



Informe

DE ACTIVIDAD Y
RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

2020



“

En Alcampo continuaremos guiándonos por el propósito que nos ha traído hasta aquí y que nos hace levantarnos día a día con el firme propósito de aportar con decisión a construir un mundo mejor para todos. **Queremos cambiar la vida.**



Índice

Carta de Américo Ribeiro 4

Cifras Clave 6

Impacto COVID-19 8

Colaboradores 10

Clientes 12

Proveedores 14

Colectivos vulnerables 14

Nuestros Resultados 16

Hitos 2020 19

Nuestros Clientes 22

Lo bueno. Una oferta única, justa y responsable 24

Lo sano. Velar por la calidad y la buena alimentación 36

Lo local. Productos de nuestra tierra 40

Alcampo Producción Controlada, un ejemplo de lo bueno, lo sano y lo local 42

Proximidad digital 44

Nuestros Colaboradores 46

Aprendizaje continuo 48

Impulso al desarrollo dentro y fuera de la empresa 52

Igualdad de oportunidades 54

Vivir Alcampo 55

Escucha y diálogo 57

¡Somos Top Employer! 59

Nuestros Proveedores 60

Alianzas para el desarrollo 62

Comercio Justo 68

Diálogo con los proveedores 69

Nuestra Sociedad 70

Con los más vulnerables 72

Fundación Alcampo por la Juventud 80

Accesibilidad Universal 86

Relaciones éticas 88

Nuestro Medioambiente 90

Economía circular 92

Preservación de la biodiversidad 102

Lucha contra el cambio climático 106

Objetivos de Desarrollo Sostenible 114

ODS 2 116

ODS 8 118

ODS 12 120

ODS 13 123



Carta

Es inevitable presentar el Informe de Actividad y RSC 2020 de Alcampo sin aludir a la COVID-19, hecho sin precedentes que ha sacudido con fuerza los cimientos de nuestra sociedad y que conlleva, por su dureza y prolongación temporal, una tensión económica, social y emocional a la que debemos hacer frente con **firmeza, templanza, resiliencia y perseverancia**.

En 2020 nos hemos visto inmersos en un escenario de inseguridad e incertidumbre que, a su vez, nos ha hecho actuar con agilidad, creatividad y decisión, poniendo todo nuestro esfuerzo y nuestro saber hacer al servicio de la comunidad.

Empujadas por la situación, la **transformación digital, económica, alimentaria y ecológica** han avanzado a pasos agigantados, situándonos en una nueva normalidad que debe forjarse como el punto de partida para **avanzar en pro del bienestar** y provocar un acto de reflexión profunda sobre el papel de todos y cada uno de nosotros.

Hoy más que nunca, debemos asumir la responsabilidad de manera individual y colectiva y **ser motores clave** para la consecución de las metas marcadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Es una necesidad. Es una urgencia.

Por eso, es indispensable **trabajar mano a mano** y de la mano para **fomentar el crecimiento y la igualdad socioeconómica**, apoyándonos en acciones reales y tangibles que nos harán **progresar hacia modelos de producción y consumo responsables**, que redundarán en la confección de **un planeta más limpio, más justo y más habitable**.

Como sociedad, es el momento de repensar modelos, de plantear si somos eficientes, si somos justos, si somos coherentes y empáticos. Es el momento de tomar conciencia de que los recursos no son infinitos, de que la injusticia social, el hambre y la pobreza son inadmisibles y de que la ética en los negocios es absolutamente esencial.

Es el momento también de **demostrar que somos una sociedad responsable** que respeta el pasado, del que hemos aprendido tanto y que mira cara a cara al futuro con esperanza, con aprendizaje adquirido y con compromiso sincero.

En **Alcampo** seguiremos trabajando para desarrollar el oficio de comerciantes que venimos desarrollando desde hace cuatro décadas con responsabilidad, aportando valor a la sociedad y guiándonos por **nuestros valores: confianza, apertura y excelencia**.

Estos valores tan arraigados en la cultura de la empresa y en cada una de las más de 20.000 personas que la formamos, nos han hecho permanecer unidos, fuertes y tomar conciencia de que nuestra actividad es esencial. Siento no sólo un **profundo orgullo** sino una **sincera admiración** por las mujeres y hombres de Alcampo.

Juntos hemos sido capaces de **dar respuesta** a la sociedad y de **progresar** con avances significativos en nuestras **Políticas de Responsabilidad Social Corporativa** que son, al fin y al cabo, las que vertebran cada decisión y cada acción de nuestra compañía.

Seguiremos por lo tanto **desarrollando** con fuerza nuestros **sólidos proyectos**, orientados a impulsar el desarrollo de las comunidades en las que operamos, creando empleo de calidad y riqueza y prestando una especial atención a



los proveedores locales, así como a los colectivos vulnerables que se han visto doblemente azotados por la pandemia.

Situando al cliente en el centro, reforzaremos nuestro compromiso con los consumidores a través de una **oferta única, responsable y asequible**, velando por la buena alimentación y la creación de alianzas y experiencias que marquen la diferencia.

Todo ello acompañado de la **proximidad digital** que ha llegado para quedarse y que ha incidido en el cambio de las ciudades y los pueblos, en la forma de relacionarnos e interactuar. Hemos iniciado un camino del que queda mucho por explorar y descubrir, para asegurar que lo digital sea el motor facilitador de la vida de los habitantes de nuestro entorno y que nos haga sentir más cerca los unos de los otros. **La digitalización y la innovación** deben ser, por lo tanto, una constante en nuestro negocio.

Nuestro **compromiso con la sostenibilidad** pasa también por continuar apostando por la igualdad de oportunidades y fomentando la formación y el desarrollo de las personas de la empresa, piedra angular de Alcampo, así como de colectivos del entorno de nuestros centros, con la firme convicción de que la mejora de la empleabilidad se conforma como hilo vertebrador de la autonomía y del bienestar.

Queremos **hacer crecer nuestro comercio**, aportando soluciones que preserven la biodiversidad y desarrollando proyectos de economía circular y lucha contra el cambio climático.

En definitiva, continuaremos guiándonos por el propósito que nos ha traído hasta aquí y que nos hace levantarnos día a día con el firme propósito de aportar con decisión a construir un mundo mejor para todos. **Queremos cambiar la vida.**



Américo Ribeiro,
Director General Alcampo.

**NUESTRO
COMPROMISO CON
LOS CONSUMIDORES
A TRAVÉS DE UNA OFERTA
ÚNICA, RESPONSABLE
Y ASEQUIBLE**

*Queremos
cambiar la vida*



Cifras clave

Resultados

Cifra de venta:
4.497
millones de €.

Inversión:
39,3 millones
de €.

53
gasolineras.

62
hipermercados.

248
supermercados.



Cientes

2.800 productos
ecológicos.

4.000 referencias
de marca propia.

400 productos
sin lactosa.

1.835 productos
sin gluten.

60 productos
certificados MSC¹.

180 productos
Alcampo Producción
Controlada.

Más de **17.000**
controles y análisis
de calidad.

206 productos
DOP o IGP².

1. Marine Stewardship Council.
2. Denominación de Origen Protegida
- Indicación Geográfica Protegida.

Colaboradores

20.200
colaboradores.

3,8 millones de €
en formación.

1.535 módulos de
formación e-learning.

579 personas
con discapacidad
en plantilla.

15.900
accionistas.

10,45 millones
de € participación
en beneficios.

1.070
voluntarios.



Proveedores

3.076 millones
de € en compras
a proveedores
españoles.

5.670
proveedores
de España.

1.270
proveedores
locales.

228 millones
de € en
compras a
proveedores
locales.

45
referencias
de Comercio Justo.

Sociedad

1,68 millones
de Desayunos y
Meriendas con Corazón.

900.000 € en
La Gran Recogida de
Banco de Alimentos.

136.600 € en
tarjetas 1 Kilo
de ayuda.

162.170 peluches
vendidos de Somos
Osos Solidarios.

12.000 juguetes
nuevos en Ningún Niño
sin Jugete.

8 proyectos apoyados por
la Fundación Alcampo
por la Juventud.

85 auditorías sociales
a proveedores.

Medioambiente

86% tasa
de valorización
de residuos.

26 centros
residuo cero.

130 ecoparques
para clientes.

Too Good To Go
en **100%** tiendas
de la península.

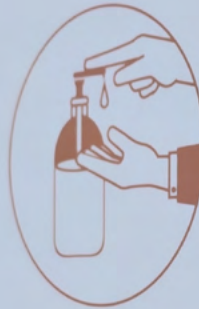
100% de los
productos de marca
propia con certificado
FSC o PEFC.

-16,4% consumo
de energía.

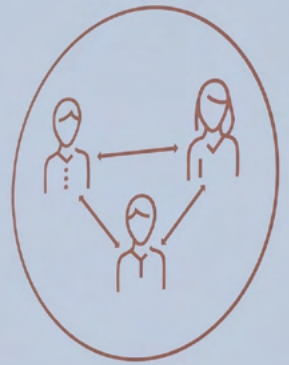
100% de energía
de fuentes
renovables.

Medidas de protección

Por tu salud y la de todos



Utiliza gel hidroalcohólico



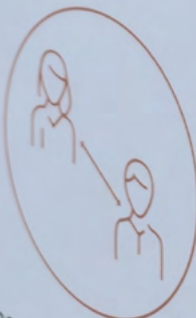
Aforo limitado



Usa obligatoriamente la mascarilla



Paso prioritario



Respet





#Impacto COVID-19

La situación excepcional provocada por la COVID-19 ha marcado prácticamente la totalidad del ejercicio 2020. Este hecho sin precedentes de alto coste humano, económico y social, empujó a todos los agentes sociales a actuar con agilidad para responder a la pandemia.



En este escenario, para Alcampo fue prioritario garantizar en todo momento la seguridad de los colaboradores y clientes, así como asegurar el abastecimiento de productos esenciales, dando también respuesta al crecimiento de la demanda online y ofreciendo soluciones de compra que facilitarían la vida de los clientes. La compañía cuenta con el certificado de Gestión Responsable COVID-19 otorgado por Full Audit.



Sin duda, fue también fundamental apoyar a los proveedores que sufrieron cierres de otros canales de distribución y apoyar a los colectivos más vulnerables, a los que la pandemia estaba afectando de manera significativa.

Colaboradores

El esfuerzo de todas y cada una de las personas ha sido clave para desarrollar la actividad comercial, que cobró más sentido que nunca por ser un servicio esencial para la sociedad.

Reconocimiento

Los colaboradores de tiendas y logística recibieron una prima del 20% del salario en el mes de marzo, así como un día más de vacaciones como **reconocimiento a su aportación a la sociedad** en una situación excepcional como la que se vivió, trabajando con esfuerzo para asegurar a sus conciudadanos el acceso a la compra de alimentos y productos de primera necesidad en cada una de las tiendas Alcampo y en www.alcampo.es.

módulo de formación
de medidas preventivas
disponible para el

100%
de la plantilla



Entornos de trabajo seguros

La principal prioridad de Alcampo fue **garantizar el bienestar de las personas** de la empresa, poniendo en marcha todas las medidas para lograr dicho objetivo.

La compañía facilitó los productos higiénicos y sanitarios pertinentes, intensificó la frecuencia de la limpieza y desinfección de las instalaciones y estableció las medidas de aforos necesarias en espacios comunes, como salas de reposo o vestuarios.

Además, se habilitaron salas blancas y protocolos de control para actuar ante la posible aparición de los primeros síntomas; así como una gestión estricta de las cuarentenas para los contactos estrechos.

Para el personal de oficina, se puso en marcha el teletrabajo hasta el final del primer estado de alarma, medida reanudada tras el verano durante el 33% del tiempo efectivo de trabajo.



Comunicación e información

Desde el principio se dispusieron **espacios de información** permanente a través de canales off y online para transmitir tanto las recomendaciones de las autoridades sanitarias como las medidas que, paulatinamente, iba incorporando la empresa en función de la evolución de la pandemia. Asimismo, se creó un **módulo de formación**, online para el 100% de la plantilla y un chat interno para resolver dudas acerca de las medidas preventivas a adoptar por los colaboradores.



Con un enfoque integral del cuidado del bienestar, se puso en marcha un canal de apoyo emocional que sigue vigente para todos los colaboradores de la compañía que lo precisen y, en colaboración con el Colegio Oficial de Psicología de Madrid, se difundieron videos y recomendaciones para afrontar situaciones complicadas.

Cientes

Alcampo incorporó en sus tiendas todas las **medidas preventivas oportunas** para, además de garantizar el aforo adecuado, mantener la distancia de seguridad creando barreras que redundarán en la protección de clientes y personal de las tiendas.

En este sentido se incluyeron mamparas en las zonas de mayor contacto como cajas de salida y mostradores y se crearon protocolos de paso por dichas zonas.

Asimismo, las labores de seguridad y limpieza fueron ampliadas, haciendo un foco especial en la desinfección constante de carros y cestas y se incorporaron también puntos donde los clientes podían acceder a elementos higiénicos tales como gel hidroalcohólico.

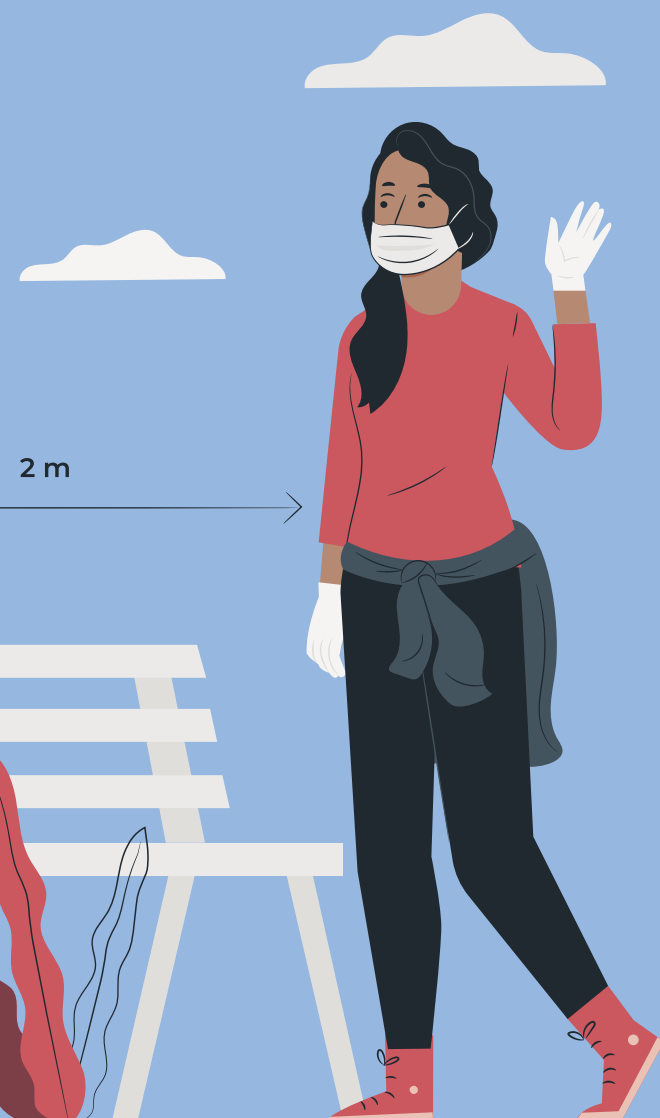
Con la vista puesta en la **realización de una compra segura**, se suspendieron de manera preventiva algunos servicios o venta de productos que, en la mayoría de los casos, se han vuelto a retomar como venta de productos a granel, zumo recién exprimido, uso de cortadoras de pan, etc.

Información y sensibilización

La información al cliente fue reforzada utilizando todas las herramientas posibles, desde balizaje en el suelo a megafonía, videos en pantallas o cartelería, así como la propia página web y redes sociales de Alcampo. Entre otras, se informaba de horarios y medidas necesarias a adoptar, como el uso obligatorio de mascarilla, así como de recomendaciones como la priorización de pago por móvil o tarjetas *contactless*.



**MEDIDAS DE SEGURIDAD
GARANTIZADAS
PARA CLIENTES Y
COLABORADORES**



Alcampo, fiel a su principio de asegurar la compra en igualdad de condiciones, incluyó pictogramas dirigidos a facilitar la comprensión de las medidas adoptadas con motivo de la pandemia a personas con dificultades cognitivas.

Facilitar la compra a los más vulnerables

Además de la información adaptada basada en principios de accesibilidad universal, la compañía incorporó medidas destinadas a **facilitar la compra de los más vulnerables**, así como de aquellas personas con una carga extraordinaria de trabajo y esfuerzo. En este sentido, se ampliaron las ya existentes cajas prioritarias para personas con discapacidad o mujeres embarazadas a personas mayores, así como a personal sanitario, cuerpos de seguridad y bomberos, incrementando el número de dichas cajas y priorizando su paso tanto en mostradores como en la entrada a las propias tiendas.

Acciones para hacer la compra más fácil

La demanda de la venta online creció de forma exponencial. La compañía trabajó para aumentar la capacidad de la misma, creando **protocolos de seguridad** tanto para la entrega en domicilio como para la recogida en tienda.

También puso en marcha un **nuevo servicio** destinado a facilitar la compra de electrodomésticos y productos de tecnología a través de *WhatsApp Business*, que permitía conectar directamente al comprador con el vendedor a través de chat, videollamada o llamada de voz.



Proveedores

La colaboración con proveedores fue esencial para asegurar el abastecimiento de productos. Conscientes de que muchos productores pasaron por momentos de gran dificultad por el cierre de otros canales de distribución como hoteles, restaurantes o la limitación a las exportaciones, Alcampo puso en marcha “Alimentamos lo local”.

Este programa nació con el objetivo de favorecer la compra de sus excedentes y la posterior venta y puesta en valor en las tiendas, en www.alcampo.es y en todos los canales de comunicación de la compañía. Para ello se puso en marcha un plan de **referenciación express** para que los proveedores que lo necesitaran pudieran introducir sus productos en el surtido de Alcampo. Asimismo, se crearon grupos de trabajo de comunicación integrada para favorecer la puesta en valor de manera ágil de estos productos y hacer partícipes a los clientes de esta actuación responsable.

Colectivos vulnerables

La crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha conllevado una crisis social y económica que ha afectado a muchas personas.

Alcampo como empresa responsable, trabajó para dar respuesta a esta situación **colaborando con organizaciones** cuyos esfuerzos se centraron en asegurar el acceso a la cesta de la compra básica como Cruz Roja, Aldeas Infantiles y Federación de Bancos de Alimentos, así como con diversas organizaciones locales.



I Medidas preventivas

Uso adecuado de las fuentes de agua

- 1 No bebas directamente de la fuente.
- 2 Asegúrate de que la botella o el vaso que vayas a utilizar, no toque el grifo al llenarlos.



- 3 Lávate las manos antes y después de entrar en contacto con los botones y pulsadores de las fuentes.
- 4 Se van a desinfectar regularmente; colabora para mantenerlas limpias.

#JuntosRespondemos, colaboración con Cruz Roja

Alcampo junto a sus proveedores, clientes y colaboradores, donó y consiguió donaciones destinadas al **Plan Cruz Roja RESPONDE** frente a la COVID-19 valoradas en 173.400 euros, enmarcadas en la campaña #JuntosRespondemos, puesta en marcha a principios de abril. En dinero, se alcanzó una donación de más de

173.400 €

donados a Plan Cruz Roja RESPONDE

50.800

botellas de leche de 1,5 litros donadas

140.300 euros realizada además de por las empresas de Auchan que entregaron 122.000 euros, por colaboradores, clientes y proveedores. En especie se donó mercancía por valor superior a 33.000 euros.

Fundación Alcampo por la Juventud y Aldeas Infantiles SOS

La Fundación Alcampo por la Juventud apoyó con 47.350 euros a Aldeas Infantiles SOS para ayudar a cubrir durante un mes, las necesidades básicas de alimentación de casi 1.900 niños y niñas que atiende la organización en sus 29 Centros de Día, ubicados en 10 Comunidades Autónomas. De esta forma, Aldeas Infantiles SOS podía garantizar una alimentación sana y equilibrada a estos niños y niñas, incluyendo en su dieta legumbres, verduras, frutas, carne y pescado.

Colaboración con Bancos de Alimentos

Alcampo y Calidad Pascual donaron 50.800 botellas de leche de 1,5 litros a la **Federación Española de Bancos de Alimentos**, cuya distribución fue coordinada por Mercasa y Correos. Las 351.000 raciones de leche llegaron a 54 Bancos de toda España.

Food4Heroes

Alcampo colaboró con el proyecto **Food4Heroes** donando productos alimentarios a la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid, para que elaboraran menús que se distribuyeron al personal sanitario en su lugar de trabajo. Estos menús (más de 2.000) fueron entregados en los hospitales por voluntarios de Correos.







#Nuestros *Resultados*

A pesar de las circunstancias asociadas a la pandemia, anteriormente descritas, Alcampo ha continuado desarrollando su actividad velando por garantizar la seguridad de sus clientes y colaboradores.



En 1981 Alcampo abrió las puertas de su primera tienda en territorio español, en la localidad zaragozana de Utebo.

Esta apertura fue la primera experiencia de internacionalización del por entonces Grupo Auchan y supuso una revolución en la forma de hacer comercio en España.

Cuarenta años más tarde la compañía afronta un cambio de paradigma en un entorno de transformación que, tras la irrupción de la COVID-19, ha acelerado su proceso de desarrollo.

Alcampo actúa y participa de esta transición económica, digital, alimentaria, ecológica y cultural impulsando un **modelo innovador de comercio** que da respuesta a una nueva realidad, sin cambiar su propósito inicial de mejorar la vida de los habitantes.





Hitos 2020

La cifra de negocio alcanzó los **4.497 millones de euros**, que supone un crecimiento a superficie comparable sin carburante del 3,6%.

La inversión alcanzó los **39,3 millones de euros**. Dicha inversión fue destinada en su mayor parte a las **renovaciones, adecuación y mejora** de las tiendas, alcanzando un 62% del total. El proceso de cambio de enseña y las acciones encaminadas a la transformación digital ostentaron aproximadamente un 30% de la inversión (15% cada una). El porcentaje de inversión en aperturas supuso un 7,5% del total, cifra que alcanza

el 0,5% en la incorporación de medidas encaminadas a la sostenibilidad, actividad muy avanzada a lo largo de años anteriores.

La contribución tributaria de Alcampo ascendió a 366 millones de euros en el ejercicio 2020, de los cuales un 49% se corresponden con impuestos soportados* y un 51% con impuestos recaudados**.

* impuestos asociados al empleo, medioambientales, sobre beneficios, sobre productos y servicios y sobre propiedades.

** impuestos asociados al empleo, sobre beneficios, sobre productos y servicios y sobre propiedades.

CIFRA DE NEGOCIO	INVERSIÓN
4.497	39,3
millones de euros	millones de euros



Actividad en las tiendas

En 2020 Alcampo abrió **5 supermercados propios** y 9 en régimen de franquicia. Cuatro de los supermercados propios fueron adquiridos tras concluir un acuerdo de partenariado con uno de sus franquiciados. Además, en febrero de 2020, la compañía abrió en Barcelona una tienda de 550 metros cuadrados bajo la enseña Mi Alcampo.

Continuando con el desarrollo del negocio de franquicia puesto en marcha en 2010, se abrieron **9 tiendas franquiciadas** en La Rioja, Huesca, Gerona y Madrid. La apertura de estos nuevos supermercados bajo la enseña Alcampo, ha supuesto la creación de empleo para 110 personas.

Asimismo, con el fin de garantizar la dinámica comercial, Alcampo vendió 10 tiendas a Eroski y cerró dos supermercados.

Con todo ello, a 31 de diciembre de 2020 Alcampo contaba con un parque de **310 tiendas**, siendo **62 hipermercados** y **248 supermercados**, de los que 113 son propios y 135 franquiciados. A esta actividad física hay que sumarle el comercio online en www.alcampo.es y **53 gasolineras**.



248 supermercados

62 hipermercados

53 gasolineras





Cambio de marca

En septiembre de 2020 Alcampo, S.A. absorbió a Auchan Retail España, S.L. por una cuestión de reordenación y simplificación administrativa, buscando una gestión única más eficaz y eficiente de los procesos, que favorezcan una respuesta ágil a las demandas de la sociedad.

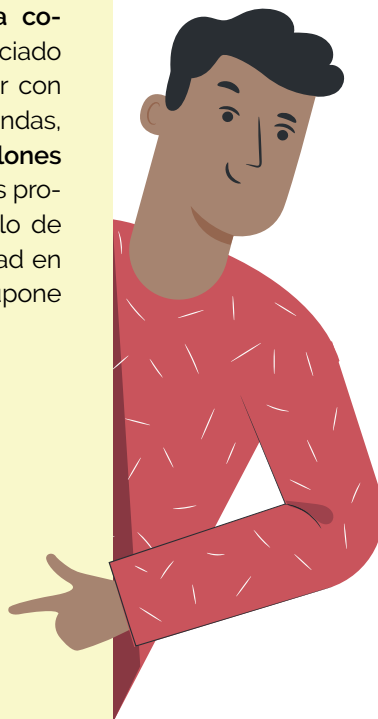
Además de este cambio en la marca corporativa, la compañía **continuó desarrollando su cambio de marca comercial** (de Simply a Alcampo) iniciado en 2017, con la finalidad de contar con una enseña única en todas sus tiendas, actividad a la que dedicó **5,7 millones de euros**. La totalidad de las tiendas propias de la compañía lucen el rótulo de Alcampo, hecho que es una realidad en 99 tiendas franquiciadas, lo que supone un 73% sobre el total.



SIMPLY



Alcampo







#Nuestros *Cientes*

Como actor de lo bueno, lo sano y lo local Alcampo selecciona y concibe una oferta exclusiva, justa y responsable disponible en sus hipermercados, supermercados y canal online.



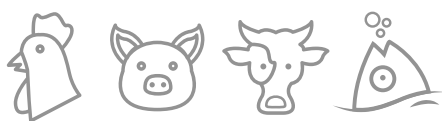
Con la vista puesta en simplificar la vida de todas las personas que eligen Alcampo para hacer sus compras, crea espacios físicos únicos y desarrolla nuevos servicios enmarcados en la proximidad digital, creando vínculos y experiencias para mejorar la calidad de vida de los habitantes del planeta.



Lo bueno. Una oferta única, justa y responsable



Más de **67.000 referencias** conforman el surtido máximo de las tiendas Alcampo, un surtido que se construye bajo estándares de calidad y sostenibilidad. En este marco, la empresa ha reforzado proyectos ya puestos en marcha como su **Política de Pesca sostenible**, o la apuesta por los productos ecológicos y ha implantado nuevos proyectos como la **Política de Textil sostenible** o la de **Bienestar Animal**.



Bienestar animal

La **Política de Bienestar Animal y uso responsable de antibióticos** publicada en 2020, recoge los requisitos que la rigen, así como los compromisos de la empresa hasta 2025. En total son trece puntos los que conforman los **"Requisitos Alcampo"** y están basados en lo definido por la Organización Mundial de Sanidad Animal: que los animales de explotaciones ganaderas o acuícolas vivan sanos, cómodos, bien alimentados, en seguridad, puedan expresar formas innatas de comportamiento y no padezcan sensaciones desagradables de dolor, miedo o desasosiego. El objetivo fijado por la compañía con la vista puesta en 2025 es que el 100% de los productos cárnicos de marca propia cumplan los requisitos Alcampo



de Bienestar Animal y el 100% de huevos del 100% de proveedores, provengan de gallinas no criadas en jaulas.

Ya en 2020 Alcampo ha logrado hacer realidad que el 100% de huevos de la marca exclusiva Alcampo Producción Controlada, proceda de gallinas que no han sido criadas en jaulas.

Asimismo, Alcampo ha incorporado a sus lineales dos productos de marca propia certificados en Bienestar Animal: una ternera ecológica Alcampo Producción Controlada con certificado *Welfare* y un jamón cocido Auchan Gourmet con el sello de Bienestar Animal de Interporc (Interprofesional del Cerdo de Capa Blanca), cuya obtención requiere el cumplimiento del "Reglamento Técnico de Bienestar Animal y Bioseguridad *Interporc Animal Welfare Spain*".

INTERPORC **Alcampo**

Tenemos el placer de invitarle a nuestro próximo e-encuentro que cambia la vida.

Presentación de la Política de Bienestar Animal de Alcampo.

15 de octubre a las 11:00 h a través de streaming en el enlace: www.juntoscambiamoslavida.es

*Si tienes problemas para conectarte espera unos segundos e introduce de nuevo el enlace.

MODERA	INTERVIENEN			
Yolanda Fernández, Directora de RSC y Comunicación Externa de Alcampo.	Alberto Herranz, Director de Interporc.	María Fernández, Coordinadora de Medioambiente de Alcampo.	Virginia Pérez, Responsable de Calidad de carne y productos cárnicos de Alcampo.	

+info



La Política de Pesca se hizo pública en 2010. Esta política recoge compromisos de tallas mínimas, privilegia artes de pesca sostenible y refuerza la incorporación de **productos pesqueros procedentes de proveedores locales**, así como los que cuentan con sellos de sostenibilidad, entre ellos panga ASC (*Acuiculture Stewardship Council*) y bacalao capturado en Islandia y curado en Galicia certificado por *Iceland Responsible Fisheries*, doradas, corvinas y lubinas Alcampo Producción Controlada procedentes de Doñana y con el certificado internacional FOS (*Friends of the Sea*) y sesenta productos bajo el sello MSC (*Marine Stewardship Council*), siendo diez de ellos de marca propia.





* Fishery Improvement Project

Enmarcado en esta política, se promueve entre los proveedores el aprovisionamiento de productos que procedan de **Proyectos de Mejora Pesquera** (FIP)* y que tienen como objetivos optimizar el método de pesca, disminuir los impactos en el medioambiente y aplicar medidas de gestión para asegurar la sostenibilidad de los recursos a largo plazo.

Como avances en 2020, además de incrementar el número de productos con certificado MSC, cabe destacar la colaboración iniciada entre Alcampo y Cabomar Congelados SAU, 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). Tras este estudio, Alcampo volverá a comercializar en sus pescaderías esta especie 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.



Productos de temporada

Alcampo siempre ha contado con una amplia oferta de productos de temporada y como tal los señala en sus tiendas. Estos productos son frescos y pueden ser desarrollados en diferentes mercados.



Temporada en pescadería

Como ejemplo, en pescadería cabe destacar el caso del **bonito del Norte**, un producto de temporada cuya pesca estacional se realiza de manera tradicional, con artes de pesca sostenibles como curricán (o cacea) o cebo vivo, que evitan el arrastre y capturan los pescados de uno en uno.

La pesca del bonito del Norte se realiza entre los meses de junio a septiembre en caladeros que van desde las Azores, donde comienza la campaña, abarcando todo el Cantábrico a medida que el bonito se desplaza.

La **totalidad de las compras** que realizó Alcampo en el verano de 2020 **fue en lonjas**: Galicia (Burela), Asturias (Avilés), Cantabria (San Vicente) y País Vasco (Ondarroa, Getaria, Pasaia, Hondarribia).



Temporada en carnicería

Hay productos del mercado de carnicería que sólo se pueden adquirir en determinados momentos del año. Es el caso del cerdo de bellota ibérico fresco, que en Alcampo se vende desde 2018 bajo su marca Alcampo Producción Controlada.

Los productos de **cerdo de bellota ibérico fresco** Auchan Producción Controlada, sólo estarán disponibles durante un periodo limitado (entre enero y marzo aproximadamente) asegurando así que es fresco, ya que según la reglamentación existente al respecto (RD 4/2014), los cerdos de bellota ibéricos deben entrar en la montanera entre el 1 de octubre y 15 de diciembre, estableciéndose por tanto como periodo para su sacrificio entre el 15 de diciembre y el 31 de marzo.

Temporada en frutas y verduras

El mercado de frutas y verduras es, probablemente, el mercado más asociado a la producción en temporada y Alcampo ha apostado siempre con fuerza por ello. Dando un paso más, en 2020 ha trabajado de la mano de Zenalco para incorporar **mandarinas de temporada con matices verdes** bajo el lema "Verde piel, naranja corazón".

Estas mandarinas, las primeras de la temporada, proceden de huertas de las provincias de Valencia y Castellón y se recolectan en su **punto justo de maduración** con la misma frescura y sabor natural sin forzar la coloración, lo que favorece mayor duración y la consecuente reducción del desperdicio alimentario y una mayor sostenibilidad por reducción del consumo energético.



La apuesta por la incorporación de estas mandarinas de las que se vendieron 14.000 cajas, responde al compromiso de Alcampo por asegurar una **oferta de productos de temporada locales**, así como a la **lucha contra el desperdicio alimentario**.

**VERDE PIEL,
NARANJA CORAZÓN**

Aunque tenga la piel con matices verdes no soy una inmadura, soy igual de dulce que las demás

¡Es verdad! Además el verde está de moda

Pruébame y verás que lo único que cambia, es el color de la piel.

#AlimentamosLoLocal #EstamosCerca #JuntosCambiamosLaVida

Alcampo



Productos ecológicos

Alcampo introdujo sus primeros productos ecológicos en el año 1998. Desde entonces su apuesta por este surtido no ha cesado ofreciendo ya en sus lineales 2.800 referencias, que suponen un **aumento de 500 referencias** con respecto al pasado ejercicio. Del total 190 son de marca propia, 50 de la gama Alcampo Producción Controlada y 15 de su marca exclusiva de cuidado y belleza Cosmia.



2.800
referencias
BIO

500
referencias BIO
más respecto
al año anterior

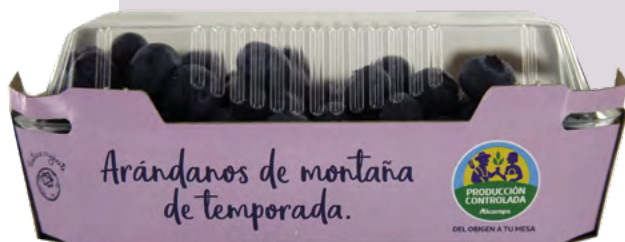
Sin residuos de pesticidas

Tras años de trabajo colaborativo con agricultores, Alcampo vio en sus lineales los primeros productos sin residuos de pesticidas en el año 2018. Durante el ejercicio anterior, se continuó desarrollando este proyecto que favorece contar con **frutas y hortalizas** que en su cultivo han recibido aplicaciones mínimas de productos químicos **primando siempre el control biológico** y que tampoco han recibido químicos en el periodo postcultivo. En 2020 se consiguió contar con 16 productos bajo estos parámetros, todos ellos de Alcampo Producción Controlada.

Arándanos Alcampo Producción Controlada

Uno de los productos sin residuos que Alcampo puso en el mercado en 2020, fueron los **arándanos de temporada** que se producen entre junio y octubre en 4 fincas de alta montaña en Asturias. En concreto la pyme con la que trabajó en alianza, TOUCEDO ASTUR, S.L., destinó las 9 hectáreas de sus fincas a la producción del arándano para Alcampo.

+info



Compra lo que quieras ... compra a granel

Desde 2011 Alcampo cuenta con un servicio de venta a granel, ofreciendo unas **540 referencias**. Este servicio responde al propósito de Alcampo de asegurar que el cliente compre lo que quiera favoreciendo además **evitar el desperdicio**, ajustar la compra a la capacidad y deseo del cliente e impactar en la **reducción de envases**. Hace dos años la compañía introdujo la venta a granel de productos ecológicos, servicio disponible en 8 centros con una treintena de referencias tales como café, infusiones, legumbres, frutos secos y semillas.

In Extenso: *textil sostenible*

Alcampo publicó la **Política de Textil sostenible** de su marca exclusiva In Extenso, de la que cuenta ya con 6.800 referencias, donde 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**.

En este sentido, se tiene en cuenta el uso de **materias primas de origen sostenible** para fabricar las prendas textiles, así como el seguimiento de **procesos respetuosos con el medioambiente**, garantizando su certificación siempre que sea posible.

La Política de Textil sostenible de Alcampo fija también los objetivos hasta 2025, año en el que la empresa se compromete a que el 100% de los embalajes de los productos textiles serán reciclables, compostables o reutilizables.

Previo a ese año en 2022, la compañía habrá logrado que el **100% del algodón** utilizado en la confección de sus prendas, sea **BIO o reciclado** y que la totalidad de los residuos textiles, sean gestionados de forma sostenible para asegurar que no vayan a vertedero, dándoles a la totalidad una segunda vida.

Asimismo, en 2021 todas las prendas interiores de adulto y niño, así como las camisetas y pantalones, contarán con la etiqueta OekoTex y los cartones de los embalajes serán **certificados FSC**, certificación que ya está presente en el 100% de las etiquetas.



INEXTENSO





La Política de Textil sostenible responde a los compromisos adquiridos en el *Fashion Pact*, al que Auchan Retail se sumó a nivel internacional en 2019, una coalición global de grandes empresas de la moda y el textil focalizadas en trabajar para el logro de tres objetivos clave: detener el calentamiento global, avanzando para lograr el objetivo de cero emisiones de gases de efecto invernadero, restaurar la biodiversidad preservando los ecosistemas naturales y protegiendo las especies y proteger los océanos, eliminando gradualmente la utilización de plásticos de un solo uso.

Alcampo continúa avanzando en la creación de **prendas sostenibles** fabricadas teniendo en cuenta tres objetivos: usar el agua de manera eficiente, generar cero residuos y fomentar el uso de materiales reciclados, habiendo introducido ya en su surtido **500 referencias** bajo estos criterios.

La compañía, consciente de la necesidad de asunción de esta política por parte de sus colaboradores, creó un curso de formación que ha sido realizado por más de 300 personas.



Actuel: decoración y menaje del hogar respetuoso con el medioambiente

Actuel es la marca exclusiva de Alcampo que acoge productos de decoración de interior y cocina así como ropa de cama y de hogar, contando con aproximadamente 3.900 referencias.

Además de **eliminar el plástico** de ropa de cama y textil de hogar, la compañía ha incorporado una gama de menaje de cocina fabricada en su totalidad a partir de **aluminio reciclado procedente de latas de bebidas**.

Asimismo, Alcampo adelantándose a la legislación, sustituyó las vajillas de plástico de un solo uso por otras fabricadas principalmente, a partir de **materiales naturales y compostables**, configurando un surtido que estará disponible en el 100% de las tiendas a finales de marzo. Materiales como cartón, madera, pulpa de caña de azúcar y almidón de maíz (para un pequeño surtido) son los que sustituyen al plástico. De las 228 referencias sustituidas, 224 son Actuel.

¡Jugar respetando el medioambiente!

La línea One Two Fun, marca exclusiva de juguetes de Alcampo, ha dado también grandes pasos en su objetivo de ser cada día más sostenible. De hecho, **ha reducido el plástico** de 27.000 vehículos de juguetes y ha realizado más de 58.000 juguetes con madera procedente de bosques sostenibles.



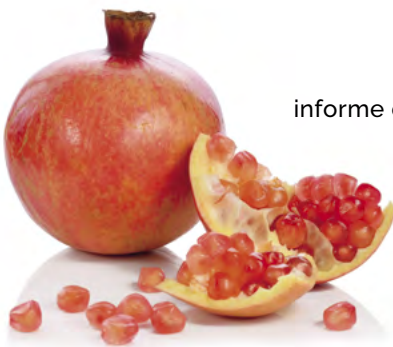
We nuestra marca propia

A lo largo de 2020, Alcampo ha incorporado en sus lineales 154 productos de marca propia, alcanzando un surtido de 4.000 referencias. De estos 154, el 50% han sido creados bajo su gama presentada bajo el conocido **pájaro rojo**, que agrupa productos que facilitan el día a día y son siempre concebidos con un **plus de valor añadido**, desarrollando además gamas como **Auchan BIO**, de la que ha incorporado

una veintena de novedades, alcanzando en la actualidad casi dos centenares.

Su **gama Auchan Gourmet**, identificada con packaging negro y un pájaro dorado, también se ha visto incrementada, habiendo introducido 36 productos nuevos como conservas de pescado, vinagres, yogures de cabra y oveja, yogures con frutas, loncheados de jamón ibérico y jamón cocido, gazpacho, etc. Esta línea Auchan Gourmet acoge **productos de alta gama** elaborados con ingredientes especialmente seleccionados, nobles y reconocidos por sus características o sus orígenes.

¡Nuestras marcas!			
Logo		Descripción	Referencias
Pájaro rojo		Para facilitar el día a día, pero siempre con un plus de valor añadido	2.370
Pájaro dorado		Línea Auchan Gourmet	200
Pájaro verde		Los más básicos	200
Alcampo Producción Controlada		Seleccionados y exclusivos	180
Cosmia		Cuidado y belleza	700
Qilive		Tecnología	690
In Extenso		Moda	6.800
Actuel		Decoración de interior, cocina y hogar	3.900



Lo sano. Velar por la calidad y la buena alimentación

Trabajar por la seguridad alimentaria es una constante para Alcampo y por ello 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.

Durante 2020 Alcampo ha realizado más de 7.300 controles en el marco de la alimentación, más de 9.650 para controlar procesos en tiendas y más de 230 en productos de no alimentación.

La finalidad es comprobar que se cumple con el **máximo nivel de exigencia** de los estándares de calidad marcados por la compañía en productos y procesos.



Promotores de la buena alimentación

Alcampo promueve la buena alimentación y la pasión por la cocina, como precursor de la "culture food".

En este marco amplio, apuesta por la **reformulación y etiquetado nutricional** de sus productos de marca propia, por la oferta para dietas especiales, por la formación en mercados tradicionales y por la sensibilización de los clientes y colaboradores.



Cuidamos nuestra marca propia

Alcampo lleva años desarrollando planes de reformulación o **mejora en la composición nutricional** de sus productos de marca propia. En un año se han reformulado 90 productos de marca propia, reduciendo grasas saturadas (18.225 Kg), azúcares (91.940 Kg), sal (6.530 Kg) y grasas en cárnicos (2.375 Kg).

Además, dando un paso en pro de la transparencia en el etiquetado, Alcampo cuenta ya con casi 520 productos de marca propia donde ha incorporado **Nutriscore**, un etiquetado que permite por su sencillez que el cliente conozca de un vistazo la calidad nutricional de los alimentos. Alcanzando ya un 20% del surtido total de productos de marca propia, el objetivo de la compañía es avanzar hasta conseguir el 100%.



Formación en oficios tradicionales

Como especialistas en alimentación, Alcampo ofrece de media más de 16.000 referencias de productos frescos en sus tiendas. Además de velar por la calidad y la variedad de los productos puestos a disposición de los clientes, la compañía entiende como piedra angular de su comercio la **profesionalidad de sus colaboradores**. Por eso, a lo largo del pasado ejercicio, **más de 1.500 personas** recibieron formación de oficio durante 5.000 horas.

Además se crearon "entrenamientos para experiencias *food*", donde un experto de Alcampo dirigía una cata a los colaboradores que lo desearan para conocer en profundidad los productos.

Estos cursos, además de mejorar la empleabilidad de las propias personas de la empresa, redundan en la experiencia positiva de los clientes.





Productos para todos

El acceso a una alimentación adecuada es de suma importancia para toda la población, más aún para aquellas personas que presentan necesidades o deseos específicos en su dieta. La compañía ofrece **400 productos sin lactosa** (una docena de ellos de marca propia) y 1.835 sin gluten, de los que 340 son de marca propia.

Además, ofrece **250 productos vegetarianos**, habiendo comenzado a dar los primeros pasos en el desarrollo de una línea específica de marca propia, como loncheados vegetarianos de verduras.



¡Oído cocina!

La pandemia ha acelerado, de alguna manera, ciertas tendencias que venían perfilándose desde hace tiempo, entre ellas, la vuelta al placer de cocinar.

Alcampo, que se implica en la **sensibilización en la buena alimentación** de los más pequeños, ha continuado realizando talleres mensuales sobre alimentación saludable en su Club Rik&Rok, destinado a niñas y niños de entre 4 y 10 años, algo que en 2020 ha hecho casi en su totalidad online, a través del **canal MiniChef** en la propia página del Club. Cada taller constaba de una parte teórica y de una parte práctica con actividades para que los niños realizaran en casa y recetas para que pudieran realizar con sus padres.

Además de animar a los más pequeños a cocinar, también anima a los mayores a través de recetas publicadas en los folletos y en la propia web comercial y realiza *showcookings* en sus tiendas (este año, estas acciones han quedado limitadas por la pandemia).

Apoyando a la gastronomía profesional

En el ejercicio pasado, Alcampo volvió a apoyar en Madrid, el **XXVII Certamen Gastronómico de la Comunidad de Madrid** que pone en marcha la Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid. Los ganadores de este certamen, en el que compiten chefs profesionales, son los que representarán a la Comunidad de Madrid en el campeonato nacional. Alcampo participó en el patrocinio, aportando además productos Alcampo Producción Controlada, la "Despensa Alcampo", compuesta de productos frescos y de marca propia.

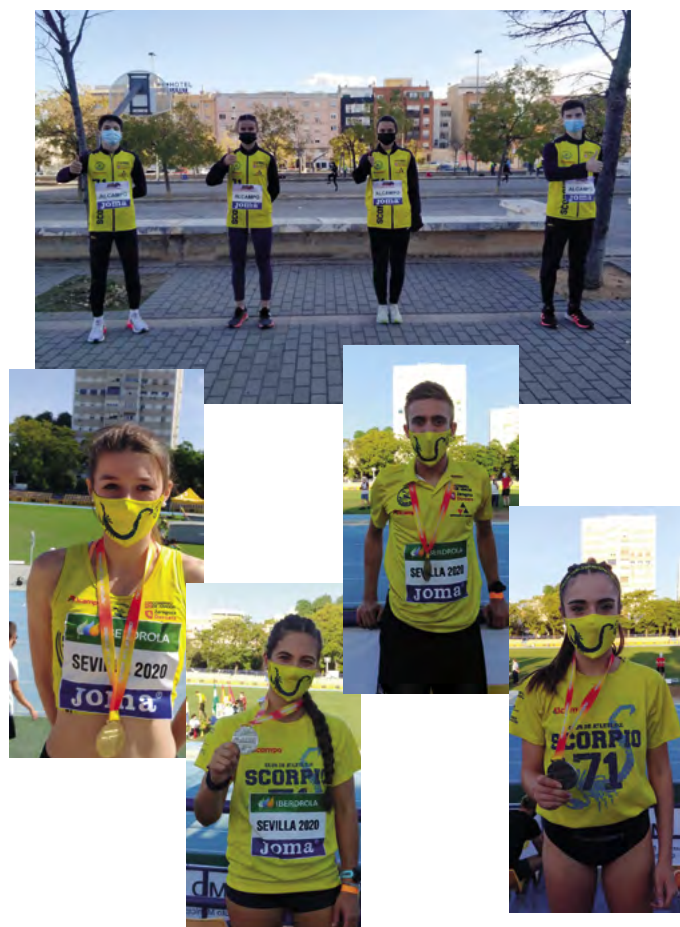


Apoyo al deporte

Además de la buena alimentación, Alcampo también trabaja en la promoción del deporte, de hecho, es patrocinador de la **escuela de fútbol base en Calatayud** (Zaragoza), sponsor del ex atleta paralímpico Javier Conde y desde 2008 es patrocinador del **Club de atletismo Alcampo Scorpio 71**, un Club de atletismo con presencia en todas las categorías y en todas las especialidades, con más de 500 atletas, que también trabaja en diferentes escuelas para promover hábitos saludables a través de la práctica deportiva.

Una oferta saludable, justa y responsable

Productos ecológicos	2.800
Sin residuos de pesticidas	16
Certificados MSC	60
A granel	580
Sin gluten	1.835
Sin lactosa	400
Vegetarianos	250
De textil sostenible	500



La apuesta por lo local ha sido siempre un eje prioritario para Alcampo. Pese a que se desarrollará en profundidad en el capítulo destinado a proveedores, es preciso hacer un foco en que el 93,5% de los productos que adquiere Alcampo, son provenientes de proveedores españoles.



Lo local. Productos de nuestra tierra



Además de estas compras que se destinan a cubrir la demanda de todas las tiendas y plataforma online, la compañía trabaja de la mano de **pequeños productores locales** cuya producción, en su mayoría arraigada a la cultura local, cubre un radio de venta pequeño que da respuesta a los clientes del entorno de una o varias tiendas.

La gama local acoge mayoritariamente productos de alimentación pero también se trabaja con proveedores de productos textiles como trajes regionales, muy vinculados al folklore local y otros artículos como calzado, ligado en tiempos atrás a la industria española, que fue deslocalizándose a lo largo de los años.

Como comerciantes apasionados por el producto local, en el pasado ejercicio se puso en marcha un módulo de formación destinado a profundizar en la enriquecedora cultura local, que fue cursado por más de 10.500 personas.



DOP-IGP

Además de lo anteriormente citado, en Alcampo se ofrecen **206 productos certificados** con los sellos de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP). Estos alimentos, reconocidos por la Unión Europea, se producen, transforman y elaboran (y en algunos casos son originarios) en zonas geográficas delimitadas, que les confieren cualidades determinadas y propias de dichas zonas.



Marca propia de aquí

Entre las 3.950 referencias de marca propia de alimentación, cabe destacar la implicación con los productos locales de la **gama Auchan Selection** (terroir) y de la **gama Auchan Gourmet**, de la que se ofrecen 200 referencias.

Dentro de esta gama con alto valor añadido, se favorece la incorporación de productos exclusivos de productores (muchos de ellos pequeños) que apuestan por la historia, los sabores de siempre y el cuidado del producto como la leche de cabra del Pirineo, los productos artesanos del Bierzo (León) o las conservas de Cambados (Galicia), que son realizadas por una empresa familiar que nació hace 35 años en Galicia con el objetivo de llevar al mercado conservas de pescado de alto valor añadido y que emplea hoy por hoy a 45 personas. Sus profesionales visitan diariamente las lonjas locales para seleccionar la materia prima que será procesada. Una vez preparados los productos, se empacan las conservas a mano, una a una y de manera artesanal.

Bajo **Auchan Selection** se pueden encontrar 34 referencias procedentes de diversas zonas de España, contando la mayoría con el sello DOP o IGP o procediendo, aun sin el sello, de orígenes reconocidos. En el caso de DOP se puede encontrar, entre otros, queso de San Simón Da Costa (Galicia), azafrán de La Mancha (Castilla-La Mancha) o miel de romero de la Alcarria (Castilla-La Mancha).



Alcampo Producción Controlada, un ejemplo de lo bueno, lo sano y lo local



Alcampo Producción Controlada es una línea exclusiva de Alcampo que acoge 183 productos desarrollados en colaboración con pequeños productores (en su mayoría pymes españolas), que recuperan sabores y olores de antaño ofreciendo un plus de calidad y trazabilidad y que hacen una clara apuesta por la sostenibilidad medioambiental y social.



Esta línea vio su nacimiento en el año 2000 y hasta el día de hoy ha ido evolucionando en su desarrollo, incorporando nuevas gamas y profundizando, además, en la eco-concepción de sus envases.

Dentro de las gamas se pueden encontrar la tradicional, la de productos ecológicos, la de sin residuos y las de **"Yo crío, Yo produzco, Yo fabrico"** y **"Yo cultivo, Yo produzco, Yo fabrico"**, ambas enmarcadas en proyectos de ciclo cerrado de producción, en las que el proveedor controla todo el proceso productivo.



Han sido **más de cuarenta** los productos que han visto la luz a lo largo de 2020, destacando, por ejemplo, el **fresón temprano de Huelva** por su gran sabor y aroma. Para el desarrollo de este nuevo producto, Alcampo colabora con el proveedor Plus Berries-Agro Martín un aliado para hacer realidad la apuesta de la compañía por el desarrollo sostenible. En el plano medioambiental, el proveedor prioriza la lucha de plagas mediante control biológico frente al uso de químicos y además, cuenta con un proyecto de compensación de las emisiones de carbono generadas durante el cultivo del producto hasta su llegada a la tienda. En este sentido, colabora con un proyecto en la isla de Aruba cuya finalidad es instalar una central de energía eólica y otro en Madagascar, para dotar de la maquinaria necesaria que permita la depuración y limpieza del agua en zonas con dificultad de acceso al agua potable. En el plano social, el proveedor ha creado para sus trabajadores unas infraestructuras cómodas y adaptadas a sus necesidades para favorecer la felicidad y el bienestar en el trabajo como viviendas equipadas, haima intercultural, aulas de formación, de juegos o sala para el rezo, entre otros.

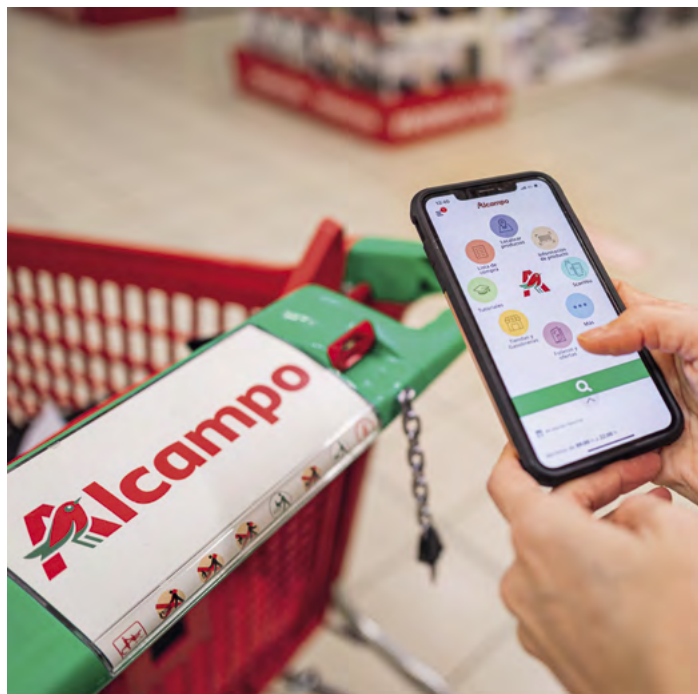


Proximidad digital

Alcampo ha visto frenado el desarrollo de algunos de sus proyectos por la irrupción de la COVID-19, centrándose en la creación de soluciones rápidas que dieran respuesta a unas necesidades concretas.

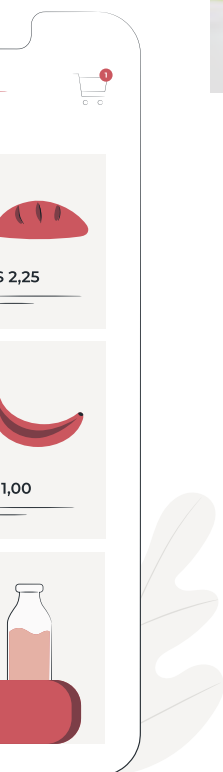
Uno de los ejes a destacar es el trabajo desarrollado para la **entrega de la mercancía**, destacando la alianza con Glovo que permite hacer una selección de productos de alimentación que el cliente podrá recibir en un plazo inferior a una hora, siempre que esté en un radio de 4 Km. Este servicio fue iniciado en Madrid y a final de año se prestaba en **37 ciudades diferentes** de la Comunidad de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón, La Rioja, Galicia, Asturias y País Vasco.

La compañía ha seguido **ofreciendo el servicio de recogida de la compra online** en los puntos ubicados en sus hipermercados, así como en las **taquillas refrigeradas 24/7** disponibles en 8 centros y ha dado un paso más al poner a disposición del cliente, en modo test en Zaragoza, la posibilidad de hacer la compra online en un hipermercado y recogerla en un supermercado, un claro beneficio de surtido amplio y



comodidad ya que la recogida se realiza en un punto céntrico y cercano al domicilio del cliente.

Además de mejorar y ampliar el abanico de las posibilidades de entrega o recogida, Alcampo ha continuado trabajando en la incorporación de **Inteligencia Artificial** para mejorar la experiencia de compra, algo en lo que dio sus primeros pasos en 2019 al introducir en su web a Iker, un asistente virtual que en 2020 ha ampliado sus conocimientos adentrándose en el mundo del "Aire Libre" previo a la campaña estival.







#Nuestros *Colaboradores*

Alcampo sitúa a las 20.200 personas que forman parte de la empresa, en el centro de todas sus actuaciones y asume la responsabilidad de acompañarlas en su evolución, ofreciéndoles una experiencia adaptada a sus objetivos profesionales, sus momentos vitales y sus circunstancias profesionales.



Asegurar entornos de trabajo donde el bienestar, la autonomía, la confianza y la diversidad sean una realidad son para Alcampo objetivos prioritarios.



El objetivo principal de la empresa en el entorno de Recursos Humanos fue, durante 2020, dar respuesta a la situación provocada por la COVID-19, focalizando sus esfuerzos en el **cuidado de la salud y bienestar de los colaboradores**, así como en el acompañamiento en un momento de extrema dificultad velando, en paralelo, por continuar con los planes de aprendizaje, participación y desarrollo previstos.



Aprendizaje continuo

Contar con los mejores profesionales en **constante evolución** mejora la empleabilidad de las personas de la empresa y, además, redundará en la consecución de buenos resultados. Por lo tanto, el desarrollo de **planes de formación adecuados y consistentes** se concibe como piedra angular de la política de recursos humanos de la compañía.

Alcampo invirtió en formación **3,8 millones de euros** en 2020, asumiendo el reto de transformar las aulas presenciales en virtuales para no frenar formaciones esenciales que, hasta la fecha, se realizaban en entornos físicos.

3,8
millones de €
se invirtieron en
formación en 2020



Escuela de desarrollo del talento

Un claro ejemplo es el caso del programa "Escuela del desarrollo del talento", que acompaña de manera **muy personalizada** a diferentes perfiles de la compañía, aportándoles un entrenamiento adaptado a sus necesidades y a su momento en la empresa.

Este programa, dividido además en diferentes recorridos, va dirigido a personas que se sientan preparadas para asumir nuevos retos, a aquellas que precisen

trabajar en las 3 competencias claves del manager (liderazgo, excelencia o transformación), a desarrollar las competencias y cualidades orientadas a facilitar el acceso a puestos de dirección o a los que siendo ya directores o directores experimentados, quieran adquirir competencias que les hagan impulsores del cambio y la transformación. En total, en 2020, participaron 190 personas en este recorrido formativo.



Más y más digital...

Además de dos centros de formación ubicados en Madrid y Zaragoza, Alcampo cuenta desde hace años con una plataforma de **cursos e-learning** que favorece el acceso a la formación de la plantilla, evitando así traslados al poderse realizar desde cualquier centro, contando todos ellos con sistemas y equipos adecuados para la conexión a la mencionada plataforma.

En total, esta plataforma ofrece más de **1.535 módulos de formación**, que han contado con **151.690 participantes** (usuarios no únicos).

Además de los ya existentes y los adaptados al formato digital, Alcampo ha incorporado 20 nuevos cursos, entre los que destaca la formación en competencias y habilidades digitales "Transforma-T", cursada por más de 9.000 personas.

Asimismo, se han incluido 30 módulos de micro *e-learning* destinados a entrenar habilidades y competencias personales.

9.000

participantes en
"Transforma-T" sobre
la competencia y habilidades
digitales

1.535

módulos de
formación

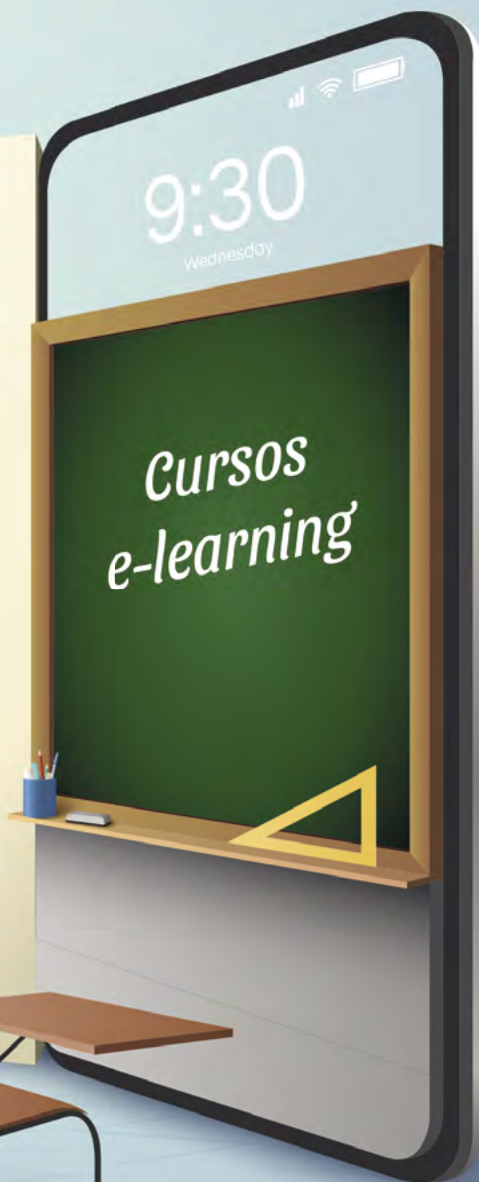
151.690

participantes



16

módulos sobre
buena alimentación
y productos locales



19.000

participantes en
módulos sobre la
sostenibilidad



En el marco de la apuesta por lo digital y las ideas innovadoras, en 2020 se ha contado también con dos cursos en **formato videojuego**: "Pacific", enfocado al liderazgo y la gestión de equipos y "Triskelion", orientado a la gestión de tiempo y la mejora de la productividad.

Como apasionados por lo bueno, lo sano y local, y abanderados de la *"culture food"*, se han desarrollado 16 módulos sobre buena alimentación y productos locales, incluyendo catas online, que son multiplicados en cada centro por 650 formadores.

Sin perder de vista la **apuesta por la sostenibilidad** y la importancia de la implicación de cada uno, Alcampo ha desarrollado dos módulos nuevos en este marco, que versan sobre textil sostenible y desperdicio alimentario. Estos dos nuevos módulos se suman a los ya existentes, como ética y compras responsables, inclusión de personas con discapacidad, gestión de residuos, ahorro de energía y productos ecológicos. En total, estos cursos han contado con más de 19.000 participantes.

Impulso al desarrollo dentro y fuera de la empresa

La empresa tiene la firme voluntad de **crear empleo de calidad y de impulsar el desarrollo de sus colaboradores**, trazando con ellos sus planes de progreso y mejora. De hecho, en 2020 más de **130 personas** han cambiado su misión en la empresa asumiendo nuevos retos y desarrollando su plan de carrera.

Por eso, desde el primer momento, se fomenta la autonomía, la toma de decisiones y la aportación de propuestas de mejora que redunden en el bien común.

Además de la formación indicada, la compañía impulsa el desarrollo individual y de equipos con metodologías transformadoras como *coaching* individual, *coaching* de equipo y *mentoring*, en el que han participado 30 personas.

Asimismo, Alcampo cuenta con **alianzas** con una treintena de Universidades y Escuelas de Negocio orientadas a la realización de prácticas. Con dos de ellas, *EADA Business School* y *UOC Corporate*, pilota programas de desarrollo.





Contratamos talento

En agosto de 2020 se puso en marcha un nuevo proceso de selección "Contratamos talento", destinado a la incorporación de **jóvenes profesionales** con titulación universitaria y experiencia en comercio. La convocatoria gozó de gran éxito, recibiendo más de 4.000 candidaturas. Tras las dinámicas y entrevistas realizadas, **45 nuevos talentos** han sido incorporados como responsables de comercio en formación que, tras un período de aprendizaje en el área comercial, económica y de gestión de equipos, ocuparán puestos de responsabilidad en la dirección de hipermercados y supermercados.

Este proceso se ha desarrollado, por primera vez, en formato 100% digital, combinando actividades gamificadas, entrevistas personales virtuales y la oportunidad de conocer de primera mano a profesionales que pasaron por la misma experiencia que ellos. Además, varios colaboradores de tiendas se incorporaron al equipo de entrevistadores, formado habitualmente por managers.



FP Dual

Alcampo es una empresa adherida a la Alianza para la FP Dual con el objetivo de potenciar la Formación Profesional Dual en la empresa e **impulsar nuevos proyectos** de esta modalidad formativa. En 2020, han participado 17 personas durante 17.300 horas en 12 centros de Madrid, Galicia y Aragón.

La compañía está trabajando con los ciclos formativos en "Gestión de Ventas y Espacios Comerciales" tanto en tiendas como oficinas, permitiendo incorporar perfiles y talento junior con una visión global del negocio de la distribución. Asimismo, se trabaja con el ciclo formativo de "Técnico en comercialización de productos alimentarios", orientado a la formación e incorporación de futuros profesionales de productos frescos.



Igualdad de oportunidades

Romper barreras en el acceso al empleo es una máxima histórica para Alcampo.

En este marco de igualdad de oportunidades, la compañía colabora con Fundación ONCE para la promoción de la **inserción laboral de personas con discapacidad** y con el Plan de Empleo de Cruz Roja, destinado a otros colectivos vulnerables. Además, cuenta con múltiples alianzas con entidades locales.

Respecto a colectivos vulnerables, un centenar de jóvenes realizaron prácticas en los hipermercados y supermercados Alcampo durante más de 17.000 horas, acompañados en todo momento por colaboradores de la empresa que les guían en su formación, desarrollada en un entorno real de trabajo.

En el marco de la inclusión de personas con discapacidad, Alcampo finalizó 2020 con **579 personas con discapacidad en plantilla**. Además del empleo directo, la compañía siguió apostando por la generación de empleo indirecto, realizando compras a centros especiales de empleo por valor superior a **5,78 millones de euros**, y que suponen empleo para **280 personas más**.



17.000
horas de prácticas
para jóvenes
de colectivos
vulnerables

579
personas con
discapacidad
forman parte de
nuestra plantilla



Vivir Alcampo

Con el claro valor de la confianza como bandera, las personas son protagonistas de la vida de la empresa.

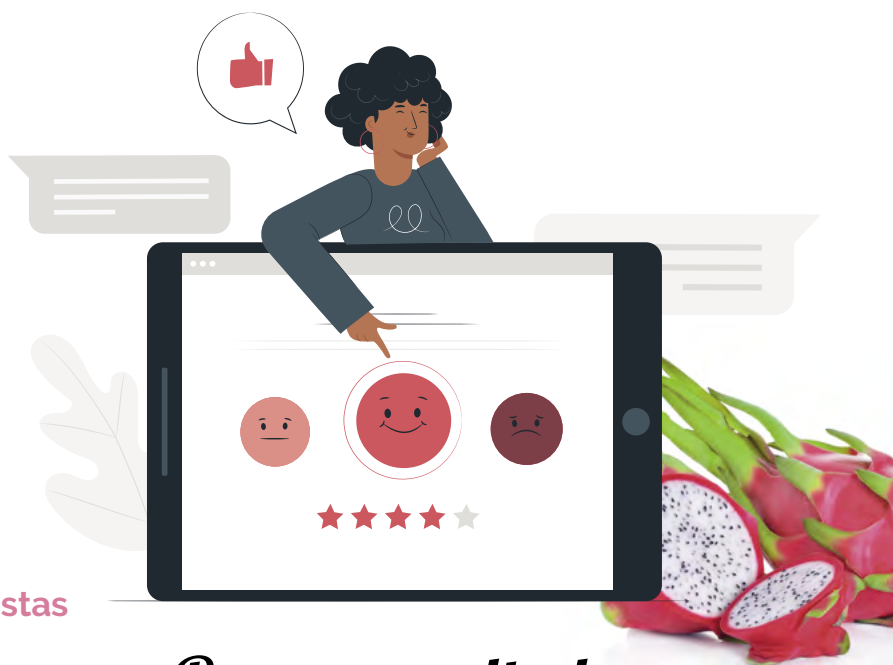
Por eso Alcampo fomenta con fuerza la responsabilización y el desarrollo de las iniciativas individuales y de equipo, practicando una escucha activa y crítica para mejorar día a día y ser la empresa que las personas de Alcampo quieren que sea.

15.940

participantes
del plan del
accionariado

10,45

millones de €
de beneficio
repartidos en 2020



Buenos resultados compartidos

La responsabilización y la participación activa en el desarrollo de la empresa desembocan en la excelencia y en buenos resultados, que son compartidos con las personas de la empresa.

En el año 1996, Alcampo instauró el **plan de accionariado**, contando en la actualidad con **15.940 accionistas**, de los que 1.400 se sumaron en el año 2020.

Ser accionista supone crear un vínculo estrecho entre la empresa y el colaborador, que le empodera y le convierte en actor esencial.

Los accionistas participan en beneficios cada año, habiéndose repartido en este marco **10,45 millones de euros** en 2020.

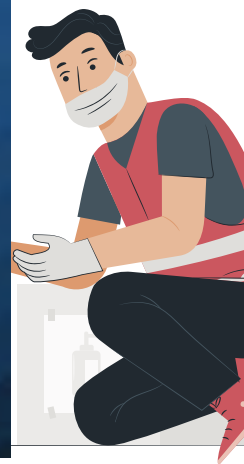
Además de la propia participación en beneficios, todos los colaboradores participan de los buenos resultados conseguidos con esfuerzo tanto en equipo como de manera individual.

Bajo este concepto se repartieron en el ejercicio pasado **21,5 millones de euros**, siendo 4,1 millones de euros en acciones.

Voluntariado corporativo

Vivir y sentir la Responsabilidad Social Corporativa a través de experiencias propias es uno de los objetivos del Programa de Voluntariado Corporativo, puesto en marcha en el año 2018. El 100% de las personas de la empresa puede participar en labores de voluntariado en horas de trabajo y contribuir al desarrollo de los planes y proyectos impulsados y apoyados por la empresa en ámbitos sociales y medioambientales.

En 2020, fueron 1.070 personas las que colaboraron y participaron durante 2.270 horas en proyectos como Desayunos y Meriendas con Corazón, Ningún Niño sin Juguete o la Gran Recogida del Banco de Alimentos.





Escucha y diálogo

La escucha activa y el diálogo son elementos básicos y vertebradores de la comunicación. Las reflexiones compartidas, la autocrítica, el conocimiento de los demás y compartir opiniones e ideas conforman los elementos esenciales para ser una empresa donde la apertura es un valor fundamental.

Satisfacción y compromiso

El **Barómetro de Satisfacción y Compromiso BES**, es una herramienta de **mejora continua** que ayuda a conocer la percepción y opiniones de todas las personas de Alcampo. Para obtener los resultados se pone a disposición de los colaboradores un cuestionario anónimo al que se puede acceder de manera digital.

La **participación** en el BES 2020 ha sido del **92%** y los resultados que marcan el compromiso según el modelo adoptado, arrojan que el **88% se siente orgulloso** de decir que trabaja en Alcampo.

Todos los resultados son analizados por todas las áreas de la organización, que se implican con rotundidad en la puesta en marcha de acciones que respondan a las **necesidades de mejora detectadas**.

Conversaciones del Talento

Basadas en un modelo de *feedback* permanente y diálogo abierto, Alcampo puso en marcha en 2018 las "Conversaciones del Talento" que cada tres meses realizan, de manera individual todos los colaboradores con sus responsables, permitiendo un **seguimiento constante y personalizado** que conlleva el diseño de planes para favorecer el progreso y desarrollo de cada uno. En 2020, se han realizado 23.000 conversaciones.



Asuntos relevantes en materia de sostenibilidad

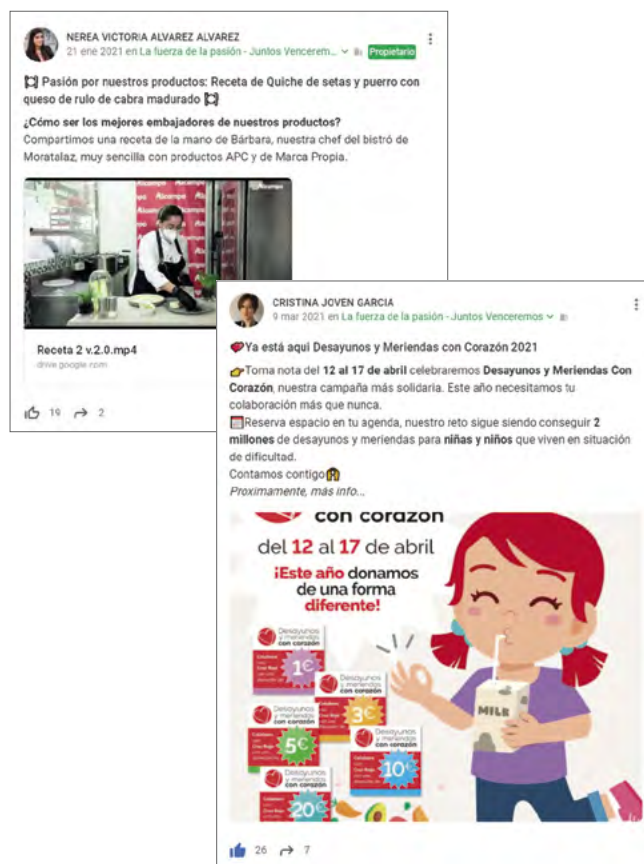
Alcampo entiende la Responsabilidad Social como materia esencial de cada decisión que toma y de cada proyecto que emprende. Con el compromiso de avanzar en este sentido en función de los aspectos más relevantes para sus grupos de interés, la compañía ha realizado (ya en 2021) una consulta a todos sus colaboradores para que puedan dar su opinión, que será tomada en cuenta para la co-construcción de la estrategia.



Escucha directa y en directo

La digitalización permite fomentar la interactividad y facilita la conexión entre equipos. El **100% de los colaboradores tiene identidad digital**, de los que un 76% son usuarios. Toda la plantilla tiene por lo tanto acceso, entre otras herramientas, a **comunidades Currents** donde se pueden compartir experiencias, dialogar, estar al día de la vida de la empresa y aprender de los demás.

Otro de los ejemplos de conexión directa y escucha, son los **encuentros mensuales** de la dirección de la compañía con una representación de colaboradores de cada centro de trabajo para exponer, de manera abierta y directa, los puntos fuertes y las áreas de mejora a nivel global.



¡Somos



Top Employer!

Alcampo volvió a renovar en 2020 (¡y 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 reconoce por lo tanto, la política de recursos humanos de Alcampo, así como su entorno de trabajo y la promoción del bienestar.

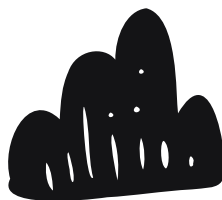
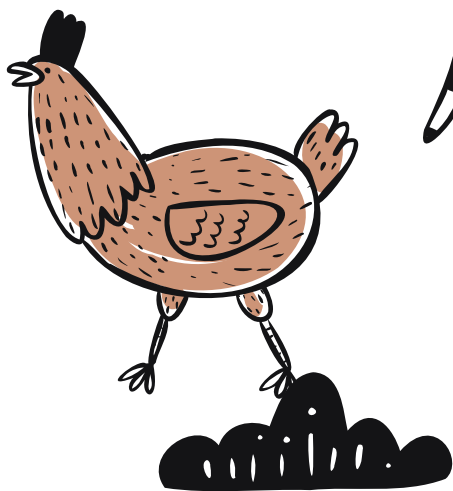






#Nuestros Proveedores

Alcampo mantiene relaciones éticas y duraderas con sus proveedores, que juegan un papel fundamental tanto en el desarrollo de su política comercial como en su firme propósito de mejorar el entorno.



Con confianza, voluntad de co-construir, respeto, compromiso y relaciones basadas en la ética y en la búsqueda de una evolución y desarrollo compartido, Alcampo hace realidad junto a sus proveedores su apuesta por lo bueno, lo sano y lo local.



Alianzas para el desarrollo

El **93,5%** de los productos que se pueden encontrar en los hipermercados, supermercados y plataformas de comercio online de Alcampo, se adquieren a **proveedores españoles**.

En 2020 se adquirieron productos a **5.670 proveedores de España** por valor de **3.076 millones de euros**.

Durante 2020, además de trabajar con los proveedores habituales, Alcampo desarrolló un **programa de apoyo** a aquellos productores que vieron más que mermados sus ingresos al tener que afrontar el cierre de otros canales de distribución: **Alimentamos lo local**.

A través de planes de detección, escucha, y referenciación express, se comenzó a trabajar con proveedores que a día de hoy siguen formando parte de la familia Alcampo.

93,5%
de los productos
se adquieren a
proveedores españoles

5.670
proveedores de
España



● #GraciasGanaderos ●



+info



Tres Fuciños

Uno de los proveedores con los que se realizaron acciones orientadas a salvar el corto plazo y que ha desembocado en una alianza con vistas al horizonte del futuro es Tres Fuciños, una pequeña cooperativa gallega que apostó por recuperar una raza rústica y 100% autóctona de Galicia: el **porco celta**, una especie en **peligro de extinción**.

Los socios de Tres Fuciños crían a los animales al estilo tradicional, en cabañas y montes gallegos y los alimentan con cereales, hierba, moras, bellotas y castañas, controlando toda la cadena de producción.

Desde 2020, los clientes de Alcampo en Galicia pueden acceder a este producto que habitualmente sólo se encontraba en restaurantes.



#AlimentamosLoLocal

Además de las compras a proveedores españoles que surten a todas o casi todas las tiendas de Alcampo, la empresa trabaja para **favorecer el desarrollo local** de cada localidad en la que está presente, trabajando de la mano de **pequeños productores** que cuentan con producción suficiente para abastecer a una o varias tiendas, siendo además sus productos característicos de la zona.

En este marco, Alcampo realizó compras a **1.270 proveedores** por valor de **228 millones de euros**. Esta colaboración incide en la **activación del medio rural** y propicia la **lucha contra la despoblación**, favoreciendo además la conservación del legado natural y gastronómico del país y el fortalecimiento de las raíces.



#GraciasGanaderos

#GraciasAgricultores

#GraciasPescaderos





Poniendo en valor los productos de aquí

Los productos locales y regionales gozan de una **señalética específica** en las tiendas para facilitar a los clientes su identificación. Asimismo, la compañía pone en marcha **acciones para fomentar su conocimiento y consumo** en alianza con los propios productores a través de las asociaciones que los representan y las propias Administraciones Públicas.

Este es el caso del hipermercado de Telde (Gran Canaria) que firmó un acuerdo de colaboración con el Cabildo (Administración local) para, a través del programa **"Gran Canaria Me Gusta"**, fomentar e impulsar el consumo de los productos locales agroalimentarios que hayan sido cultivados, criados y/o elaborados en la isla, comprometiéndose a realizar acciones en Alcampo con el objeto de contribuir al desarrollo y progreso de la economía local.

Además, en 2020 se celebraron 3 campañas (Madrid, Aragón y Andalucía) para promocionar productos regionales, viéndose anuladas o retrasadas algunas acciones de promoción previstas para 2020 que otros años se desarrollaron.

Dos de ellas, la de productos de Aragón y de Madrid, se celebraron en las tiendas de la propia región, vinculando a los consumidores con el producto local. La de Aragón destacó **975 referencias** de casi un centenar de proveedores de dicha comunidad, que ocuparon un espacio destacado en 49 de tiendas Alcampo.

La que ponía en valor los alimentos de Madrid se celebró en los hipermercados de la Comunidad de Madrid, destacando **250 referencias** de 44 empresas madrileñas.

GRAN
CANARIA
me gusta



Otra de las campañas puestas en marcha, fue la de productos de Andalucía **"Andalucía Sabe"**, que se celebró en septiembre de 2020 por vigésimo año consecutivo y que más allá de los límites de la región, se desarrolló en 35 centros de toda España, destacando **160 productos** de 26 productores de la Comunidad Autónoma mencionada.

Estas campañas, acompañadas de un impulso comunicativo y de apoyo institucional, ponen de manifiesto la apuesta de la cadena Alcampo por los productores de la tierra.

Del 28 de septiembre al 17 de octubre de 2020

ARAGÓN SÍ QUE SABE

El ahorro está en el precio
2,99
VINO TINTO ALDEYA
GARRINCHA
75 cl. Cordon
75 cl. Cordon

El ahorro está en el precio
3,39
ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA
ORDENACIÓN
1L

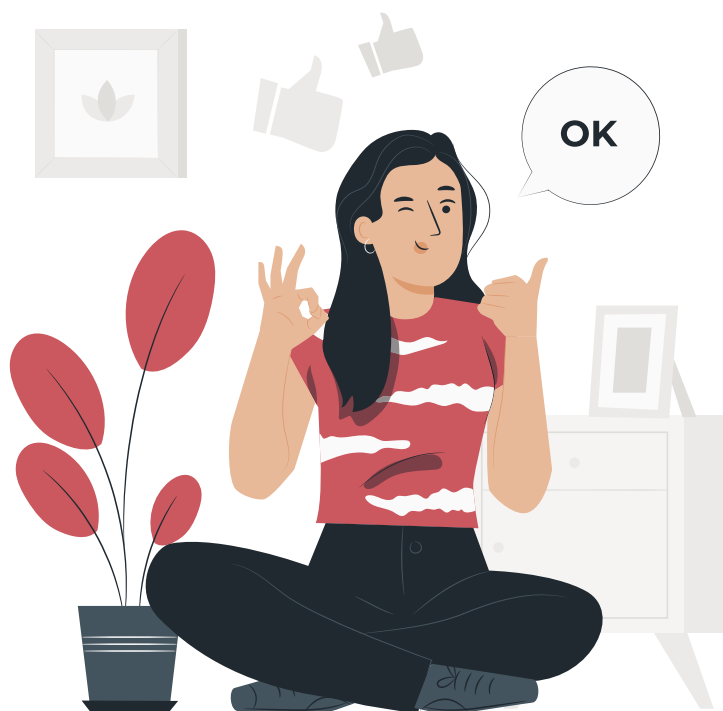
El ahorro está en el precio
10,90
JOP TERNASCO
DE ARAGÓN
Vino por 1 kg
81 kg

Tu compra online en [alcampo.es](https://www.alcampo.es)

Transmitir el mensaje, transmitir la pasión

El programa "Alimentamos lo local", creado y puesto en marcha en el marco de la COVID-19, continuó desarrollándose ampliando también las herramientas y acciones de comunicación destinadas a destacar los productos y productores locales.

En este sentido se publicaron **folletos comerciales** de apoyo a lo local cada semana, realizando más 25 en el año, en los que se ponía un foco especial en los productos frescos. Además, en las tiendas, se ha creado cartelería específica para destacar los productos incluidos en "Alimentamos lo local"; transmitiendo información más allá del producto.



HUELLA

Actores de LO BUENO, LO SANO Y LO LOCAL



#ARTÍCULOS RELACIONADOS



Pesca lojos
14/04/2020

El mercado en nuestro proyecto de apoyo a productores locales que pasan momentos de dificultad "Alimentamos lo local", entre los meses de marzo, abril y mayo hemos comercializado 340.000 kg de merluza procedente principalmente de los langos de Burdeos, Girona, Vigo...



Voluntarios
14/04/2020



Sello bienestar animal
14/04/2020

Blog Huella, historias para contar

Con este mismo fin y con el propósito de **poner en valor las alianzas con el sector productivo español**, en el marco de lo bueno, lo sano y lo local y el compromiso con el planeta, Alcampo puso en marcha el blog Huella.

Este blog narra la historia de lo que **hay más allá del producto**, poniendo el foco en el sector primario, así como en los productores de Alcampo Producción Controlada y de marca propia, partiendo de la base de que un producto es valioso por sí solo, pero más valiosas aún son las historias que hay detrás, los sueños, las ilusiones, el trabajo duro, la innovación, la apuesta por la recuperación de sabores, del legado cultural y gastronómico y de los espacios naturales. Es la historia de los hombres y mujeres que hacen posible que Alcampo pueda hacer realidad su apuesta por una oferta diferencial.

+info

Juntos apoyamos al sector primario

La fuerza de nuestro sector primario

Además de las acciones ya mencionadas, se ha trabajado en colaboración con interprofesionales del sector primario, en concreto del sector cárnico como Interporc, que representa a los productores de porcino de capa blanca, Interovic, que representa a los productores de ovino y caprino y Provacuno, que representa al sector de productores de vacuno.

Con Interporc se ha trabajado en la labor previa a la construcción de la Política de Bienestar Animal así como en la difusión de la misma, y la del propio sello que la interprofesional ha promovido.

Con Interovic y Provacuno se ha colaborado para promover el consumo de productos cárnicos nacionales, sumándose a las campañas puestas en marcha por ellos mismos con la finalidad de destacar en lineales la carne de España: *"Más cerca es mejor"* en el caso de Interovic y *"Muy fans de lo nuestro"* en el caso de Provacuno.

Se estima que el sector ovino y caprino en España crea empleo para 150.000 familias, la mayoría ubicadas en el ámbito rural, contando con unas 86.500 explotaciones de ovino y 55.000 de caprino.

Respecto al sector vacuno, en España se cuenta con más de 130.000 granjas de vacuno que albergan 5,8 millones de cabezas de ganado.



86.500

explotaciones de
ovino en España



55.000

explotaciones de
caprino en España



130.000

granjas de vacuno
en España

Comercio justo

Desde el año 2002, Alcampo ofrece productos certificados de Comercio Justo en alianza con Oxfam Intermon, de los que ofrece en la actualidad 45 referencias bajo la marca “Tierra Madre” como chocolates, azúcar, café, arroz, panela o té, a los que se suman turrónes y snacks BIO de arroz negro y rojo, ambos incorporados en el pasado ejercicio.



Un año más, acogió la campaña **#LaHistoriaQueQuerrásComprar**, una quincena en la que los productos de Comercio Justo fueron destacados en los lineales de los supermercados e hipermercados. Esta campaña, presentada en un acto online a través de la plataforma www.juntoscambiamoslavida.es, tuvo una acogida calurosa entre los clientes, que adquirieron en quince días, 5.670 unidades de productos Tierra Madre de Oxfam Intermon.



Diálogo con los proveedores

Alcampo mantiene una relación estrecha con sus proveedores, uno de sus grupos de interés principales, con los que configura la oferta diseñando en muchos casos los productos desde el inicio. Es el caso de la línea Alcampo Producción Controlada o de aquellos enmarcados en los proyectos de recuperación de variedades autóctonas.

Dando un paso más, en 2021, la compañía ha enviado a todos sus proveedores una consulta sobre los puntos clave de la **estrategia de Responsabilidad Social Corporativa**, con el fin de conocer su opinión y descubrir qué aspectos que no trata son susceptibles de formar parte de las hojas de ruta en **materia de sostenibilidad** de Alcampo en el futuro.

#GraciasProductores





#Nuestra *Sociedad*

Poner fin al hambre y a la pobreza, promover la justicia social, la igualdad de condiciones, la transparencia y la ética son ejes de trabajo de Alcampo, concebidos para dar respuesta a los retos planteados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Con los *más vulnerables*



El apoyo al desarrollo de colectivos vulnerables es una prioridad indiscutible para construir un futuro mejor para todos. Durante 2020, muchas personas se vieron especialmente afectadas por la crisis provocada por la COVID-19. Alcampo, como empresa responsable, dio respuesta aportando donaciones por valor de 260.000 euros destinados en su gran mayoría a cubrir necesidades básicas de alimentación. Además, la empresa desarrolló como en años anteriores, campañas solidarias en colaboración con diversas organizaciones.



Desayunos y Meriendas con Corazón

Alcampo celebró por octavo año consecutivo la campaña Desayunos y Meriendas con Corazón en colaboración con Ceetrus, Oney, ACYRE (Asociación de Cocineros y Reposteros de Madrid) y Cruz Roja.

En esta campaña celebrada en 219 tiendas Alcampo, participaron más de 3.800 voluntarios de Cruz Roja y las empresas organizadoras, recogiendo durante una semana productos propios de desayunos y meriendas que Cruz Roja reparte a familias del entorno de las tiendas Alcampo que estén en situación de vulnerabilidad.

La solidaridad de los clientes de Alcampo no decepcionó, consiguiendo recaudar 1,68 millones de desayunos y meriendas, una cifra que supone un 4,3 % más que la registrada en 2019.

La cifra de desayunos y meriendas es la resultante de 504.095 Kg de alimentos, procedentes de varias vías: casi 376.000 Kg de productos donados por los clientes y 128.000 Kg estimados de los 122.000 euros que donaron Alcampo (110.000 euros), Ceetrus (6.000 euros) y Oney (6.000 euros) en el marco del Programa Cruz Roja RESPONDE puesto en marcha en marzo de 2020.



8ª EDICIÓN

2.000.000 de

Desayunos y meriendas con corazón

del 26 al 31 de octubre

#ConCorazón #reto2millones

Productos que puedes donar*

- ☞ Aceite de oliva
- ☞ Mermelada
- ☞ Galletas y bizcochos
- ☞ Leche entera o semidesnatada
- ☞ Frutas secas
- ☞ Cereales de desayuno
- ☞ Zumo de frutas
- ☞ Quesos en polvo
- ☞ Quesos en porciones
- ☞ Conservas de frutas al natural

*Excluyendo productos perecederos y no aptos para diabéticos

Nuestro reto
Conseguir 2.000.000 de desayunos y meriendas #ConCorazón para que Cruz Roja los pueda distribuir a niños y niñas, a través de sus Programas de Ayuda Social.

Colabora con Cruz Roja aportando alimentos PROPIOS DE DESAYUNOS Y MERIENDAS que no necesiten frío y entrégalos en los puntos de recogida de tus centros Alcampo o Simply.

www.desayunosymeriendasconcorazon.com



La Gran Recogida de Banco de Alimentos

Alcampo lleva años participando en **La Gran Recogida** que organiza la Federación Española de Banco de Alimentos (FESBAL). Esta campaña solidaria se celebra en cada rincón de España con la finalidad de recoger alimentos para personas que están en riesgo de exclusión y no pueden acceder a una cesta de la compra saludable y básica.

En 2020, la pandemia de la COVID-19 impuso un cambio en el modelo de desarrollo habitual: en lugar de recoger alimentos físicos, se recogieron donaciones económicas que podían hacerse tanto en las cajas de 216 tiendas, como en la plataforma de comercio online. En total se recaudaron más de 900.000 euros que contribuyen a beneficiar a 1,8 millones de personas.

Además de participar en La Gran Recogida, Alcampo acogió en verano de 2020 una operación de recogida de alimentos en colaboración también con la Federación Española de Bancos de Alimentos. Los clientes además de poder participar aportando productos, podían hacer su donación a través de www.alcampo.es al realizar su compra online. En total se consiguió recoger la cantidad de 86.800 Kg de alimentos.

+900.000

euros recaudados
en La Gran Recogida

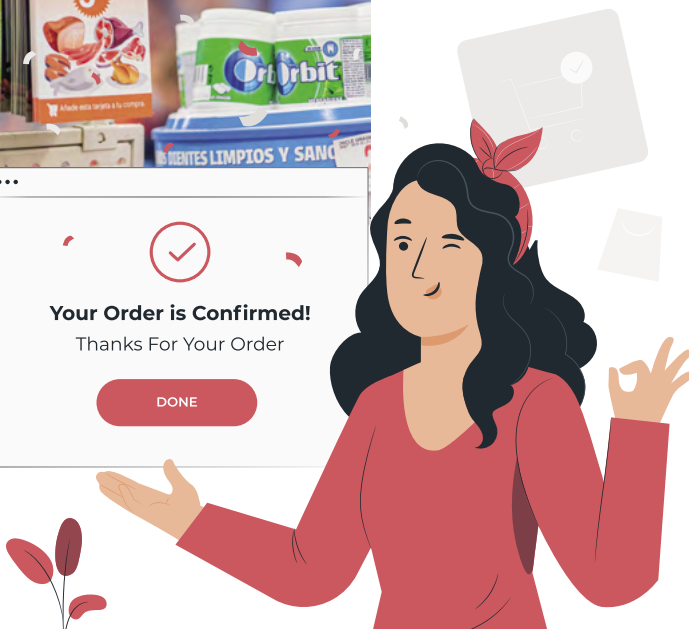
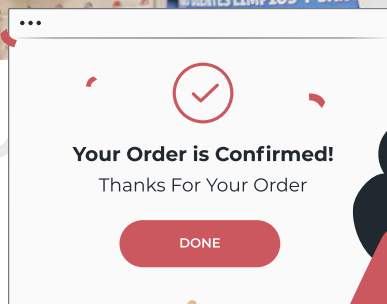


1 kilo de Ayuda

La Fundación Altius presta apoyo integral a personas en riesgo de exclusión a través de diferentes actuaciones. Por un lado, cubriendo las necesidades básicas de las familias y por otro, desarrollando 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 2020 se ha conseguido entregar a esta Fundación 136.600 euros procedentes de la venta de estas tarjetas. Alcampo lleva años trabajando en alianza con esta fundación, que reconoció la labor de Alcampo en 2020 con una mención especial por el apoyo prestado.



136.600 €
donados de la venta
de tarjetas en 2020





Somos Osos Solidarios

En el marco de la búsqueda del bienestar, Alcampo entiende la necesidad de aportar con decisión a la investigación como única vía para terminar con el cáncer, una enfermedad que causa miles de muertes en España. Por eso, puso en marcha junto a Warner Bros y Famosa, una campaña 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 integro se dona al Fondo CRIS de Investigación COVID-19 y Cáncer.

Teniendo en cuenta la sostenibilidad global, los peluches diseñados por Famosa cuentan con un relleno del 100% de fibra reciclada a partir de botellas de plástico (TET).

Desde el inicio de la campaña en septiembre de 2019, se han vendido 162.170 Osos Solidarios.



¡VUELVEN!

¡SOMOS OSOS SOLIDARIOS!

SOMOS OSOS SOLIDARIOS es un proyecto de **Alcampo**, **Cartoon Network** y **Famosa** que se puso en marcha en 2019 para luchar contra el cáncer infantil.

Para ello se diseñaron 9 modelos diferentes de peluches súper achuchables de los protagonistas de **Somos Osos** (**Pardo**, **Panda** y **Polar**), que puedes comprar por 5 euros.

Desde su lanzamiento, **100.000 osos** han sido ya adoptados. Todos los beneficios obtenidos se donan a **"CRIS contra el cáncer"**, que los destina a proyectos de investigación para el tratamiento y cura del cáncer infantil.

15 de febrero
Día Internacional de la lucha contra el cáncer infantil.

Una iniciativa de: **Alcampo**, **Cartoon Network**, **Famosa**

En beneficio de: **Cris** contra el cáncer

COMPRA TU OSO SOLIDARIO y ¡Ayúdanos a combatir el cáncer infantil!

SOMOS OSOS SOLIDARIOS
#SomosOsosSolidarios



SAN VALENTÍN SOLIDARIO

APOYA LA INVESTIGACIÓN DEL CÁNCER Y COVID-19

REGALA OSOS SOLIDARIOS EN SAN VALENTÍN

We BARE BEARS
¡SOMOS OSOS SOLIDARIOS!
#SomosOsosSolidarios

Una iniciativa de: **Alcampo**, **Cartoon Network**, **Famosa**

En beneficio de: **Cris** contra el cáncer

www.SomosOsosSolidarios.com



¡GRACIAS!
El proyecto **Somos Osos Solidarios** recibió en 2020 el **Premio VIDA** de la Fundación **CRIS** contra el cáncer.





Ningún Niño sin Juguete

Alcampo volvió a poner en marcha su tradicional campaña **Ningún Niño sin Juguete** celebrada en 78 hipermercados y supermercados, terminando con una recaudación de 12.000 juguetes nuevos.

En las tiendas se recogieron juguetes nuevos que fueron entregados a organizaciones locales y que a su vez, se hicieron llegar a familias que viven en situación de vulnerabilidad. En esta edición, la número 17, Famosa se sumó prestando la imagen de sus conocidos muñecos, y realizando una donación directa de 1.000 juguetes.

En el marco de **Ningún Niño sin Juguete**, Alcampo participó una vez más con Samur-Protección Civil de Madrid para hacer llegar juguetes a niñas y niños cuyas familias viven en situación de dificultad.



78

centros participaron en la campaña

12.000

juguetes nuevos recaudados

Comprometidos con la sociedad

1,68 millones	Desayunos y Meriendas con Corazón
12.000 juguetes	Ningún Niño Sin Juguete
900.000 euros	Gran Recogida del Banco de Alimentos
136.600 euros	1 Kilo de Ayuda
162.170 osos	Somos Osos Solidarios

Contra la violencia de género

Alcampo se adhirió al programa “Hay Salida” del Ministerio de Igualdad, sumándose a la red de empresas que quieren aportar a la lucha contra la violencia de género. Enmarcado en este convenio, desarrolla planes de integración laboral de mujeres víctimas y participa en campañas de sensibilización. Asimismo, desde hace años participa como **patrocinador en la carrera “Hay Salida”**, que en 2020 se realizó en julio en formato virtual y en la que participaron 2.000 personas.



ORGANIZAN:
mia
Arch-letras

COLABORADORES:
Alcampo
GRUPO BRED ELECTRICA



Digitalización sostenible

Alcampo se ha sumado a la **campana Digitalización Sostenible**, cuyo objetivo principal es dar una segunda vida a los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) de ordenadores y tabletas aportados por las empresas, así como vehicular las donaciones de equipos nuevos con el fin de hacerlos llegar a personas con dificultades de acceso a la tecnología, y reducir a su vez la generación de residuos para proteger el medioambiente.

La idea partió de Alcampo que lo trasladó a la Fundación ECOTIC y a partir del impulso de la Fundación CEOE, se puso en marcha junto a los principales Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) en el ámbito del reciclaje electrónico.

En este marco, el proyecto de Digitalización Sostenible cumple a la perfección con un triple objetivo de Alcampo: contribuir a poner fin a la pobreza desarrollando proyectos de mejora social destinados a personas que viven en situación de vulnerabilidad, fomentar la igualdad de oportunidades y trabajar en pro de la economía circular, evitando al máximo la generación de residuos no valorizados.

Fundación Alcampo por la Juventud



La Fundación Alcampo por la Juventud es un vehículo para colaborar con la infancia y juventud del entorno, a través de los programas desarrollados. En 2020 el número de proyectos apoyados ha sido de 8, llegando a más de 3.540 beneficiarios y realizando una aportación de más de 110.500 euros.

Más allá de la aportación económica, cabe destacar la involucración de los colaboradores de los centros que además de presentar el proyecto participan en su desarrollo, convirtiéndose en impulsores y artífices de las actividades de las asociaciones apoyadas, en el marco de los programas de voluntariado corporativo de Alcampo.

En 2020, debido a la situación provocada por la COVID-19, uno de los proyectos a los que destinó sus esfuerzos la Fundación Alcampo por la Juventud fue a la ayuda para la compra de alimentos, aportando 47.350 euros a Aldeas Infantiles SOS.

Los otros siete, aunque alguno se ha visto pospuesto por la pandemia, fueron aprobados en los llamados Comités de Evaluación de Proyectos, un órgano móvil donde participan colaboradores de la empresa y representantes de ONG's.

8
proyectos
apoyados

3.540
beneficiarios

+ 110.500€
de aportación realizada



"PROGRAMA DE DE EDUCACIÓN EN SALUD"

Cruz Roja y Alcampo Cuenca.

Apoyo financiero: 9.300 euros.

Beneficiarios:

435 alumnos de entre 4 y 10 años y 50 niños del programa de éxito escolar de CRE.

Animación a lo largo del curso escolar mediante talleres pedagógicos online en 23 centros educativos y otros disponibles para familias y educadores, con el fin de sensibilizar sobre hábitos de vida y de alimentación saludable. Comprende además la compra de material deportivo para la práctica de ejercicio, así como el reparto de meriendas saludables.



"SABORES QUE HABLAN"

Asociación CONECTA y Alcampo Motril.

Apoyo financiero: 5.000 euros.

Beneficiarios:

34 niños y jóvenes con Trastorno del Espectro Autista (TEA).

Programa educativo para facilitar la adquisición de hábitos de alimentación saludable entre niños y jóvenes con TEA, favorecer el desarrollo de destrezas para la manipulación y elaboración de alimentos para fomentar su autonomía y contribuir a mejorar su salud física y emocional. El proyecto se realiza con la colaboración de comunidades de personas inmigrantes ya establecidas en Motril.





"EVALUACIÓN DE LA MALNUTRICIÓN EN PACIENTES CON CÁNCER INFANTIL"

Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Aragón (ASPANOA) y Alcampo Los Enlaces.

Apoyo financiero: 10.000 euros.

Beneficiarios:
80 niños y jóvenes enfermos de cáncer tratados en el Hospital Miguel Servet en Zaragoza.

Cofinanciación de aparatos hospitalarios de medición e impulso de un proyecto que tiene como objetivo prevenir los efectos adversos de la malnutrición derivados del cáncer y de los tratamientos, gracias a una valoración nutricional personalizada y una intervención precoz. El proyecto incluye también talleres de nutrición para las familias.



"EQUIPANDO NUESTRO PROYECTO"

Asociación CRECE y Alcampo Marbella.

Apoyo financiero: 8.900 euros.

Beneficiarios:
68 niños y jóvenes con diversidad funcional.

Renovación de equipamientos informáticos antiguos y deteriorados, así como materiales educativos que se utilizan para trabajar con los niños en sus procesos de aprendizaje y que también les permiten evaluar sus progresos.



"VINHAHORTO"

ANPA Viñagrande de Deiro
y Alcampo Vilagarcía.

Apoyo financiero: 10.000 euros.

Beneficiarios:
167 alumnos de infantil y
primaria del colegio CEIP
Viñagrande de Deiro.

Construcción de un invernadero en el
huerto escolar concebido como espacio
de aprendizaje sobre la agricultura
sostenible, el respeto al medioambiente y
la alimentación saludable.

ANPA
CEIP
VG



"APRENDIENDO A COMER SALUDABLE"

Asociación de Scouts de Aragón y Alcampo Bretón.

Apoyo financiero: 10.000 euros.

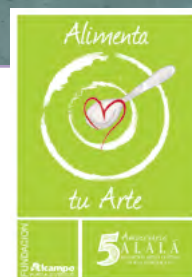
Beneficiarios:
500 niños y jóvenes scouts.

Proyecto educativo para sensibilizar y enseñar a jóvenes y niños scouts de Aragón a mejorar su alimentación a través de talleres y actividades que realizan juntos durante los fines de semana y en los campamentos.



MÁS ALLÁ DE LA APORTACIÓN ECONÓMICA, LA FUNDACIÓN PERMITE IMPULSAR LA CREACIÓN DE VÍNCULOS CON LAS ORGANIZACIONES LOCALES A TRAVÉS LA PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES EN ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE ENTRE LOS MÁS PEQUEÑOS





"ALIMENTA TU ARTE"

Fundación ALALÁ
y Alcampo Sevilla.

Apoyo financiero: 10.000 euros.

Beneficiarios:
100 niños y adolescentes
vulnerables residentes en el
barrio de las 3.000 viviendas.

El objetivo principal del proyecto es dotar a los niños y jóvenes que acuden a sus clases de las herramientas y habilidades necesarias para interiorizar hábitos de alimentación y vida saludable, a través de talleres mensuales sobre nutrición y cocina creativa, así como la práctica de deporte y actividades físicas.



Accesibilidad universal

A principios de 2020 el Instituto Cerdá, en la tercera edición de su “Observatorio de Innovación en Gran Consumo de España”, destacó las cajas de pago accesibles para personas con movilidad reducida de Alcampo, como una de las soluciones más innovadoras que responden básicamente a dos retos: la customización para la adaptación al consumidor y el compromiso de servicio a la sociedad y al territorio.





Estas cajas, incorporadas en 2019 y presentes en una decena de centros, son complemento de otras medidas de accesibilidad y diseño para todos, introducidas en las tiendas a lo largo de los años en función de los avances tecnológicos y de comunicación, así como de las necesidades detectadas.



Entre ellas, se encuentran más de 300 productos de marca propia etiquetados en braille, carros de compra para sillas de ruedas, mostradores adaptados, bucles de inducción magnética, servicio SVisual de videointerpretación en Lengua de Signos, balanzas adaptadas, elevadores de cestas, cajas de salida adaptables en altura, acompañamiento en compra en algunos hipermercados y paneles de pictogramas para niñas y niños con trastorno del espectro autista.

Además, en 2020, Alcampo incorporó a sus tiendas pictogramas con las medidas preventivas frente a la COVID-19 para asegurar el derecho a la información de las personas con dificultades cognitivas, favoreciendo que el aparentemente sencillo acto de comprar no se convirtiera en una barrera infranqueable para muchas personas.

Relaciones éticas

Alcampo adopta los principios de desarrollo ético en los negocios fijados e impulsados por Auchan Retail a nivel internacional, algo a lo que presta una atención cuidada y minuciosa. Para hacerlo realidad, la compañía ha implementado todas las herramientas de gestión, formación, vigilancia y control necesarias que aseguren por encima de todo el respeto a los Derechos Humanos, algo absolutamente irrenunciable para la empresa.

En este sentido, Alcampo a nivel internacional, participa en diversos programas como Initiative for *Compliance and Sustainability*, AMFORI BSCI y está adherido a *L'Accord Fire & Building Safety*. El primero tiene como objetivo mejorar las condiciones de trabajo y seguridad de los proveedores, trabajando en estrecha colaboración con ellos y favoreciendo la autonomía para que ellos mismos sean quienes realicen sus planes de progreso. La información se comparte entre los distribuidores para facilitar el mayor alcance. El segundo se sostiene sobre un código de conducta basado en los principios de la OIT (Organización Mundial del Trabajo), la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. A través del tercero, Auchan Retail participa, junto a otras 200 empresas, en la financiación de auditorías de seguridad de edificios.

Asegurando la transparencia a nivel internacional, Auchan publicó en 2020 su tercer Plan de Vigilancia, donde la empresa hace públicas sus responsabilidades a lo largo de la cadena de valor, así como un mapa de riesgos y los planes de acción para prevenirlos.





Compradores responsables, compras responsables

Todas las personas que desempeñan su labor en Departamentos de Compras, reciben una formación en compras responsables que ayuda a identificar las principales reglas a aplicar, así como a implementar procedimientos para incluir o excluir a proveedores.

Esta formación, obligatoria para el 100% de compradores, ha sido impartida a 170 personas de Alcampo en 2020, año en que o bien entraron a formar parte de la compañía, o bien cambiaron su función dentro de la misma.

Auditorías sociales y medioambientales

Además de las auditorías realizadas por Auchan a nivel internacional, Alcampo ha auditado a 85 proveedores tanto internacionales como españoles.

Herramientas de control y seguimiento

Alcampo forma parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas y además desarrolla herramientas que favorecen la vigilancia y el control de que sus principios éticos se cumplan, 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 WhistleB.

Alcampo cuenta con un módulo de formación obligatorio para el 100% de la plantilla, para trasladar los principios de la compañía, las normas de conducta y descubrir, además, todas las herramientas que existen encaminadas a un desarrollo responsable.

Alcampo cuenta también con un Comité de Ética, donde expertos internos y externos reflexionan sobre los aspectos éticos, los riesgos y los pasos a dar en un futuro.





#Nuestro *Medioambiente*

La emergencia climática es una realidad indiscutible, siendo una prioridad global aportar con determinación al cuidado y conservación del planeta.



Como empresa, Alcampo focaliza sus esfuerzos en tres ejes prioritarios: **la economía circular, la preservación de la biodiversidad y la lucha contra el cambio climático, la mayor amenaza medioambiental a la que se enfrenta la humanidad.**



Economía *circular*

Con la filosofía de utilizar eficazmente los recursos y reincorporar al sistema productivo los residuos generados, Alcampo ha incorporado en su modelo de negocio el propio modelo de economía circular, que concibe de manera global y transversal en todas las actividades de la empresa. En el marco de la economía circular, Alcampo trabaja en residuo cero, lucha contra el desperdicio alimentario y reducción del plástico.

Para lograrlo, Alcampo lleva años trabajando en la creación e implementación de protocolos de segregación de residuos que han sido incorporados a sus centros, así como creando alianzas con *partners* especialistas y desarrollando además, formación específica,

Respecto a este último punto, casi 7.900 personas de Alcampo han realizado los cursos de formación pertinentes para asegurar una correcta segregación de residuos.

Residuo cero

Desde 2008, año en que Alcampo inició su viaje hacia el residuo cero, ha conseguido reducir un 37% la cantidad de residuos por metro cuadrado de sala de venta, dando respuesta así a la propia reducción, que ocupa la primera posición en la jerarquía de gestión de residuos.

La tasa de valorización de residuos global de la compañía alcanzó el 86% en 2020, cifra que supone una mejora de 3 puntos con respecto al año anterior y muestra el avance claro hacia el residuo cero.

En un año gracias a la labor de Alcampo, se han reciclado 26.410 t de cartón y papel, 1.470 t de plástico, 1.370 t de madera, 347 t de chatarra, 3.885 t de sandach (subproductos de origen animal no destinados al consumo humano), 4.900 t de basura orgánica y 2.450 t de basura inerte, 11.210 t de palets, 5.083 t de RAEEs (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) recogidos de nuestros clientes, 110 t de residuos peligrosos y 36 t de porex.





El objetivo final de la compañía es lograr el **residuo cero en todos sus centros**, algo que a fecha de hoy es una realidad en 26 de ellos: 24 hipermercados y dos plataformas logísticas, una de ellas sumada al proyecto en 2020. Es decir, que ninguno de los residuos que se generan en estos centros terminan en vertedero.

¡Cerramos el círculo!

En colaboración con Saica (gestora de residuos) y el proveedor de Semillas Batllé, se ha creado e incluido en los lineales de Alcampo el primer sustrato universal de marca propia, fabricado con compost procedente de residuos orgánicos de los hipermercados. Además, este producto se presenta en un envase fabricado con un 50% de granza reciclada procedente también de los residuos plásticos de las tiendas Alcampo.



Esta iniciativa ha sido seleccionada por **ECODES (Ecología y Desarrollo)** como uno de los 101 Ejemplos Empresariales de Acciones #PorElClima 2020.

Además, en el mismo marco de cerrar el círculo, se ha incorporado una bolsa de caja reutilizable fabricada con un 80% de material reciclado procedente, entre otros, de los residuos plásticos segregados en los propios centros.





Ecoparques para clientes

Alcampo ha ampliado su red de ecoparques con el fin de facilitar la segregación de residuos a sus clientes, favoreciendo así la valorización de los mismos. En total, se han incorporado ecoparques en 25 supermercados y 16 hipermercados. Sumados a los puntos ya existentes, Alcampo cuenta en la actualidad con 130 ecoparques, siendo 45 de ellos en hipermercados y 85 en supermercados. En estos espacios los clientes pueden depositar residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, pilas, aceite, lámparas y fluorescentes y como novedad, ropa usada.



Moda-RE

Formando parte de su propia Política de Textil sostenible, concebida con un enfoque global de sostenibilidad presente durante todo el ciclo de vida del producto, Alcampo inició una colaboración con Cáritas a través de su proyecto Moda-Re, para favorecer la reutilización y/o reciclado de prendas textiles, evitando así que terminen en el vertedero.

Uno de los ejes de colaboración y en sintonía con la apuesta de Alcampo por favorecer la correcta segregación de residuos, ha sido la instalación de contenedores de Cáritas en los parkings de sus centros. Esta colaboración, en estado de expansión, fue iniciada como piloto en 2019 y ya está disponible en 21 centros donde Cáritas ha recogido 62 t de ropa entregada por los clientes.

Además, la compañía dona a esta entidad las prendas de sus tiendas que son aptas para el uso pero no para la venta, para que sean incluidas en los circuitos de reutilización y reciclado de Moda-Re. En este aspecto, ha donado 5,2 t de prendas procedentes de 7 centros.

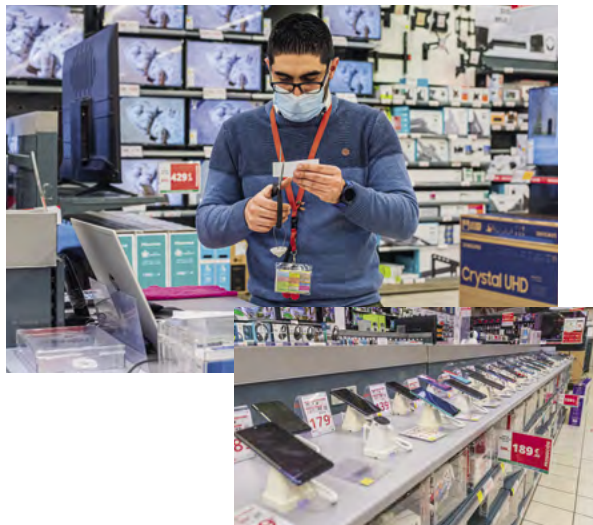




Móviles reacondicionados

Alcampo ha continuado colaborando con la empresa malagueña ReWare en su proyecto de venta de móviles reacondicionados, con el objetivo de hacer realidad pilares básicos de la economía circular como reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes, maximizando así el ciclo de vida de éstos.

El objetivo final es **evitar los residuos electrónicos** y reducir el impacto en la naturaleza como son la contaminación del agua subterránea, acuíferos, mar y aire provocados por la descomposición de los componentes. Por cada 7 u 8 *smartphones* reutilizados, se evita 1 Kg de desperdicio electrónico.



Carros del Mar

Otro ejemplo de reaprovechamiento de residuos, es la incorporación de carros y cestas con un 25% de residuos de materiales de pesca. Estos carros y cestas presentes ya en varias tiendas Alcampo, son fabricados por la empresa española Araven, que trabaja con materiales de pesca que previamente han sido recogidos principalmente en puertos escandinavos dándoles una segunda vida y evitando que los residuos terminen en el mar. Para hacerlo realidad, estos residuos de materiales (redes, y sobre todo cabos), se cortan y lavan para convertirlos en granza a la que Araven añade polipropileno virgen, necesario para poder moldear los productos finales.

Desperdicio alimentario

Según datos de la FAO (*Food and Agriculture Organization*) en Europa un 12% de los alimentos se pierde o se desperdicia en la etapa de manipulación y almacenamiento previa a la transformación, un 5% en la etapa de procesamiento y un 9% en la etapa de distribución y comercialización.

En este último punto se sitúa Alcampo, que trabaja para reducir al máximo el desperdicio, siguiendo la jerarquía de recuperación de alimentos.

En el punto alto de dicha jerarquía, está evitar el volumen excedente de alimentos. En este sentido, ha creado protocolos internos para minimizar el desperdicio en todos sus mercados, creando además planes de formación y sensibilización para colaboradores, que sin duda redundan en la adecuada gestión de los alimentos, su manipulación y la gestión de caducidades. A finales de 2020 la compañía creó un módulo de formación que ya ha sido cursado por 400 personas. Asimismo, 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.





¡Somos Waste Warriors!

En 2020 Alcampo se ha unido a 'Marcas Waste Warrior', una comunidad de empresas comprometidas contra el desperdicio de alimentos impulsada por Too Good To Go y ha implementado en el 100% de sus tiendas propias (excepto las tres de Canarias), esta App ligada al aprovechamiento.

A través de la aplicación Too Good To Go se pueden adquirir cada día, packs con productos aptos para el consumo que incluyen productos frescos o envasados cuya vida útil está a punto de finalizar, así como productos con el embalaje dañado. El precio de estos packs es de 3,99 euros y albergan un contenido valorado en mínimo 12 euros. Para adquirirlos tan solo hay que reservarlo y pagarlo a través de la App e ir a recogerlo a la tienda correspondiente a la hora establecida.

Los clientes de Alcampo han salvado 27.730 packs de Too Good To Go en 2020, evitando la emisión de 69 t de CO₂ eq.



27.730 #LaComidaNoSeTira
packs de Too Good To Go salvados

69 t
de CO₂ eq
emisiones evitadas



Donaciones a Bancos de Alimentos

En 2017, Alcampo firmó un convenio de colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos por el que además de participar en operaciones de recogida de alimentos, la empresa realiza la donación de aquellos productos que no son aptos para la venta pero sí para el consumo. En este sentido, los hipermercados Alcampo han entregado en el pasado ejercicio 140.630 Kg de alimentos para ser distribuidos a personas vulnerables, cifra que, medida en euros en el caso de los supermercados, asciende a 90.140 euros.

Lucha contra el consumo de plástico

Consciente de la importancia de hacer un uso inteligente del plástico, aprovechar sus ventajas y reducir al mínimo el impacto negativo en el medioambiente, Alcampo cuenta desde finales de 2019 con una Política de Plásticos por la que trabaja en el ámbito de envases y productos de plástico de un solo uso, marcando objetivos hasta el año 2025.

Los primeros compromisos en cumplirse, fijados para 2020, han sido los relativos a la eliminación o reducción de productos de plástico de un solo uso. En este sentido Alcampo ha eliminado el plástico de los bastoncillos de los oídos de marca propia (que ha sido sustituido por papel), ha reducido al 50% los vasos de plástico y ha eliminado en su totalidad la oferta de vajillas (platos y cubiertos) de plástico de un solo uso, lo que supone que se han reducido aproximadamente 9 t de plástico.



+info

Respecto a los envases, la compañía ha dado claros pasos a lo largo de 2020, priorizando la reducción, reutilización, reciclaje e introducción de material reciclado, entre los que destacan:

Objetivo: menos plástico

Envases

100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.

Reducir un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025.



El cliente trae su propio envase

En enero de 2020 Alcampo incorporó al 100% de sus supermercados e hipermercados, la posibilidad de que sus clientes utilicen su propio envase transparente para transportar las compras de productos adquiridos en los mostradores tradicionales de charcutería, pescadería, quesos y carnicería. Este servicio ha sido suspendido temporalmente por la crisis de la COVID-19 como medida preventiva.



Papel para alimentos con ceras vegetales

El papel disponible en mercados de productos frescos para envolver alimentos, que contaba con una lámina de polietileno de alta densidad PEAD para asegurar su impermeabilidad, ha sido sustituido por uno sin plástico que contiene ceras de origen vegetal y es compostable, lo que lo convierte en 100% reciclable. Además, cuenta con certificación FSC que garantiza el origen sostenible del papel. Habiendo realizado este cambio se calcula haber evitado el consumo de 2,6 t de plástico.

Bolsas de caja

Alcampo ha puesto en el mercado una nueva bolsa reutilizable elaborada con un 80% de material reciclado postconsumo procedente, entre otros, de los residuos plásticos segregados en sus propios centros. Estas bolsas son más resistentes al haber aumentado el micraje, pasando de 30 µm a más de 50 µm, lo que le confiere mayor durabilidad.

Por otro lado, se ha aumentado el porcentaje de material reciclado en las bolsas de rafia. Estas bolsas han pasado a contener un 80% de material reciclado frente al 15% anterior. En estas mismas bolsas, se ha eliminado un cartón que tenían en el fondo para favorecer que dicha bolsa sea monomaterial.

¡Cerramos el círculo!

- Nuevas bolsas de plástico reutilizables, recicladas y reciclables. (*)
- Fabricadas con un 80% de plástico reciclado.
- Proviene, entre otros, de nuestros residuos plásticos lo que convierte a estas bolsas en un ejemplo de economía circular.
- Tienen un mayor grosor que las anteriores, esto hace que sean más resistentes.

Alcampo
Bolsa reutilizable
80% reciclado
¡Cerramos el círculo!
¡Tanques el círculo!
alcampo.es

(*) En cumplimiento del Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico y por el que se crea el Registro de Productores.



Bolsas reutilizables en secciones

En las bolsas de malla disponibles desde 2019 y a la venta en la sección de frutas y verduras, se ha introducido más de un 50% de plástico reciclado post consumo (Rpet) apto para el contacto alimentario, que es reutilizable. Además, Alcampo ha sustituido todas las bolsas de sección por otras compostables de 4,6 gr con el certificado OKcompost.

«Ayúdanos a reducir el consumo de plástico»

Compra esta bolsa y tráela para tus compras a granel

 Acciones responsables

El ahorro está en el precio

0,85 €
unidad

BOLSA REJILLA
25 x 33 cms
Resistencia 3 kg.
Lavable.



Bandejas de porex

Las bandejas de polietileno utilizadas en mercados de productos frescos, han sido sustituidas en frutas y verduras por envases reciclables o compostables, evitando haber puesto en el mercado 80 t de porex. Además, se están realizando las pruebas pertinentes en el resto de mercados, para examinar la resistencia del material a las máquinas de envasado así como el comportamiento del producto en dichos materiales. Paralelamente, Alcampo está analizando la reciclabilidad de estos materiales en función de la infraestructura del territorio español, colaborando para ello con ITENE (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística) y con Ecoembes.



¡Actuamos en nuestras marcas propias!

En 2020 se ha ahorrado 1 t de PET virgen por la inclusión de un 30% de PET reciclado en 8 referencias de bebidas y zumos de marca propia. Esta labor de eco concepción se desarrolla desde el año 2008. Desde entonces se han evitado 622 t de envases y embalajes.

La compañía ha trabajado en la búsqueda de soluciones sostenibles para aquellos productos que se venden envasados, como la incorporación de envases realizados con materiales a base de celulosa o en medidas para optimizar el reciclaje, asegurando que el plástico utilizado sea fácilmente separable del resto y ayude a su segregación para posterior valorización.



Un ejemplo de lo primero es el envase de unas uvas rojas ecológicas sin pepitas Alcampo Producción Controlada, que se presentan en una tarrina de 400 gramos elaborada a base de pulpa de madera mezclada, convirtiéndose en una barqueta compostable. Este recipiente está además termosellado, una medida de ecodiseño orientada a optimizar el reciclaje asegurando que el plástico utilizado es fácilmente separable del resto y facilitando así su segregación para la posterior valorización.

Un ejemplo de lo segundo es el envase de la ternera ecológica Alcampo Producción Controlada, puesto en el mercado a principios de 2020. El envase utilizado es una bandeja de cartón cubierta por el llamado Flat Skin, una película fácilmente separable, que asegura su sencilla separación y reciclabilidad. Este envase reduce el uso de plástico en un 80% y además, contribuye a la reducción del desperdicio alimentario al utilizar un sistema que aumenta la vida útil del producto.





Preservación de *la biodiversidad*

Conservar la biodiversidad y favorecer el cuidado y recuperación de los ecosistemas redunda en la mejora de la vida de los habitantes del planeta, impactando en la salud, el bienestar, el desarrollo social y económico y, por supuesto, medioambiental.

En Alcampo se desarrollan políticas y planes específicos, compromisos y objetivos en los ámbitos de pesca sostenible, bienestar animal y textil sostenible, los tres desarrollados en capítulos anteriores, así como bosques y recuperación de variedades autóctonas.



Recuperación de variedades autóctonas

Alcampo ha continuado desarrollando dos proyectos, ambos en la Comunidad de Madrid, en alianza con agricultores locales y con el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (iMiDRA): la venta y recuperación de melones y de tomates autóctonos recuperados.

El proyecto de melones se puso en marcha en 2015 con el fin de recuperar tres variedades de melón autóctono de la Comunidad de Madrid: Piel de Sapo, Mochuelo y Azul. Este proyecto que desde entonces se desarrolla y que este año ha implicado la adquisición de 17.000 Kg de estos melones, no sólo contribuye al desarrollo del sector primario sino a la recuperación de la biodiversidad.

Además, como se indicaba en párrafos anteriores, se ha retomado un proyecto iniciado en 2012: la recuperación de variedades tradicionales de tomates, también de la Comunidad de Madrid. Estos tomates pertenecen a tres variedades tradicionales: Gordo, Antiguo y Moruno,

que desaparecieron de los campos madrileños a partir de los años 60 tras el éxodo rural y que han sido recuperadas por iMiDRA. Alcampo ha trabajado en alianza con tres agricultores, que han destinado al cultivo de tomate tradicional una hectárea de cada una de sus fincas, utilizando un sistema de cultivo al aire libre, sostenible y respetuoso con el medioambiente. En total, Alcampo ha comprado 11.000 kilos de estos tomates.



+info



Actores de lo bueno, lo sano y lo local

Variedades autóctonas recuperadas de la Comunidad de Madrid: Antiguo, Moruno y Gordo.



Tomates de Madrid



Tomates de Madrid



Productores de Madrid

#ConsumeLocal
#GraciasAgricultores
#AlimentamosLoLocal

Alcampo

iMiDRA
Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario

Comunidad de Madrid

Política de Bosques

La Política de Bosques, formalizada en 2017, tiene como objetivo reducir riesgos relativos a la sostenibilidad desde un punto de vista social y medioambiental, asociados a la comercialización de productos de madera y derivados; todo ello complementado con el apoyo a la restauración forestal.

Con respecto a los productos de madera y derivados, Alcampo ya ha cumplido el compromiso de contar con el 100% de los productos de marca propia con certificado FSC o PEFC. Este porcentaje alcanza el 80% con respecto a los de proveedor.

Además, todos los envases en brik de marca propia, así como todos los que llevan papel y cartón, cuentan con certificado de procedencia de fuentes sostenibles (FSC y PEFC).

+info

100%

de los productos de marca propia de madera o derivados con certificado FSC o PEFC





99,5%

referencias con aceite
de palma reformuladas

Sin aceite de palma

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.

Durante este tiempo, la empresa ha trabajado en la localización de los productos de marca propia con aceite de palma y después, en el proceso de reformulación de los mismos que ha alcanzado el 99,5% del total.

En 2020 ha eliminado el aceite de palma en 4 referencias de marca propia y lo ha sustituido por aceite de palma certificado, en 5. Desde el inicio del proyecto la compañía ha trabajado en 195 referencias.

Bosque Alcampo

Respecto a la restauración forestal, desde el año 2011 Alcampo trabaja en alianza con la organización WWF en un proyecto que se apoya año tras año en el municipio manchego de Tembleque (Toledo). Cada año la empresa realiza una aportación económica y además, un grupo de voluntarios de Alcampo participa en las labores de mantenimiento, cuya actividad ha sido suspendida en 2020. Desde 2011 se ha trabajado en 4 hectáreas de bosque incorporando 3.000 plántones de encinas, espinos, retamas y romero. Además, se ha colaborado con la Universidad Politécnica de Madrid para probar protectores para plantas y con la Universidad de Valladolid para testar protectores de semillas.

Lucha contra *el cambio climático*

El consumo de energía produce un alto porcentaje de las emisiones de gases de efecto invernadero, motivo por el cual **Alcampo ha centrado sus esfuerzos en** minimizar su impacto en este sentido, trabajando también en otros marcos como **la reducción o sustitución de gases refrigerantes con mayor poder de calentamiento global, el uso responsable de agua o el desarrollo de planes de logística sostenible.**



Garantizar la eficiencia energética

Fue en 2008 cuando Alcampo dio el pistoletazo de salida a su plan de reducción del consumo de energía, impactando de manera directa en su Huella de Carbono.

Desde mediados de 2018, la totalidad de la energía utilizada en Alcampo proviene exclusivamente de fuentes 100% renovables. Esta decisión, respetuosa con el medioambiente, permite obtener energía limpia y evitar las emisiones de CO₂.

Además, la empresa realiza un seguimiento pormenorizado de los consumos de cada centro pudiendo, con los datos obtenidos, tomar las medidas oportunas en caso de que sea necesario.

Tras estos análisis, se han llevado a cabo diversas reformas y se han incorporado nuevos



elementos, como la implementación de packs de control en alumbrado, clima y frío en 14 supermercados, la implementación de sondas ambientes y el control remoto de la instalación de clima en 7 supermercados, la instalación LED en las salas de ventas o la sustitución de letreros luminosos por otros de LED, así como cambios en equipos de clima.

También se ha continuado impartiendo el curso de energía que, en el transcurso del pasado año lo realizaron 675 personas, sumando así 8.855 personas con formación específica en eficiencia energética, cifra que supone un 44% de la plantilla.

Con todas las medidas adoptadas, en 2020 se ahorraron 56.990 MWh, lo que supone un 16,4% de ahorro con respecto al año anterior.



Alcampo, certificado con con la norma ISO 50001

Alcampo obtuvo en el verano de 2020, la certificación de su Sistema de Gestión de la Energía otorgada por AENOR, acreditando que cumple con los requisitos establecidos en la norma internacional **ISO 50001**.

Esta certificación avala la gestión energética de Alcampo, así como su propósito de mejora continua tanto en sus supermercados como en sus hipermercados, siendo la primera empresa en contar con esta certificación para todas sus unidades de negocio.

La certificación del Sistema de Gestión de la Energía de AENOR, constituye una herramienta útil y eficaz para mejorar el desempeño energético, dar cumplimiento de forma continua a la legislación vigente en la materia, facilitar el cometido de los Gestores Energéticos e implantar y realizar el seguimiento de actuaciones procedentes de auditorías energéticas. Asimismo, permite disminuir el consumo de energía primaria, la dependencia exterior y la intensidad energética, fomentando el uso de energías renovables; de esta forma, contribuye a mejorar la competitividad de las organizaciones.



Movilidad sostenible

Respecto a las entregas de compra al cliente Alcampo ha ampliado a 75, las tiendas en las que presta el servicio de entrega a domicilio Revoolt, una empresa especialista en soluciones ZeroCO₂, que cuenta con una flota multimodal sostenible como triciclos a pedales, ciclomotores y furgonetas eléctricas y a gas para distancias medias.

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 2 camiones a gas, que reducen la contaminación acústica además de las emisiones de CO₂. Respecto a las normas europeas que rigen la contaminación de los vehículos utilizados, cabe indicar que el 62% de los camiones utilizados son certificados Euro 6.

Además, utiliza camiones bitemperatura y tritemperatura y desarrolla protocolos de optimización de cargas para reducir el número de kilómetros recorridos.

75

tiendas prestan el servicio de entrega a domicilio ZeroCO₂

62%

de los camiones son certificados Euro 6



Huella de Carbono

Alcampo calcula y publica su Huella de Carbono desde el año 2010 para sus hipermercados y 2013 para sus supermercados, utilizando para su estudio y medición la metodología GHG Protocol. En este informe, Alcampo presenta los resultados de los Alcances 1 y 2, incorporando también los resultados del Alcance 3 en un monográfico sobre su Huella de Carbono que se publica al final del primer semestre del año.

77%

de reducción de emisiones por m² de sala de venta en hipermercados

87%

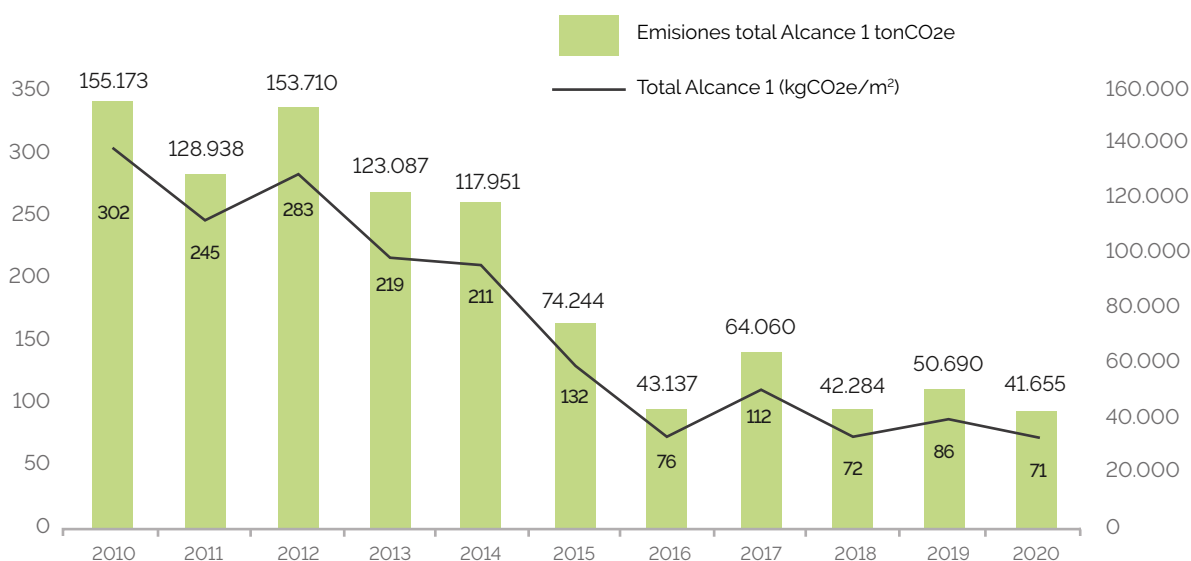
de reducción de emisiones por m² de sala de venta en supermercados

Alcance 1

En el marco del Alcance 1 se miden las emisiones directas de GEI (Gases de Efecto Invernadero) provenientes de fuentes que pertenecen o son controladas por la organización, teniendo en cuenta emisiones por fugas de gases refrigerantes, emisiones debidas a la combustión de gas natural y emisiones por la combustión de gasoil.

En el caso de los hipermercados las emisiones de CO₂e se han reducido con relación al año base (2010) en valor absoluto en un 73% y en valor relativo (por m² de sala de venta) un 77%. Con relación a 2019 se han reducido un 18% en valor absoluto y un 17% en valor relativo.

Total Alcance 1 Hipermercado

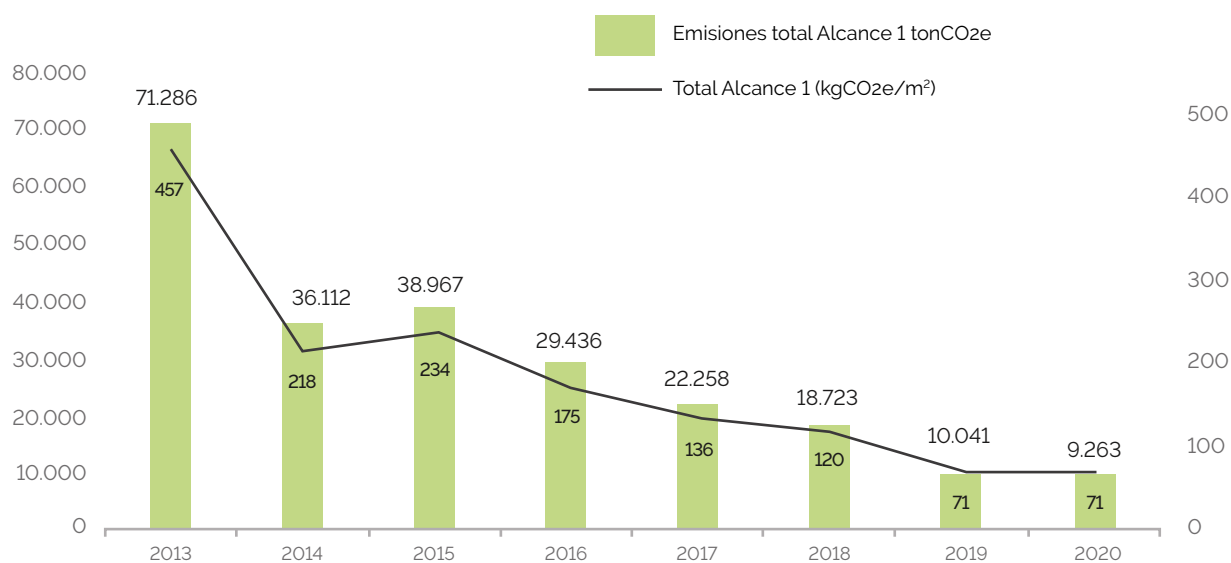




En el caso de los supermercados las emisiones de CO₂e se han reducido con relación al año base (2013) en valor absoluto en un 87% y en valor relativo (por m² de sala de venta) un 85%. Y con relación a 2019 se han reducido un 8% en valor absoluto y un 0,75% en valor relativo.



Total Alcance 1 Supermercado



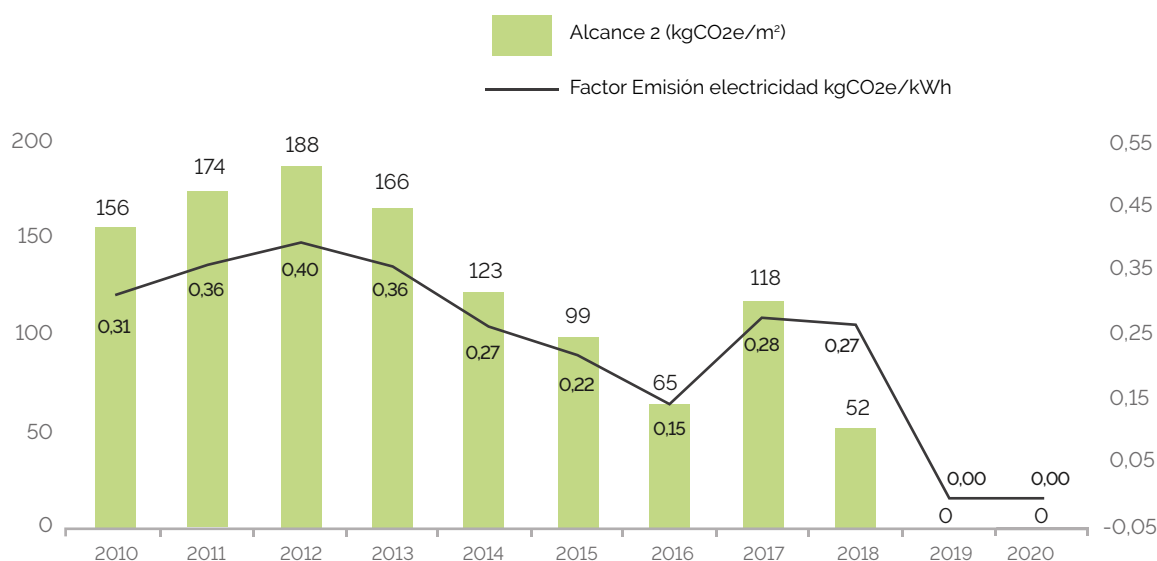


Alcance 2

Bajo el Alcance 2, se miden las emisiones indirectas de GEI (Gases de Efecto Invernadero) procedentes de la generación de electricidad, calor o vapor de origen externo, consumidos por la organización. Como Alcampo utiliza sólo energías limpias, el resultado es cero.

Desde julio de 2018 el 100% de electricidad que se consume en Alcampo procede de fuentes renovables, contribuyendo con ello a la lucha contra el cambio climático. Alcampo continúa avanzando en pro de la eficiencia energética. En 2020 se ha reducido el consumo de electricidad en un 16,3%, siendo 14,8 % para hipermercados, y 22,3% de ahorro para supermercados. Estos datos de ahorro se calculan frente a la línea base, que tiene en cuenta el consumo de electricidad frente a la temperatura exterior. Esto ha supuesto un ahorro de 56.982 MWh.

Total Alcance 2 Hipermercado

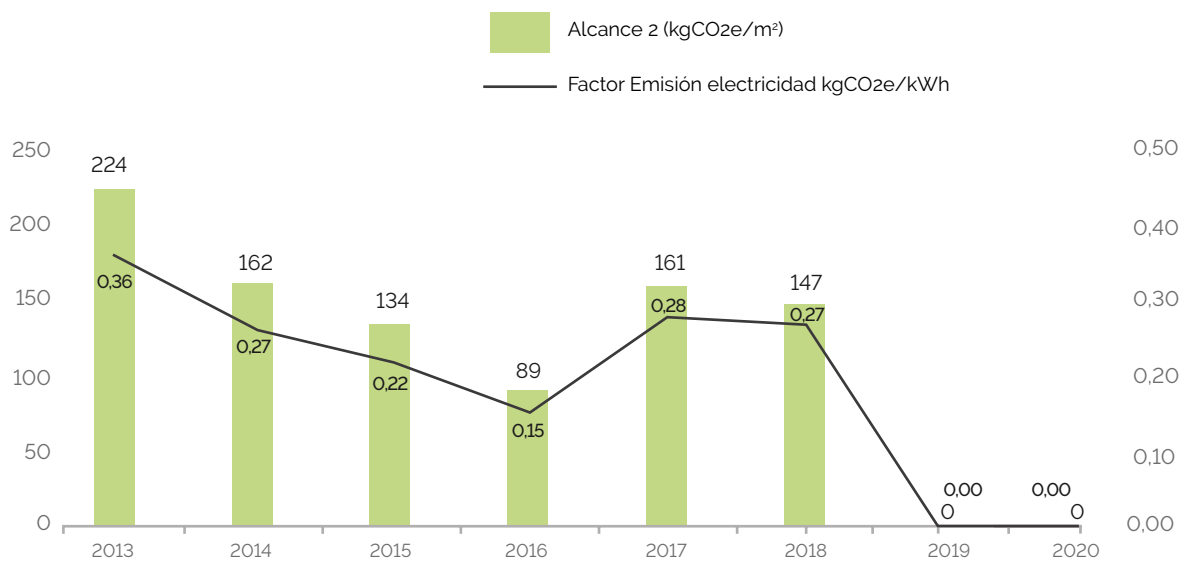




0
emisiones
de CO₂



Total Alcance 2 Supermercado







#ODS *de Naciones Unidas*

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas marcan la agenda de Alcampo, que trabaja con la firme convicción de aportar a la consecución de los mismos.



Por la naturaleza de su negocio, la compañía se centra en los ODS 2, 8, 12 y 13, presentando a continuación las acciones y compromisos por metas.

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Aumentar el volumen de alimentos donados por Alcampo y sus clientes a personas en riesgo de exclusión.

ODS



Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Aumentar las ventas de productos de Comercio Justo un 10%.



Meta 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, a los fenómenos meteorológicos extremos, a las sequías, las inundaciones y otros desastres y mejoren progresivamente la calidad de la tierra y el suelo.

Compromisos Alcampo

- En 2020 el 100% de huevos de la marca exclusiva Alcampo Producción Controlada ya proceden de gallinas que no han sido criadas en jaulas.
- 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. 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. El 100% de huevos del 100% de proveedores provendrán de gallinas no criadas en jaulas.



Meta 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.

Compromiso Alcampo

Continuar desarrollando proyectos de recuperación de variedades de semillas autóctonas.



ODS



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Alcanzar en 2023 una tasa del 5% de contratación directa de personas con discapacidad en sus hipermercados y del 4% en sus tiendas de proximidad.

Meta 8.6.

De aquí a 2030, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.

Compromiso Alcampo

Fomentar el impulso de la FP Dual.



Meta 8.7.

Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas.

Compromisos Alcampo

- Firma del Código de Ética comercial por el 100% de proveedores.
- Realización de auditorías al 100% de los proveedores.
- Formación a colaboradores en Ética.

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Prevenir los riesgos laborales.

100%

de proveedores han firmado el Código de Ética

100%

de proveedores auditados



Meta 12.2.

De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

Compromisos Alcampo

- El 100% de los envases plásticos serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.
- Promover, siempre que sea posible, la incorporación de plástico reciclado en los envases.
- Reducir un 30% los envases plásticos puestos en el mercado en 2025 y un 50% en 2030.
- Eliminación del plástico de los bastoncillos de marca propia en 2019 y las vajillas de plástico de un solo uso (platos y cubiertos) en 2020 (ya logrado).
- Reducción del 50% de vasos de plástico de un solo uso en 2020 (ya realizado).
- El 100% de proveedores de productos de madera y derivados de marca propia, deberán poseer el certificado FSC o PEFC. Para los productos de marcas que no sean propias, se tendrá en cuenta el riesgo asociado al país de origen. Si el país de origen está clasificado como de riesgo alto, se exigirá al proveedor la disposición de certificados FSC o PEFC. Para aquellos productos procedentes de países de bajo riesgo, se exigirá la trazabilidad de los mismos.
- El 100% del surtido de marca propia habrá sido reformulado sin aceite de palma o con aceite de palma procedente de fuentes sostenibles.

ODS



Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Reducir el desperdicio de alimentos un 25% en 2025.

100%

de envases de plástico serán reciclables y/o compostables y/o reutilizables en 2025.

50%

ya reducido en vasos de plástico de un solo uso



Meta 12.5.

De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

Compromiso Alcampo

Avanzar en el ecodiseño y la co-creación de productos cuya materia prima proceda de materiales reciclados

Meta 12.4.

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, al agua y al suelo, a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medioambiente.

Compromiso Alcampo

Seguir impulsando la economía circular y la segregación de residuos en sus centros y conseguir el 100% de hipermercados con cero residuos.



Meta 12.6.

Alentar a las empresas, en especial a las grandes empresas y a las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de Informes.

Compromiso Alcampo

Publicar el Informe de Actividad y RSC.



Meta 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.

Compromiso Alcampo

Realizar publicaciones, campañas de comunicación y sensibilización así como formación.

ODS

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

Meta 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.

Compromiso Alcampo

Realizar campañas de sensibilización.

Meta 13.2.

Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. Uso de electricidad procedente de fuentes renovables en el 100% de los centros.

Compromisos Alcampo

- Realizar la Huella de Carbono de productos comercializados (Scope 3).
- Plan de eficiencia energética y energía sostenible.
- Uso de electricidad procedente de fuentes renovables en el 100% de los centros.





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



The mark of
responsible forestry

ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
GUARANTEED





www.alcampocorporativo.es