones ofrecen a sus trabajadores. Este certificado que reconoce la política de Recursos Humanos de Alcampo, así como su entorno de trabajo y la promoción del bienestar, ha sido renovado también en 2022.

Sin duda, las casi 20.000 personas de la empresa son la piedra angular del buen funcionamiento de la compañía. Impulsores del cambio, de la transgresión y actores del comercio responsable orientado al cliente, los trabajadores tienen el derecho de ser accionistas de la compañía y participar de los buenos resultados.



«EN 2021
se repartieron
12,3 MILLONES DE €
ENTRE LOS 15.860
ACCIONISTAS»



El accionariado voluntario, que cumplió su 25 aniversario en España el pasado año, es la clara respuesta a uno de los valores fundacionales: repartir el haber, que se consolida con otros proyectos de reparto de los resultados.



«LOS COLABORADORES
RECIBIERON 25,1 MILLONES
DE € EN ACCIONES, *como
reconocimiento a su trabajo*»

En 2021 se repartió la cantidad de 12,3 millones de euros bajo este concepto, que fue repartida entre los 15.860 accionistas.

Además de esta cantidad repartida en acciones, los colaboradores de la compañía recibieron 25,1 millones de euros (6,3 millones en acciones), como reconocimiento del trabajo individual y colectivo que realizan para hacer crecer a la empresa.



Saber para APORTAR, saber para CRECER

La formación continua siempre ha sido un activo vital para Alcampo, que en 2021 ha invertido 3,5 millones de euros para desarrollarla. En total se han impartido más de 122.000 horas de formación, ofreciendo casi 1.900 módulos formativos, de los que más de 1.000 están disponibles para el 100% de la plantilla.



Estar atentos a los cambios y seguir aprendiendo desemboca en un mejor ejercicio de la profesión y en la clara mejora de la empleabilidad y el desarrollo. Precisamente en el marco del desarrollo, en la llamada “Escuela del Talento” han participado 230 personas. Esta escuela que lleva funcionando varios años, está orientada al desarrollo de competencias y cuenta con diferentes módulos en función del público objetivo. En 2021 se ha incluido el módulo “Lab to grow” destinado a impulsar el talento junior a través de una inmersión en los principales ejes, modelos de negocio y tendencias empresariales actuales, así como en la importancia del desarrollo de la creatividad en equipo. En 2021, 14 personas han cambiado de puesto en la organización, un ejemplo de la apuesta del talento interno.



Además de la formación destinada al personal de la plantilla, Alcampo trabaja en alianza con centros formativos para favorecer el conocimiento, entendiéndolo como un aspecto básico para la mejora de la empleabilidad. De hecho, la compañía tiene acuerdos de colaboración con más de 60 entidades educativas para participar activamente en la formación práctica de sus alumnos. Entre estos centros se encuentran varios con los que colabora desde 2019 en el marco del impulso de la FP Dual, acogiendo alumnos de los grados medio y superior eminentemente del ciclo formativo de Actividades Comerciales, con la finalidad de que los complementen su formación en empresas. En el curso 2021/2022, una veintena de alumnos han participado en este recorrido formativo.

Otra de las acciones que históricamente Alcampo lleva a cabo, es la colaboración con entidades sociales para favorecer la formación y empleabilidad de las personas a las que atienden, haciendo un foco especial en la inclusión de jóvenes vulnerables. En 2021 la compañía ha formado a 176 jóvenes que han realizado prácticas durante más de 29.500 horas acompañados por 342 personas de la plantilla de Alcampo.

En esta línea de colaboración, la compañía ha continuado haciendo realidad su compromiso con el Plan Empleo Cruz Roja, habiendo formado a 105 personas en 26 tiendas de la compañía, de las que 40 ya forman parte de la plantilla de Alcampo.

Precisamente la formación teórica y práctica es la base de colaboración con Fundación Secretariado Gitano, habiendo impartido formación en 2021, a 139 alumnas y alumnos a través de 17 cursos, algunos de ellos pertenecientes al catálogo formativo online que posee y diseña Alcampo y que ha cedido a la Fundación.

«SE HAN *impartido*
122.000 HORAS DE FORMACIÓN,
ofreciendo CASI
1.900 MÓDULOS FORMATIVOS,
CON *una inversión*
DE 3,5 MILLONES DE €»



Alianzas con el entorno para que el entorno sea mejor



Trabajar para mejorar el entorno social es uno de los ejes de trabajo que Alcampo desarrolla desde siempre, poniendo un foco especial en la infancia que vive en familias con dificultades. La compañía desarrolla acciones a largo plazo en alianza con actores locales o nacionales, que permitan llevar el apoyo a quién más lo necesita.

Desayunos y Meriendas CON CORAZÓN

Con la dinámica de recaudar dinero y no productos, Alcampo celebró la novena edición de la campaña Desayunos y Meriendas con Corazón. A lo largo de una semana, 3.100 personas voluntarias participaron en las tiendas Alcampo para informar a los clientes sobre la campaña, habiendo donado éstos 216.000 euros. Por su parte, Alcampo entregó 110.000 euros y Oney y Nhood 3.000 euros cada uno. En total, 332.000 euros se destinaron a familias vulnerables.

«EN 2021 SE DESTINARON 332.000 € a familias vulnerables CON LA CAMPAÑA DESAYUNOS Y MERIENDAS CON CORAZÓN»



«ALCAMPO ENTREGÓ
+225.000 € A ALGUNAS
ONG LOCALES *en*
material escolar»



Campaña de RECOGIDA de material escolar

Celebrada por primera vez previo a la «vuelta al cole», Alcampo acogió una campaña de recogida de material escolar, consiguiendo entregar a diferentes ONG locales más de 225.000 euros en material escolar. La campaña arrancó con una donación directa de material escolar por valor de 25.000 euros realizada por Alcampo, a la que se han sumado las donaciones de sus clientes. Más de 96.000 artículos de papelería y materiales escolares fueron entregados a familias afectadas por la crisis socio-económica.

Ningún NIÑO sin juguete

Esta campaña finalizó con una recaudación de 12.800 juguetes nuevos. Estos juguetes fueron entregados a organizaciones del entorno de las 76 tiendas Alcampo participantes que, a su vez, los hicieron llegar a niñas y niños que viven en familias en situación de vulnerabilidad. Alcampo donó más de 2.500 juguetes nuevos, tanto para las organizaciones como para Samur-Protección Civil y Samur Social, con quienes colabora en Madrid desde hace años para que niños y niñas que viven en centros de acogida, puedan acceder a juguetes en Navidad.



«12.800 *juguetes nuevos*
RECAUDADOS CON
LA CAMPAÑA NINGÚN NIÑO
SIN JUGUETE»



La GRAN RECOGIDA de Banco Alimentos

Alcampo volvió a sumarse a la campaña Gran Recogida que organiza la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL). Por las condiciones sanitarias durante la campaña, en lugar de recoger alimentos físicos se recogieron donaciones económicas, que podían hacerse tanto en las cajas como en la plataforma de comercio online. En total, se recaudaron más de 527.000 euros, habiendo entregado Alcampo 80.000 euros.

«527.000 € *recaudados*
CON LA CAMPAÑA
LA GRAN RECOGIDA»



Un kilo de AYUDA

La Fundación Altius presta apoyo para cubrir las necesidades básicas de las familias y desarrolla programas de inserción laboral. En Alcampo se venden tarjetas de 1, 3 o 5 euros para destinar a estos programas, tanto en cajas como en comercio online. En 2021 se ha conseguido entregar a esta Fundación 155.000 euros.





eh |
Empresa
de inserción
CÁRITAS
DICCION DE CARTAGENA

Cáritas

+info



Bolsas de ayer para el futuro

Estas **“tote bag”** las elaboran **mujeres que participan en los talleres de producción textil Eh laboras!** en el barrio Lo Campano de Cartagena (Región de Murcia) y están compuestas al 100% por algodón ecológico, procedente de las cercanas localidades de Yecla y Alicante. **Eh laboras!, empresa de inserción de Cáritas**, tiene el objetivo de formar y empoderar a estas mujeres para lograr una **plena integración socio-laboral**, mejorando las condiciones de vida de su entorno más próximo, así como su empleabilidad para su futura inserción en el mercado normalizado. Estas **“tote bags”** cuyo estampado ha sido elegido por los propios clientes de la compañía, se venden en todos los espacios de textil de los centros **Alcampo** al precio de **5,99 euros**, en un año **se han vendido más de 1.400 bolsas**.



Jornadas de apertura: ACTUAR desde dentro

Alcampo promueve la implicación de sus equipos en los proyectos que apoya, impulsando que una jornada de trabajo al año se dedique a acciones de voluntariado. En el pasado año, más de 2.000 colaboradores participaron como voluntarios en diversas jornadas de apertura dedicadas a causas sociales y ambientales, como la campaña Desayunos y Meriendas con Corazón, las acciones llevadas a cabo por la Fundación Alcampo por la Juventud, la Gran Recogida de Banco de Alimentos, la campaña propia Ningún Niño Sin Juguete o la participación en el proyecto Libera de Seo BirdLife y Ecoembes, cuyo objetivo es limpiar las playas y espacios naturales.



«+2.000 *colaboradores voluntarios*
PARTICIPARON EN
LAS JORNADAS DE
APERTURA»



Nos quitamos el sombrero ante nuestros agricultores

Una de las acciones nuevas desarrolladas en este marco fue **la creación del programa «en la piel de un agricultor»**, una oportunidad única de **conocer de primera mano a los productores locales del sector primario, su trabajo y el producto que cultivan, viviendo esta experiencia en propia piel**. Durante 2021 se han hecho visitas a productores de tomates de Madrid, Alicante y de cebollas en Zaragoza. Unos 80 colaboradores han podido vivir este aprendizaje experiencial, que se seguirá desarrollando a lo largo de 2022.



La ÉTICA en la base de las alianzas

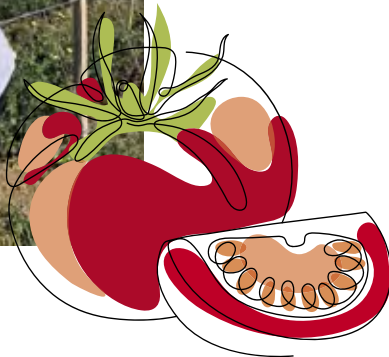
Casi 4.000 personas han recibido en 2021 formación en ética, cifra que supone haber alcanzado el 96% de la plantilla. Esta formación tiene el objetivo de dar a conocer a todos los trabajadores de Alcampo cuáles son los principios éticos de la compañía y cuáles son las herramientas de vigilancia y control, como el “Código de Ética Comercial” de obligado cumplimiento para todos los socios comerciales, la “Carta Ética” que rige normas de relación con los grupos de interés, el “Protocolo de Buenas prácticas para la Prevención de Conductas Ilícitas”, la “Guía de Ética para el día a día”, distribuida a todos los colaboradores y el “Canal de denuncias éticas”, desarrollado y gestionado por la compañía Whispli.

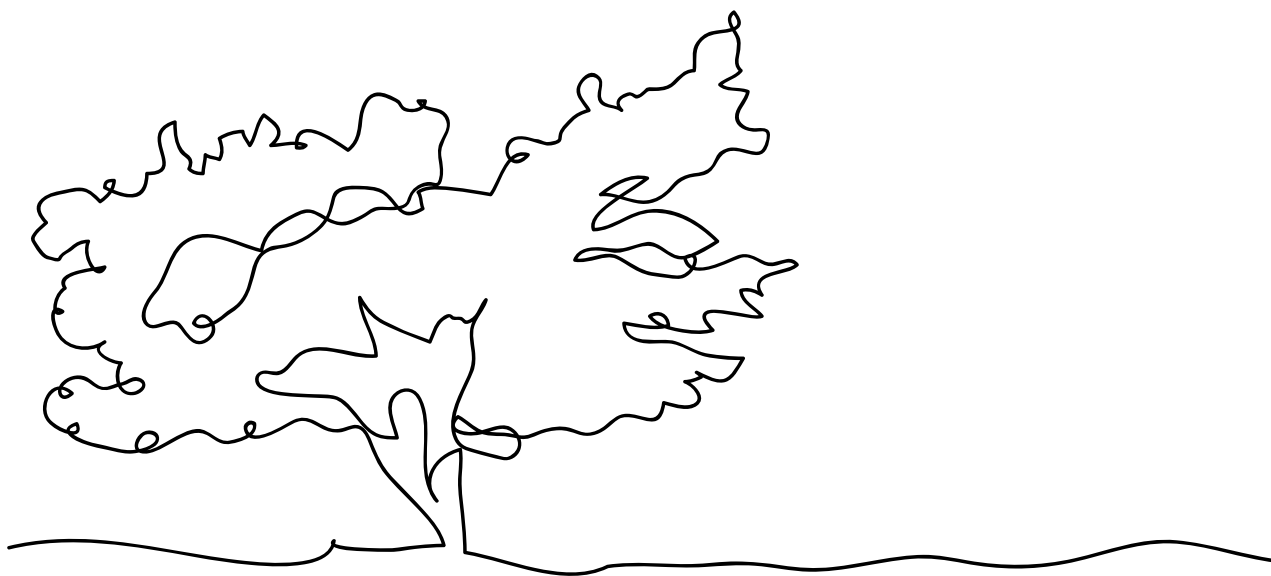
Además, cabe indicar que el 98% de los profesionales que desarrollan su labor en departamentos de compras, han recibido formación sobre compras responsables. Asimismo, los proveedores además de firmar el Código de Ética Comercial basado en principios de respeto a los Derechos Humanos y al medioambiente, son auditados tanto a nivel internacional como por parte de los equipos de España. En este sentido, se han realizado 80 auditorías sociales en 2021

Alcampo forma parte del **Pacto Mundial** desde el año **2002**.



«4.000 PERSONAS
HAN RECIBIDO EN 2021
formación en ética»





COMPROMETIDOS CON EL PLANETA

Estar comprometidos con el planeta es movilizarse y actuar en pro del medioambiente, es trazar una hoja de ruta con metas a corto y largo plazo que impulsen la realización de acciones reales y medibles en pro de la economía circular, la lucha contra el cambio climático y la preservación de la biodiversidad.



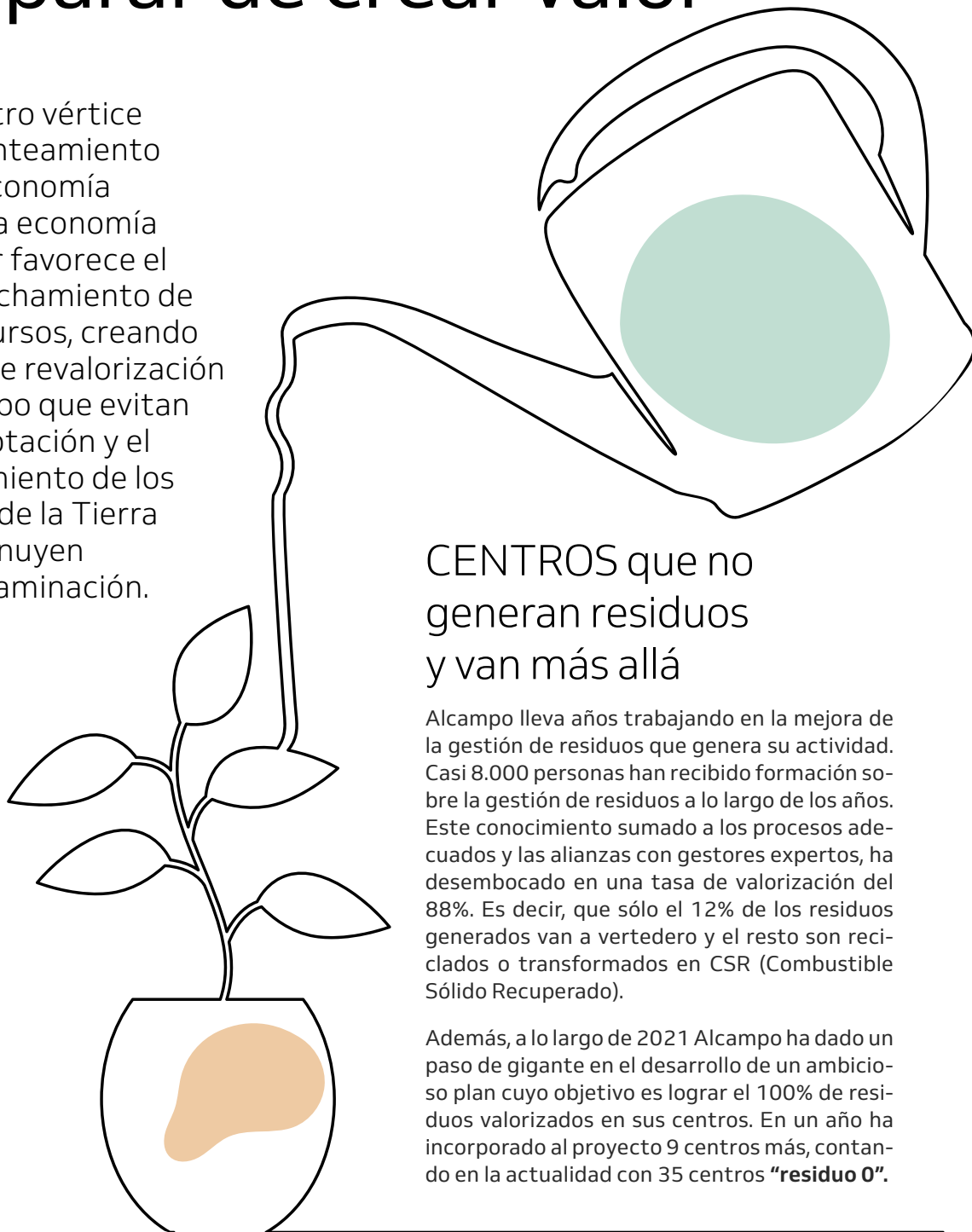


PRODUCTOS ECOLÓGICOS A GRANEL

A tu lado,
siempre

Economía *circular* para no parar de crear valor

En el otro vértice del planteamiento de la economía lineal, la economía circular favorece el aprovechamiento de los recursos, creando flujos de revalorización al tiempo que evitan la explotación y el agotamiento de los bienes de la Tierra y disminuyen la contaminación.



CENTROS que no generan residuos y van más allá

Alcampo lleva años trabajando en la mejora de la gestión de residuos que genera su actividad. Casi 8.000 personas han recibido formación sobre la gestión de residuos a lo largo de los años. Este conocimiento sumado a los procesos adecuados y las alianzas con gestores expertos, ha desembocado en una tasa de valorización del 88%. Es decir, que sólo el 12% de los residuos generados van a vertedero y el resto son reciclados o transformados en CSR (Combustible Sólido Recuperado).

Además, a lo largo de 2021 Alcampo ha dado un paso de gigante en el desarrollo de un ambicioso plan cuyo objetivo es lograr el 100% de residuos valorizados en sus centros. En un año ha incorporado al proyecto 9 centros más, contando en la actualidad con 35 centros “residuo 0”.

Circularidad en estado puro

El Instituto Cerdá ha incluido el sustrato universal de marca propia Auchan, como **una de las innovaciones a destacar** en la 5ª edición del Observatorio de Innovación en Gran Consumo. En colaboración **con Saica y Semillas Batllé**, Alcampo lanzó al mercado **el primer sustrato universal de marca propia**, fabricado con **compost con un 10% de residuos orgánicos** de sus hipermercados. Además, este producto se presenta en un **envase fabricado con un 50% de granza reciclada** procedente también de los residuos plásticos de sus tiendas.



Con el objetivo de hacer partícipes a sus clientes de la apuesta por la circularidad y para facilitar el acceso a puntos donde segregar fácilmente los residuos, Alcampo ha ampliado su red de eco-parques. En total, se han incorporado eco-parques en 43 tiendas, contando en la actualidad con 127 puntos de segregación donde depositar residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, aceite, lámparas o fluorescentes.

«EN LA ACTUALIDAD
ALCAMPO CUENTA CON
35 centros RESIDUO 0»



Segunda mano: más oportunidades

Este córner **Moda re-** es un **espacio disponible en 9 hipermercados** (7 en la provincia de Barcelona y 2 en la de Madrid), donde **se expone y vende ropa de segunda mano en colaboración con Cáritas**. Este proyecto iniciado en mayo de 2021, tiene la finalidad de dar una segunda vida a la ropa, contando además con un componente social de alto impacto: la inclusión de personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión. Esta colaboración cierra el círculo de la relación iniciada en 2020, con el fin de **favorecer la reutilización y/o reciclado de prendas textiles**, evitando así que terminen en el vertedero. Se basa en dos compromisos: por un lado, la donación de prendas textiles y por otro, la recogida de prendas usadas entregadas por los clientes, que pueden depositarlas en contenedores y que es ya una realidad en 35 tiendas Alcampo. **En un año se han recogido más de 117.000 Kg en los contenedores y Alcampo ha entregado más de 12.000 Kg.** Además de ropa de segunda mano, Alcampo vende móviles y tablet reacondicionados en colaboración con la empresa española **ReWare**.

ALCAMPO y tú, sin desperdicio

Tras sumarse los centros de Canarias, el 100% de las tiendas propias de Alcampo ofrecen el servicio dado a través de la aplicación Too Good To Go, además de algunas franquicias, contando con un parque de 176 tiendas con Too Good To Go. En un año se han salvado 149.200 packs de comida que supone haber evitado tirar 150 t de alimentos y la emisión de 375 t de CO₂eq.

Otro de los proyectos llevados a cabo a lo largo de 2021, ha sido el de reducción de precio por fecha de caducidad próxima. Iniciado en abril de 2021, este proyecto se puso en marcha introduciendo un sistema de reducción de precio en productos que se acercan al final de su vida útil. Se trata de alimentos, en su mayoría perecederos, cuya fecha de caducidad está cercana pero que están en perfecto estado, aplicando descuentos de entre un 10% y un 50%. Con esta medida se ha evitado que 1,6 millones de artículos se desperdicien.

En el marco de la formación y sensibilización, Alcampo ha puesto en marcha un proyecto de animación que bajo el nombre de "Alcampo y tú, sin desperdicio", pretende compartir información y buenas prácticas con toda la compañía, para asegurar un trabajo conjunto y en equipo, con el objetivo de reducir la pérdida de alimentos. Respecto a la formación, la empresa ha creado un módulo e-learning sobre desperdicio alimentario en el que 8.200 colaboradores han participado, suponiendo un 42% de la plantilla.

Además, Alcampo ha participado en la Semana contra el Desperdicio de Alimentos organizada por AECOC, con el fin de sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de evitar el despilfarro de alimentos. Para ello se ha difundido información sobre las medidas adoptadas por Alcampo

para luchar contra el desperdicio alimentario, así como sobre los hábitos que pueden adoptar los clientes para contribuir a un aprovechamiento más eficaz de los alimentos.

Otra de las acciones que ha seguido desarrollando en el marco de lucha contra el desperdicio de alimentos, es la donación a Bancos de Alimentos de productos que no son aptos para la venta, pero sí para el consumo, habiendo hecho una donación de productos por valor de 370.000 euros.



« En un año se ha
evitado TIRAR 150 t DE
ALIMENTOS Y LA EMISIÓN
DE 375 t DE CO₂eq CON
TOO GOOD TO GO »



Terminar con el exceso de plástico y buscar ALTERNATIVAS sostenibles

Alcampo cuenta con una política de plásticos pública basada en las actuaciones a llevar a cabo en envases, en productos de un solo uso y respecto a la sensibilización, fijando compromisos hasta el año 2025. El objetivo de la compañía es actuar desde la concepción y producción, hasta el transporte de la compra, pasando por los servicios y acciones puestas en marcha en las propias tiendas que desemboquen en la reducción del consumo de plástico.

Los primeros pasos en darse para hacer realidad estos compromisos adquiridos, fueron los relativos a la eliminación o reducción de productos de plástico de un solo uso, eliminando en 2020 el plástico de los bastoncillos de los oídos de marca propia, reduciendo un 50% los vasos de plástico y eliminando en su totalidad la oferta de vajillas (platos y cubiertos) de plástico de un solo uso.

Respecto a envases primarios, Alcampo tiene la prioridad de actuar en sus productos de marca propia, habiendo ahorrado en el año anterior 43 t de envases y embalajes gracias a su política de eco-concepción, siendo los proyectos más relevantes la reducción de 34,2 t de plástico (Polietileno) de los film primarios y secundarios en productos de celulosa, así como la sustitución de las pajitas y retráctiles de los minibrik de plástico por otros de cartón, que suponen eliminar 4,6 t. Además, todos los envases en brik, y todos los que llevan papel y cartón, cuentan certificado de procedencia de fuentes sostenibles (FSC y PEFC).



«ALCAMPO *ha ahorrado* 43 t DE ENVASES EN 2021 GRACIAS A SU POLÍTICA DE ECO-CONCEPCIÓN»





Cebollas con capa de papel

Estas **cebollas dulces de Fuentes de Ebro** que produce el proveedor Jumosol para Alcampo Producción Controlada, han incorporado en 2021 un **innovador envase 100% reciclable, biodegradable y compostable**, habiendo sustituido el envase previo por uno cuya bolsa está compuesta de papel y la malla de papel y bambú, dando como resultado **un envase 100% libre de plástico**, que permitirá reducir aproximadamente **6.000 kg** de plástico anuales.

Además de actuar en envases de marca propia, cabe indicar que en las tiendas se ha restablecido el servicio por el que el cliente puede llevar su propio envase para adquirir productos frescos en mostradores, se ha continuado ofreciendo bolsas de malla reutilizables para la sección de frutas y verduras, mercado donde además se eliminaron las bandejas de poliestireno que fueron sustituidas por envases reciclables o compostables, evitando haber puesto en el mercado 80 t de porex.

Con el mismo objetivo, se han dado los primeros pasos en panadería y pastelería cambiando las bandejas de plástico de las empanadas por otras de cartón, estimando un ahorro de 38 t al año. En este mismo mercado se está trabajando para sustituir las bandejas de PET por otras de cartón con certificación FSC.

Soñamos con eliminar el plástico

Este juego de sábanas Actuel no está envuelto en plástico. En 2019 **Alcampo** comenzó a retirar el plástico de la ropa de cama que comercializa, la mayoría de la **marca exclusiva Actuel**, habiéndolo eliminado ya de casi 800 referencias. Con esta medida, en 2021 se estima **haber evitado el consumo de 21 t de plástico.**



Luchar juntos contra el *cambio climático*

Alcampo comenzó a publicar su Huella de Carbono en el año 2010 para sus hipermercados y en el año 2013 para sus supermercados, una acción orientada a conocer en profundidad sus emisiones y poner en marcha las acciones pertinentes para reducirlas y/o eliminarlas.

Ya en 2022 la compañía se ha sumado al “Plan Clima” de Auchan Retail Internacional, cuyo objetivo principal es alcanzar la neutralidad de carbono en el año 2043 en los ámbitos de emisiones directas (Scope 1 y 2) y aportar a la meta de impedir que el calentamiento del Planeta sobrepase un aumento de 1,5 °C fijada en la COP21 y ratificada en la COP26.

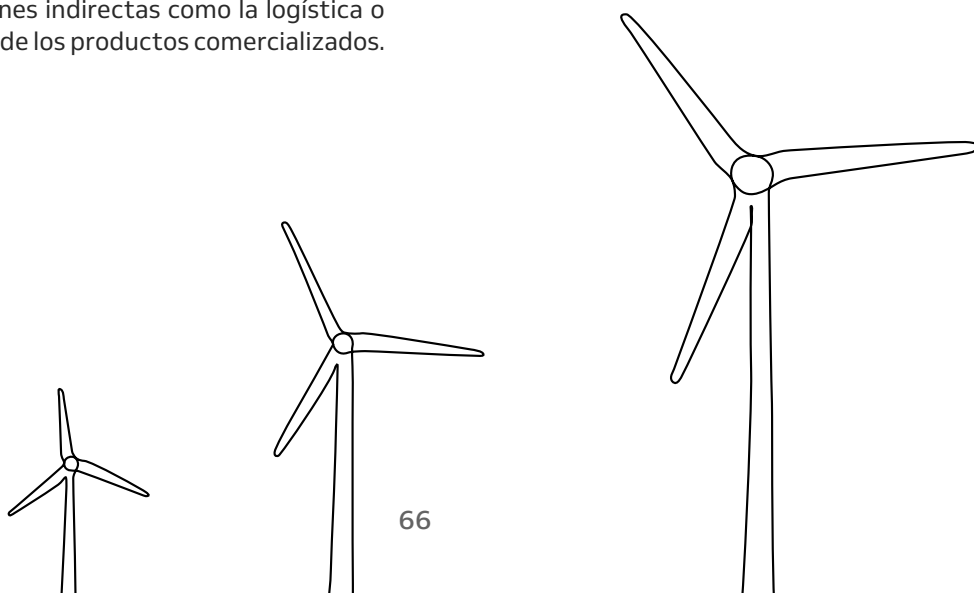
Antes de llegar a 2043, el grupo pretende reducir un 46% las emisiones de CO₂eq de los Scope 1 y 2, alcanzando un 25% las emisiones de CO₂eq a reducir respecto a las emisiones del Scope 3, debidas a emisiones indirectas como la logística o el ciclo de vida de los productos comercializados.

Profundizando en el SCOPE 1 y 2

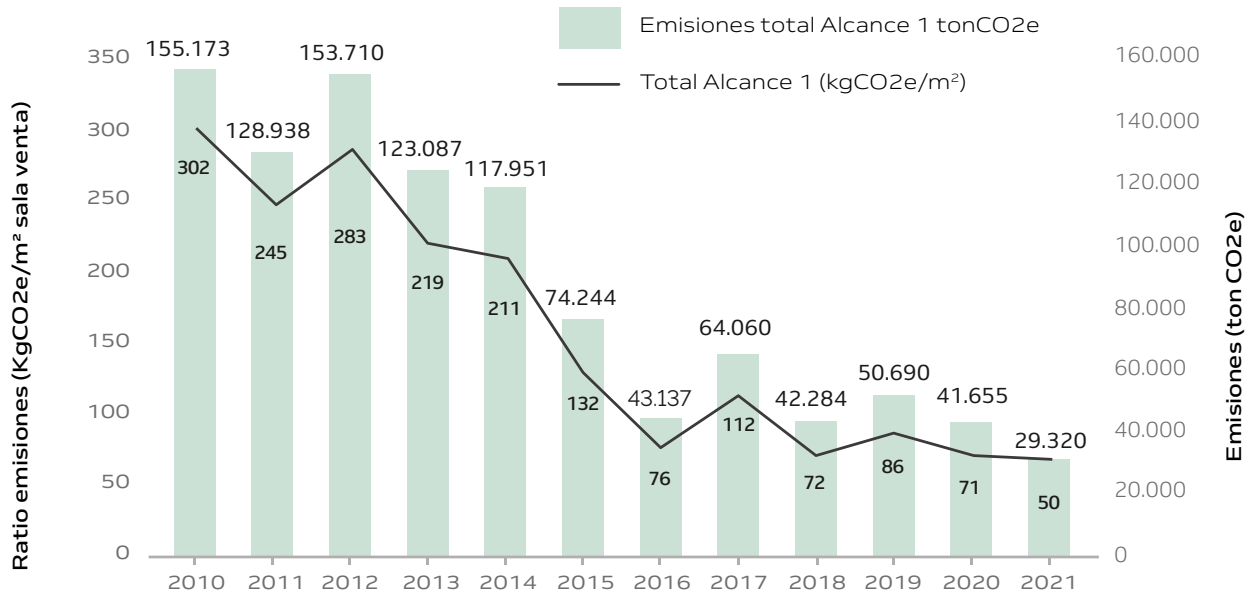
El Scope 1 (Alcance 1) mide las emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero provenientes de fuentes que pertenecen o son controladas por la organización, como fugas de gases refrigerantes, emisiones debidas a la combustión de gas natural y emisiones por la combustión de gasoil y bajo el Scope 2, se miden las emisiones indirectas procedentes de la generación de electricidad consumida.

En el caso de los hipermercados, las emisiones de CO₂eq se han reducido con relación al año base (2010) en valor absoluto en un 81% y en valor relativo (por m² de sala de venta), un 84%. Y con relación a 2020, se han reducido un 30% en valor absoluto y relativo.

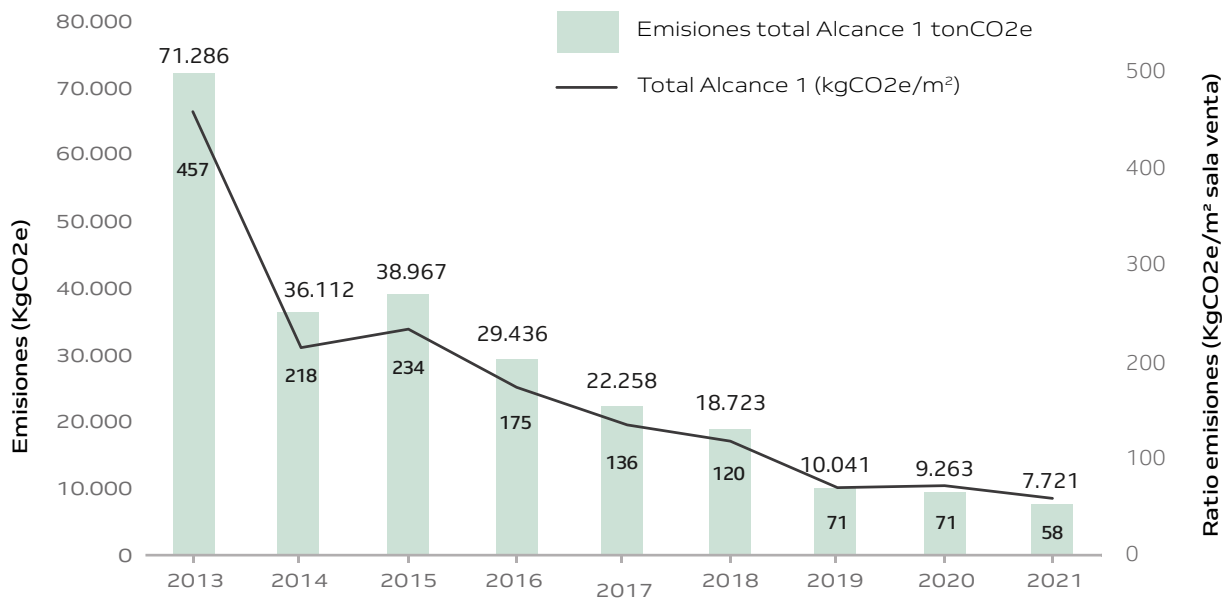
En el caso de los supermercados, las emisiones de CO₂eq se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto en un 89% y en valor relativo (por m² de sala de venta), un 87%. Y con relación a 2020, se han reducido un 17% en valor absoluto y un 19% en valor relativo.



Total Alcance 1 HIPERMERCADOS



Total Alcance 1 SUPERMERCADOS



Desde 2018 Alcampo no genera emisiones de CO₂eq en el marco del Scope 2 al utilizar energía que procede exclusivamente de fuentes 100% renovables. Cabe indicar que respecto al ejercicio anterior se ha ahorrado un 2,1% el consumo de energía.

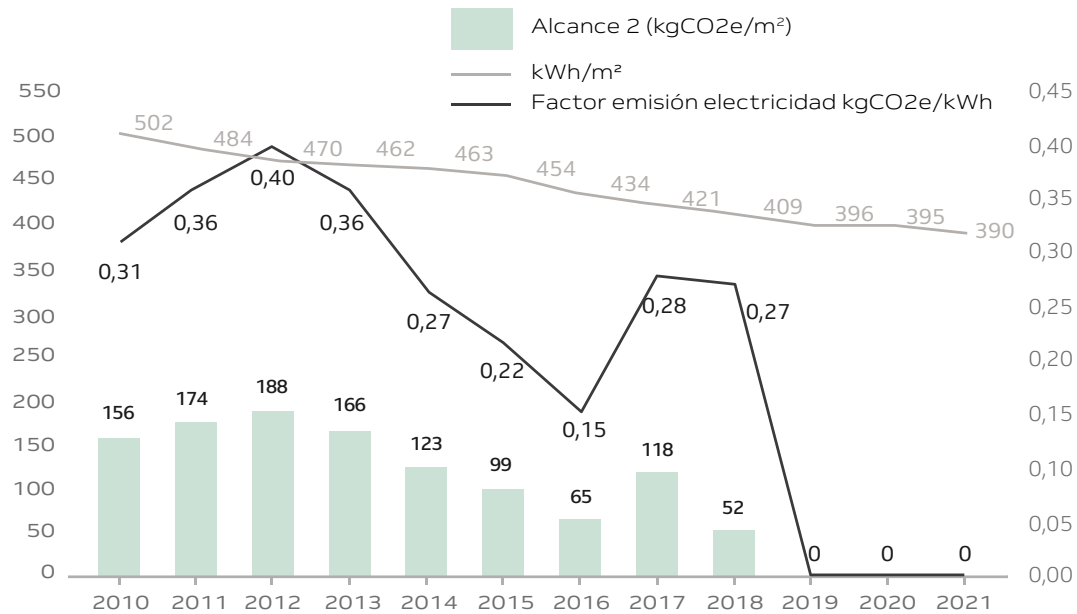
En el caso de los hipermercados, el consumo de kWh/m² de sala de ventas se ha reducido un 22% con relación al año base y un 1,2% con relación a 2020. Y en el caso de los supermercados, un 21% con respecto al año base y un 1% respecto al año 2020.

Estos avances no son fruto de la casualidad, sino del trabajo en pro de la eficiencia energética desempeñado desde el año 2008, trabajo que ha sido reconocido por la Association of Energy Engineer, que seleccionó a Alcampo como empresa ganadora de los Regional Awards en la categoría Corporate Energy Management.

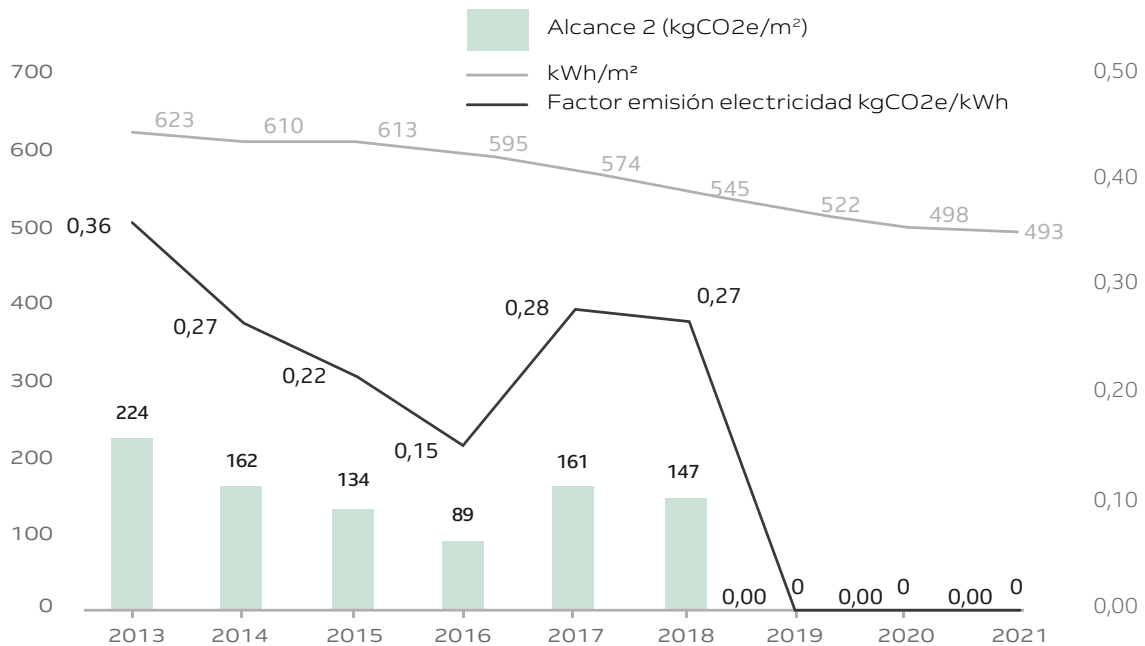
El Sistema de Gestión de la Energía de Alcampo está certificado por AENOR, acreditando que la empresa cumple con los requisitos establecidos en la norma internacional ISO 50001.



Total Alcance 2 HIPERMERCADOS



Total Alcance 2 SUPERMERCADOS

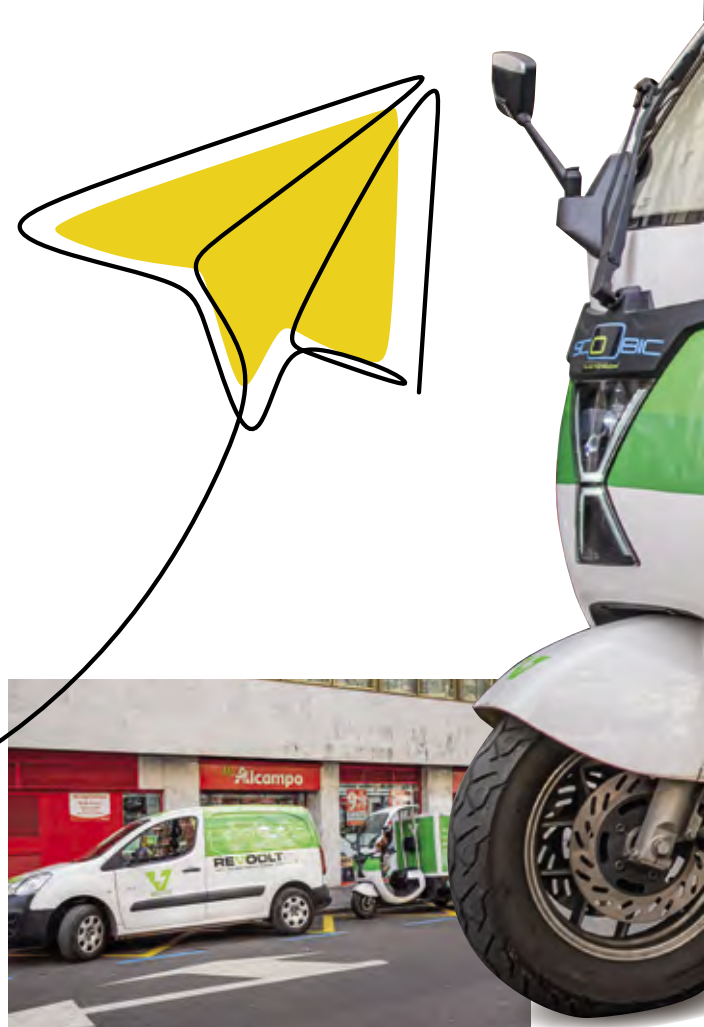


Profundizando en el SCOPE 3

En el marco del Scope 3 Alcampo está trabajando en la reducción de emisiones de CO₂eq procedentes del transporte, tanto el utilizado de los almacenes a sus tiendas, como el utilizado para transportar la mercancía a los clientes. Con relación a 2021, las emisiones totales debidas al transporte de las plataformas de Alcampo a las tiendas, se ha reducido un 7%.

Respecto al primer punto cabe indicar que, para la entrega de mercancía desde los almacenes logísticos a las tiendas, la compañía ha continuado desarrollando su proyecto de Distribución Urbana Sostenible en las ciudades de Zaragoza y Madrid, utilizando una flota de 1 camión a gas, que reduce la contaminación acústica además de las emisiones de CO₂eq. Respecto a las normas europeas que rigen la contaminación de los vehículos utilizados, cabe indicar que el 75% de los camiones utilizados son certificados Euro 6.

«LAS *emisiones totales* DEBIDAS AL TRANSPORTE DE LAS PLATAFORMAS A LAS TIENDAS *se ha reducido* UN 7%»



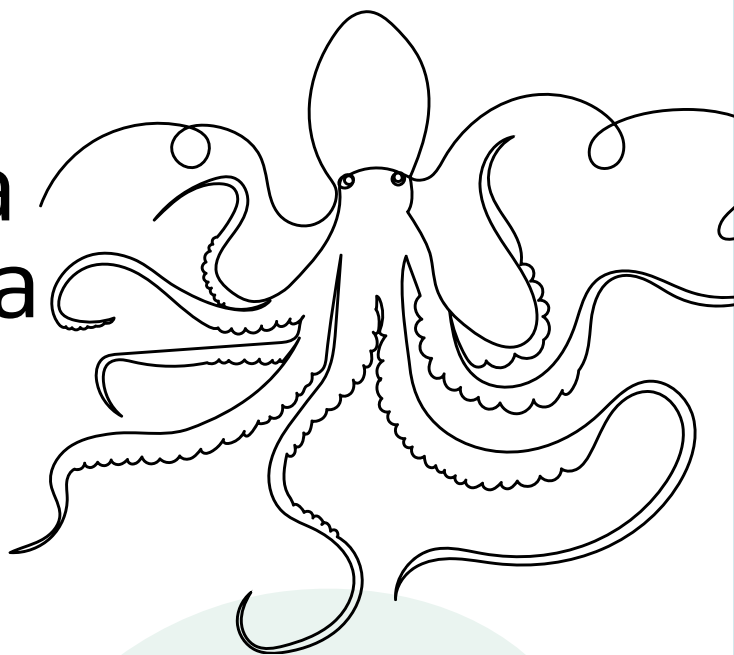
Kilómetros de sostenibilidad

Este triciclo es uno de los **vehículos no contaminantes** utilizados en **75 supermercados Alcampo**, para realizar el servicio de entrega a domicilio. Además de estos triciclos se utilizan ciclomotores y furgonetas eléctricas.



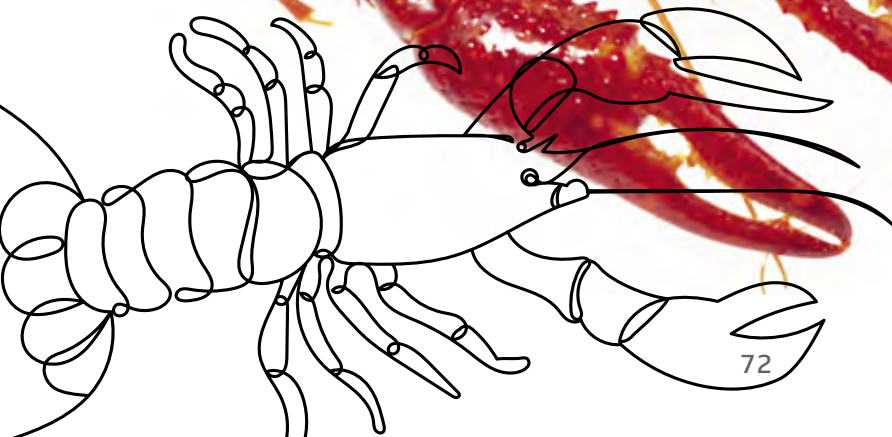
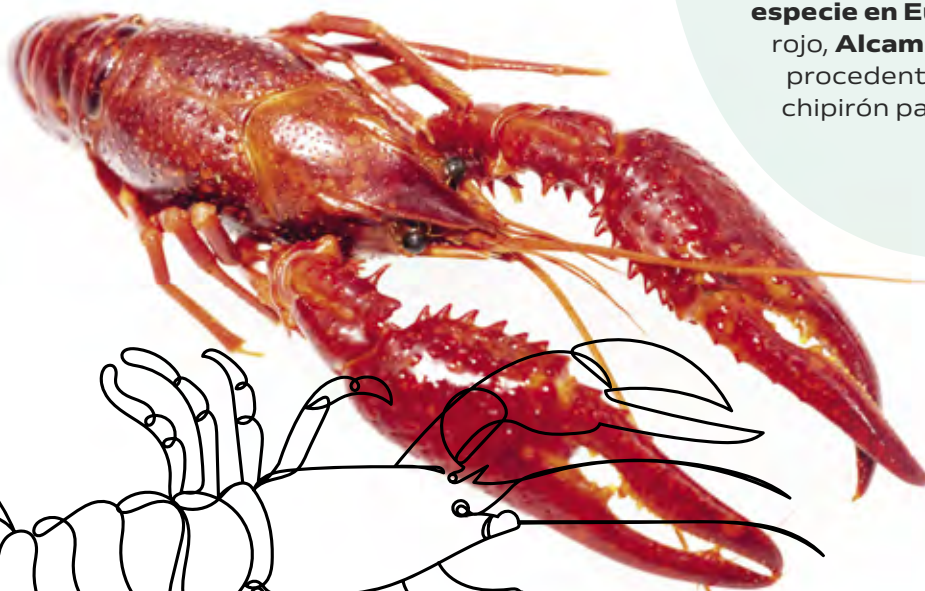
Recuperar una *biodiversidad* rica para la vida

La conservación de los ecosistemas terrestres y marinos es un objetivo primordial para mantener el perfecto equilibrio natural que sustenta la vida y el bienestar. Alcampo, comprometido con la preservación de la biodiversidad, ha fijado políticas y compromisos de pesca, bosques, textil, bienestar animal y recuperación de especies autóctonas.



Cangrejos que caminan en pro de la sostenibilidad

Este **cangrejo rojo de río** comercializado por Alcampo, procede del FIP (Fishery Improvement Project) o **Proyecto de Mejora Pesquera de cangrejo rojo de río en Andalucía y Extremadura**, que se puso en marcha en enero de este año 2021 y es **el único proyecto dirigido a esta especie en Europa**. Además del cangrejo rojo, **Alcampo** ofrece otros productos procedentes de FIP: pota argentina, chipirón patagónico, pulpo, tintorera y pez espada.



Océanos para hacer de la TIERRA un lugar habitable

En 2020 Alcampo y su proveedor Cabomar Congelados S.A.U., firmaron un acuerdo de colaboración para desarrollar un perfil Fishsource para las capturas de gallineta (*Sebastes spp.*) que la flota EU (España, Portugal y Estonia) extrae en el caladero de Flemish Cap (NAFO). En 2021 Alcampo volvió a comercializar en sus pescaderías esta gallineta (*Sebastes spp.*), con el compromiso de continuar trabajando sobre ella bajo un enfoque de sostenibilidad integral, que implique a todos los actores económicos y con un enfoque ecosistémico.

También volvió a incorporar tintorera (*Prionace glauca*) procedente del FIP (Fishery Improvement Project) BLUES, siempre y cuando mantenga un progreso adecuado.

La compañía dejó de vender estos productos pesqueros en el año 2010 debido a la situación de las poblaciones de las especies de este género a nivel mundial. Ese mismo año publicó en www.alcampocorporativo.es, su Política de Pesca sostenible que ha sido renovada en 2021, y que se ha basado en cuatro puntos: luchar contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR), no comercializar especies clasificadas “en peligro” o “en peligro crítico” en la Lista Roja de Especies Amenazadas de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, asegurar la sostenibilidad y biodiversidad de los recursos y ecosistemas acuáticos, a través del apoyo a la creación y conservación de Reservas Marinas, de evitar la captura accidental de especies y prohibir el cercenamiento de las aletas de tiburón y el descarte del resto del cuerpo.

El cuarto punto está sustentado en la creación de alianzas y el codesarrollo de acciones encaminadas a garantizar la pesca sostenible y aportar al bien común, como la mantenida con SFP (Sustainable Fisheries Partnership), organización con la que Alcampo trabaja para realizar el monitoreo y seguimiento de las pesquerías de origen de los productos frescos comercializados y promover entre los proveedores, aquellas mejoras identificadas en el ámbito de la sostenibilidad.



Una conserva bonita para el mar

Este **tarro de bonito de marca propia Auchan** es elaborado por **Grupo Consorcio**, una empresa familiar que, desde 1950, se dedica a la **producción de bonito del norte y de la anchoa** con el firme compromiso de apostar siempre por una **pesca sostenible y responsable con el medioambiente**. Cuenta con el sello azul MSC (Marine Stewardship Council), como otras 50 referencias más, de las que 11 son de marca propia.

Tejiendo un FUTURO más sostenible

Alcampo ha continuado desarrollando e impulsando su Política de Textil sostenible, que recoge los compromisos de sostenibilidad en cada fase del ciclo de vida de las prendas; desde la concepción de las mismas a la valorización del producto, pasando por el transporte, el aprovisionamiento y la fabricación, siempre basada en la eco-concepción.

Los resultados hablan por sí solos: la compañía, ha multiplicado por tres respecto al año pasado los productos In Extenso (marca exclusiva) sostenibles, alcanzando ya las 1.500 referencias que suponen más de un 25% del surtido total. Además, el 100% de la ropa interior de adulto y niño, así como las camisetas, camisas y pantalones cuentan con la etiqueta Oeko Tex, sello que certifica que la prenda no contiene ningún producto químico nocivo para la salud o el medioambiente. Para su obtención, se analizan tanto los materiales como los procesos de producción empleados.

¡Nos movemos por el medioambiente!

Este calzado deportivo In Extenso está **fabricado con polyester reciclado 100%** en lo que se refiere al empeine y al forro, siendo **la suela de goma EVA con un 40% de material reciclado**. Se incluyó en los lineales en otoño, habiendo vendido **1.300 unidades**.

Es **uno de los 1.500 productos In Extenso que utilizan materias primas de origen sostenible** para fabricar las propias prendas, entre los que está el algodón BIO, el Lyocell y las fibras recicladas, como las usadas en estas zapatillas.



«EN 2021 EL **100%**
de huevos DE MARCA
PROPIA PROCEDEN DE
GALLINAS NO CRIADAS
EN JAULAS»



BIENESTAR animal

La “Política de Bienestar Animal y uso responsable de antibióticos” de Alcampo, publicada en www.alcampocorporativo.es, se publicó en 2020, fijando en la misma los requisitos que la rigen y las metas a lograr hasta 2026.

Al finalizar 2021, existe la garantía de que el 100% de huevos de marca propia de Alcampo proceden de gallinas que no han sido criadas en jaulas, requisito que ya cumplían los huevos bajo la gama Alcampo Producción Controlada.

Trabajando en el desarrollo de productos certificados, Alcampo cuenta ya con 4 productos con sellos de bienestar animal; uno de ellos es ternera ecológica Alcampo Producción Controlada, otro es jamón cocido Auchan Gourmet y dos, puestos en los lineales en 2021: pechuguitas de pollo y tiras de pollo Auchan Gourmet.



Bosques para las GENERACIONES futuras

En 2017 Alcampo hizo pública su Política de Bosques, con los objetivos de reducir riesgos relativos a la sostenibilidad asociados a la comercialización de productos de madera y derivados y apoyar la restauración forestal.

Respecto al primer punto, Alcampo pretende contar con todos los productos de marca de fabricante con certificado FSC o PEFC, algo que es una realidad en el 92,7% de los casos, alcanzando un 100% en el caso de productos de marca propia gestionados en España, así como las nuevas incorporaciones al catálogo.

Asimismo, Alcampo anunció en 2018 que trabajaría con el objetivo de eliminar el aceite de palma de su marca propia en todas aquellas referencias en las que fuera posible sustituirlo y asegurando, en las que no, que dicho aceite debería proceder de fuentes sostenibles, algo que es una realidad en el 100% de productos gestionados en España.

Respecto a la restauración forestal, la compañía ha continuado apoyando el proyecto de restauración forestal liderado por WWF en la localidad toledana de Tembleque (Toledo), un proyecto que en 2021 ha cumplido 10 años.



Con la sostenibilidad de los bosques no se juega

Este **juego de madera de marca propia One Two Fun**, como la totalidad fabricados con este material, **tiene el certificado de Forest Stewardship Council (FSC)**, confirmando que la madera con la

que está elaborado, proviene de bosques gestionados según criterios del Consejo de Administración Forestal, que incluye medidas de gestión sostenible en aspectos ecológicos. Además, para respaldar este gran proceso de mejora del producto, **el embalaje también está hecho de cartón certificado FSC.**



«EL *100%* de los *productos* DE MADERA DE MARCA PROPIA, CUENTAN CON CERTIFICADO FSC O PEFC»

Pensando en nuestros abuelos, ACTUANDO por nuestros nietos

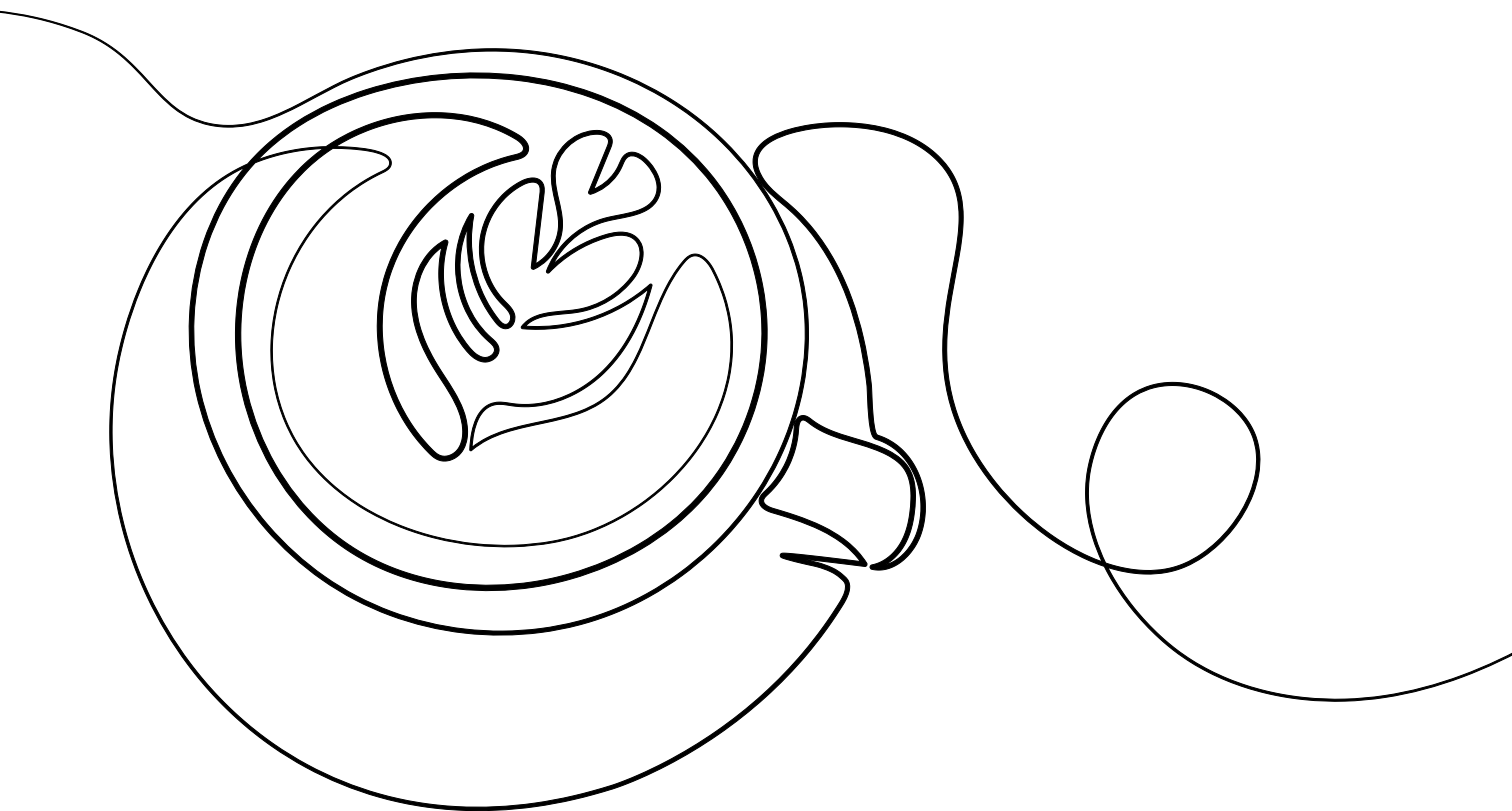
Moruno, Gordo, Antiguo, Mochuelo, de Piel de Sapo y Azul... Estas son variedades autóctonas de los campos de la Comunidad de Madrid prácticamente desaparecidas durante el éxodo rural de los años 60 que IMIDRA (Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario) recuperó. Las tres primeras se refieren a tomates, las tres últimas a melones. Todas se venden en temporada en los hipermercados y supermercados Alcampo de Madrid.

En total se han comprado más de 13.000 kilos de tomates y 8.000 kilos de melones a agricultores locales. En 2021, en lo que a tomates de la Comunidad de Madrid se refiere, además de poner a la venta estas variedades, Alcampo ha impulsado la primera Semana del Tomate de Madrid junto a ACYRE Madrid (Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid) e IMIDRA, en la que 16 restaurantes de la Comunidad han creado platos con estas variedades de tomate.

Los proyectos de colaboración para vender tomates y melones autóctonos recuperados se remontan a 2012 y 2015 respectivamente, habiéndose visto reforzado el compromiso en los últimos años.

Pero además en 2021, Alcampo ha ampliado el radio de actuación y se ha embarcado en un nuevo proyecto: la comercialización de tomates de la localidad alicantina de Mutxamel. Contar con estos tomates en los lineales de Alcampo ha sido posible gracias al trabajo de recuperación llevado a cabo por el Ayuntamiento de Mutxamel, la Asociación de productores y comercializadores de dicha localidad y la Universidad Miguel Hernández para evitar la pérdida de esta variedad autóctona. En total se han vendido más de 5.000 kilos de estos tomates que antaño llenaban las mesas de las mujeres y hombres del campo.





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Alcampo se vincula con sus grupos de interés, con quienes trabaja de la mano para crear valor compartido y generar un impacto positivo en la sociedad y en el planeta. En Alcampo se han identificado los grupos de interés prioritarios y se han definido canales de comunicación que permiten dialogar e identificar los asuntos más importantes para cada uno de ellos.



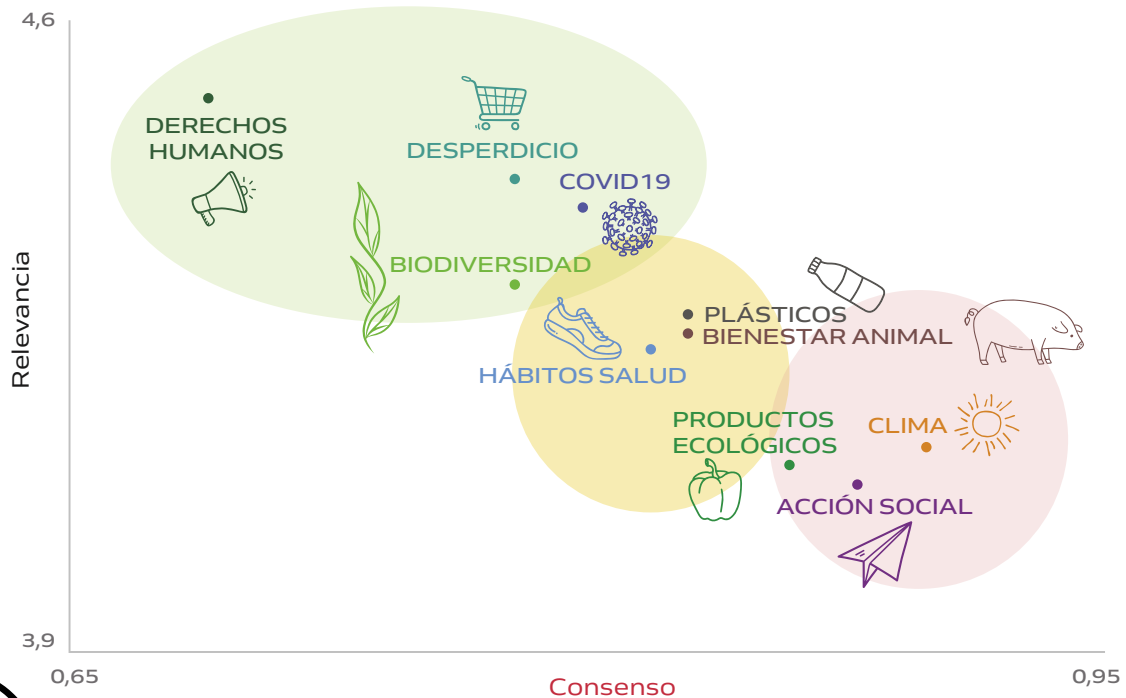


En el año 2021, Alcampo realizó un estudio de asuntos materiales dirigido a conocer las prioridades de sus clientes, colaboradores y proveedores. El estudio, en el que participaron con más de 19.000 respuestas, reveló que los asuntos más importantes para todos los grupos de interés son la prevención del desperdicio alimentario y los Derechos Humanos Asociados a la seguridad, incluyendo la laboral. También resultan asuntos significativos la protección de la biodiversidad, el bienestar animal, la eliminación de los plásticos y la acción contra el cambio climático.

OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE



Matriz de MATERIALIDAD

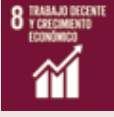


Conocer los asuntos materiales para los grupos de interés más relevantes permite co-construir la respuesta de Alcampo a los desafíos sociales y medioambientales y contribuir de forma más eficaz, a la Agenda 2030 y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Alcampo ha desarrollado acciones enmarcadas en la consecución de los 17 ODS, priorizado actuaciones en los números 2, 8, 12 y 13.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	1.2 De aquí a 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales.	Contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades en las que Alcampo opera. Promover la Inclusión socio-laboral de los colectivos más vulnerables.	19.600 empleados. 15.860 empleados accionistas. 37,4 millones de € repartidos entre la plantilla. Compras a 6.040 proveedores de productos españoles por valor de 3.132 millones de €.
	2.1 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.	Aumentar el volumen de alimentos donados por Alcampo y sus clientes. Apoyar proyectos solidarios que contribuyan a fomentar el acceso a la alimentación saludable y la lucha contra la malnutrición.	Donaciones a Bancos de Alimentos: productos por valor de 372.000 €. Campaña Desayunos y Meriendas Con Corazón junto con Cruz Roja (332.000 €). Campaña Gran Recogida (527.000 €) = total donado clientes 447.178 € y contribución de Alcampo: 80.000 €.
	2.3 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.	Promover la oferta de productos de Comercio Justo. Promover la oferta de productos locales y de proximidad.	Quincena de Comercio Justo 2021: 5.769 unidades vendidas y una progresión de cifra de venta de +1,96%. Acuerdos con 1.371 productores locales y compras por 211 millones de €.
	2.4 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.	En 2021 el 100% de los huevos de marca propia Alcampo serán provenientes de gallinas no criadas en jaulas. En 2022 el 100% de proveedores de alimentos de origen animal de la marca exclusiva Alcampo Producción Controlada, cumplirán los Requisitos Alcampo de Bienestar Animal. En 2022 el 100% de explotaciones ganaderas de proveedores de Alcampo Producción Controlada de alimentos de origen animal, se habrán adherido a los compromisos publicados oficialmente en el Plan Nacional de Resistencias de Antibióticos. En 2025 el 100% de productos cárnicos de marca propia cumplirán los Requisitos Alcampo de Bienestar Animal. En 2025 el 100% de huevos del 100% de proveedores provendrán de gallinas no criadas en jaulas.	 El 36,5% de los proveedores cumplen con estos requisitos. El 28% de los proveedores se han adherido. Sin datos en la fecha señalada. El 47,5% de las unidades distribuidas cumplen con este requisito.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	2.5 De aquí a 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus correspondientes especies silvestres, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales conexos y su distribución justa y equitativa, según lo convenido internacionalmente.	Desarrollar proyectos de recuperación de variedades de semillas autóctonas.	En 2021 se ha desarrollado el proyecto de recuperación de variedades autóctonas de tomate y melón de la Comunidad de Madrid y se ha incluido el nuevo proyecto de tomates de Mutxamel (Alicante).
	3.4 De aquí a 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante su prevención y tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar.	Contribuir a la investigación del cáncer infantil.	67.874 € donados a la Fundación Cris contra el cáncer en 2021, siendo la cifra total acumulada de 250.000 € cumpliendo así con el objetivo marcado.
	3.9 De aquí a 2030, reducir considerablemente el número de muertes y enfermedades causadas por productos químicos peligrosos y por la contaminación del aire, el agua y el suelo.	Ofrecer productos saludables. Reformular los productos de marca propia para reducir su contenido en sal, azúcar y grasas saturadas. Aumentar la oferta de productos de origen agrícola sin residuos de pesticidas.	40 productos de marca propia sin residuos de pesticidas. 107 productos de marca propia reformulados, eliminando 66 t de grasas saturadas, 78 t de azúcares y 9 t de sal. Productos de marca propia con ingredientes naturales, sin OGM. Nutriscore en el 45% de los productos de marca propia.
	4.4 Para 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, al trabajo decente y al emprendimiento.	Contribuir a la profesionalización y mejora de la empleabilidad de los colaboradores Alcampo y otros colectivos.	3,5 millones de € de inversión en formación, 122.000 horas y casi 1.900 módulos formativos. 1.800 personas durante 10.200 horas han recibido formación de oficio. Acuerdos con 60 entidades educativas. Impulso de la FP Dual : Convenio con 4 centros educativos y prácticas de 19 alumnos.
	5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.	Contribuir a la erradicación de la violencia de género. Apoyar la inclusión laboral de las mujeres víctimas de violencia de género.	Apoyo de la carrera Contra la Violencia de Género. Celebración del 25 de noviembre Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.	Conseguir la igualdad real en todos los ámbitos de la empresa. Alcanzar al menos un 40% de mujeres en posiciones de liderazgo.	Aplicación del II Plan Igualdad de Alcampo. Aplicación del Protocolo de Prevención y Tratamiento de Situaciones de Acoso. El 37% de mujeres en posiciones de liderazgo.
	6.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.	Reducir el consumo de agua en nuestros centros.	El consumo de agua de 2021 ha sido de 834 l/m ² sala de venta.
	7.2 De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas.	El 100% de la energía consumida provenga de fuentes renovables.	
	7.3 De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.	Reducir el consumo energético en nuestros centros.	Reduccion del 20% del consumo energetico en los centros desde el año base 2013.
	8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.	Alcanzar en 2024 una tasa de inclusión de personas con discapacidad en plantilla del 5%. Realización de auditorías al 100% de los proveedores.	Tasas de contrataciones directas de personas con discapacidad: Tiendas de proximidad 2,50% Hipermercados 3,48% Oficinas 1,66% Total Alcampo: 3,18%. En Textil, marcas internacionales e importaciones directas: 100%. Marcas propias: 45,5%. Marca Alcampo Producción Controlada : 9.46%. Nuevas homologaciones de productos de otras marcas de Bazar, Hogar y Puericultura:100%. Proveedores de productos de otras marcas de Bazar, Hogar y Puericultura anteriores: 43%.
	8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.	Reducir los accidentes laborales.	Accidentes: 4,98% y enfermedades profesionales 0,19%.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	9.1 De aquí a 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales.	Poner en marcha un modelo de proximidad digital que sea sostenible y accesible para todos.	104 millones de € en inversiones en 2022. 168 puntos de recogida de compra online. Instalación de lockers abiertos 24 horas.
	10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.	Generar empleo para personas en riesgo de exclusión.	Empleo directo de personas con discapacidad: 511. Empleo indirecto de personas con discapacidad: 484. Empleo directo de otros colectivos vulnerables: 78.
	11.2 De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación de vulnerabilidad, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad.	Promover sistemas de transporte que reduzcan la contaminación de las ciudades.	Vehículos no contaminantes utilizados en 75 supermercados Alcampo. 80% de la flota de vehículos son Euro 6.
	11.3 Para 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para una planificación y gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.	Facilitar la accesibilidad de todos los centros.	Svisual (Videointerpretación lengua de signos): 100% hipermercados y 84 supermercados. Bucles de inducción magnética: 100% hipermercados y 50 supermercados. Cajas de acceso prioritario con ancho especial para sillas de ruedas: 100% hipermercados y 34 supermercados. Cajas accesibles (check out sube- baja): 7 hipermercados y 3 supermercados. Pictogramas COVID (accesibilidad cognitiva): 100% tiendas. Carros de compra adaptables a sillas de ruedas: 100% hipermercados y 14 supermercados. Probadores adaptados a silla de ruedas: 100% hipermercados. Básculas de peso de Libre Servicio adaptadas a silla de ruedas: 100% de las tiendas con este servicio. Elevadores de cestas: 31 supermercados. Mostradores de Información adaptados: 45 hipermercados y 1 supermercado.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	11.6 De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo.	Aumentar la tasa de valorización de residuos alcanzando el 100% de los centros Residuo Cero. Facilitar la valorización de los residuos de nuestros clientes.	35 centros con Residuo Cero. Tasa de valorización de residuos del 88% en los centros. 127 Ecoparques Cliente. 35 centros contenedor Cáritas para gestión de residuo textil.
	12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.	El 100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.	Mercado de frutas y verduras: Eliminados los envases de porex: ahorro de 80 t al año. Panadería y pastelería: sustitución del plástico por cartón FSC (blister + bases de empanada): ahorro de 190 t al año.
		Promover, siempre que sea posible, la incorporación de plástico reciclado en los envases.	Bolsas de linea de caja reciclables con un mínimo del 65% de material reciclado. Bolsas reutilizables granel, con un 50% plástico reciclado.
		Reducir un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025 y un 50% en 2030.	Productos de marca propia: Evitadas 43 t de envases (el 90% plástico). Eliminados 34,2 t en envases de higiénicos y 4,6 t de las pajitas y retráctil de los mini-bricks (actualmente son de cartón).
		El 100% de proveedores de productos de madera y derivados de marca propia deberán poseer el certificado FSC o PEFC. Para los productos de marcas que no sean propias, se tendrá en cuenta el riesgo asociado al país de origen. Si el país de origen está clasificado como de riesgo alto, se exigirá al proveedor la disposición de certificados FSC o PEFC. Para aquellos productos procedentes de países de bajo riesgo, se exigirá la trazabilidad de los mismos.	
		El 100% del surtido de marca propia habrá sido reformulado sin aceite de palma o con aceite de palma procedente de fuentes sostenibles.	
	12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.	Reducir el desperdicio de alimentos un 25% en 2025.	149.200 packs de comida salvada con TGTG que suponen haber evitado tirar 150 t de alimentos y la emisión de 375 t de CO₂eq. Productos donados por valor de 370.000 €. Se ha evitado el desperdicio de 1,6 millones de artículos próximos a caducar.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	12.4 y 12.5 De aquí a 2030, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medioambiente.	Seguir impulsando la economía circular y la segregación de residuos en sus centros, y conseguir el 100% de hipermercados con Cero Residuos.	35 Centros residuo cero y 88% tasa de valorización.
	12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.	Ampliar el numero de corners moda re- en alianza con Cáritas (venta ropa segunda mano).	9 corners.
	12.6 Alentar a las empresas, en especial a las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.	Publicar el Informe de Actividad y RSC.	
	12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.	Realizar publicaciones, campañas de comunicación y sensibilización así como formación.	
	13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.	Alcanzar la neutralidad de carbono en el año 2043 en los ámbitos de emisiones directas (Scope 1 y 2). Para el año 2030 la empresa debe reducir un 46% las emisiones de CO ₂ eq de los Scope 1 y 2, y un 25% las emisiones de CO ₂ eq del Scope 3.	En el caso de los hipermercados las emisiones de CO ₂ eq se han reducido con relación al año base (2010) en valor absoluto en un 75% y en valor relativo (por m ² de sala de venta) un 78%. Y con relación a 2020 se han reducido un 6,7% en valor absoluto y relativo. En el caso de los supermercados las emisiones de CO ₂ eq se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto en un 89% y en valor relativo (por m ² de sala de venta) un 87%. Y con relación a 2020 se han reducido un 17% en valor absoluto y un 19% en valor relativo.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.	Realizar campañas de sensibilización para implicar a los grupos de interés.	Participación en las campañas Libera de Ecoembes y SEO Birdlife y en La hora del Planeta de WWF.
	14.2 De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos.	Contribuir a erradicar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR). No comercializar especies clasificadas 'en peligro' o 'en peligro crítico' en la Lista Roja de la UICN. Asegurar la sostenibilidad y biodiversidad de los recursos y ecosistemas acuáticos, a través de: • Creación y conservación de Reservas Marinas. • Reducción de bycatch3 y buenas prácticas pesqueras. • Prohibición del Shark finning (cerceamiento de las aletas de tiburón y descarte del resto del cuerpo).	Homologación de proveedores, para garantizar el cumplimiento legal de nuestros requisitos de calidad de procesos y productos. El 100% de los proveedores firma el código de ética comercial de Alcampo, basado en los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Análisis y control diario de los requisitos legales, haciendo hincapié en el control de las tallas mínimas. A través de inspectores externos en los almacenes y tiendas, se realizan controles y análisis de los productos: se comprueba y garantiza el correcto cumplimiento de los requisitos legales.
	14.4 De aquí a 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y las prácticas pesqueras destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, al menos alcanzando niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas.	Promover las prácticas responsables.	Apoyo a los FIPs: Pota Argentina, Chipiron patagónico, Pulpo, Tintorera y Pez espada. Colaboración Cabomar y SFP para Gallineta (Sebastes spp). Seguimiento de la sostenibilidad de los productos frescos de la pesca.
	15.2 De aquí a 2020, promover la puesta en práctica de la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, detener la deforestación, recuperar los bosques degradados y aumentar considerablemente la forestación y la reforestación a nivel mundial.	Reducir riesgos relativos a la sostenibilidad asociados a la comercialización de productos de madera y derivados. Eliminar el aceite de palma de los productos de marca propia en todas aquellas referencias en las que es posible sustituirlo, y asegurando, en las que no, que dicho aceite debería proceder de fuentes sostenibles. Apoyar la restauración forestal.	El 85% de la marca propia gestionada en España e importaciones directas disponen del certificado FSC o PEFC. El 100% de productos de marca propia gestionados en España o no contienen aceite de palma o está certificado. 10 años apoyando el proyecto de restauración forestal en Tembleque con WWF.

ODS	Meta	Compromiso Alcampo	Punto de situación a 31 /12/2021
	15.5 Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de biodiversidad y, de aquí a 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción.	Promover la biodiversidad de las especies.	3 proyectos de recuperación de variedades autóctonas.
	16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 16.5 Reducir significativamente todas las formas de violencia y las correspondientes tasas de mortalidad en todo el mundo. Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños. Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos. De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada. Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.	Actuar de forma ética y responsable, económica, social y medioambientalmente.	4.000 empleados formados en ética, 96% de la plantilla. 100% de los proveedores firman el Código de Ética Comercial Alcampo. 80 auditorías sociales realizadas a proveedores en 2022.
	17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.	Ser una empresa generadora de alianzas que contribuya al desarrollo sostenible.	2.080 colaboradores participaron como voluntarios en actividades sociales y medioambientales en 2022. Miembro de la red española del Pacto Mundial. 95 proyectos de entidades apoyados por la Fundación Alcampo desde 2012. Colaboraciones con más de 100 ONG y asociaciones en 2022. Proyectos desarrollados con Cruz Roja, Oxfam Intermon, ONCE, SFP, MSC, WWF, Fundación Cris, Cáritas, Altius, Secretariado Gitano.



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



The mark of
responsible forestry

ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
GUARANTEED



www.alcampocorporativo.es



 **Alcampo**

