



Somos **Alcampo**



Nuestras cifras en el Mundo

2.101

PUNTOS DE VENTA

161.476

TRABAJADORES

+33.485

MILLONES DE EUROS
Cifra de Venta

102.999

TRABAJADORES
ACCIONISTAS

Presente en **14** países

de **3** continentes





Nuestras cifras en España

4.771

MILLONES DE EUROS
Cifra de Venta¹

115

MILLONES DE EUROS
en inversión

315 TIENDAS:

80 hipermercados
y pequeños hipermercados
y **235** supermercados
(130 de ellos franquiciados)

2

MILLONES DE SOCIOS
Club Alcampo

+20.000 TRABAJADORES

+16.000 ACCIONISTAS

100% HIPERMERCADOS
y **85%** SUPERMERCADOS
puntos de recogida de compra online



1. Cifra de Venta con IVA.



Estrategia RSC - 2023

Análisis de materialidad

Análisis de riesgos

Alimentación saludable foco en colectivos vulnerables

- [Fundación Alcampo](#)
- [Campañas Sociales](#)

Igualdad de Oportunidades

- [Inclusión laboral discapacidad y otros colectivos vulnerables.](#)

Accesibilidad

- [Espacios físicos y digitales](#)

Economía Circular

- [Residuos](#)
- [Desperdicio Alimentario](#)
- [Plástico](#)
- [Textil Sostenible](#)

Biodiversidad y RAN

- [Bosques](#)
- [Pesca](#)
- [Bienestar Animal](#)
- [Agua](#)

Cambio Climático

- [Huella Carbono](#)
- [Scope 1 y 2](#)
- [Scope 3:](#)
- [Comercialización productos](#)
- [Logística: plataformas tiendas](#)

Jornadas de Apertura

Gestión de ÉTICA





Lo bueno, lo sano y lo local

70.000
REFERENCIAS

+20.500

Referencias de
PRODUCTO FRESCO

3.700

Productos de alimentación
de MARCA PROPIA

+2.250
PRODUCTOS
ECOLÓGICOS





Lo bueno, lo sano y lo local

1.400

Referencias de PRODUCTOS A GRANEL

256

Referencias de PRODUCTOS



de los que

60 son ecológicos

450

PRODUCTOS VEGANOS

1.345

PRODUCTOS SIN GLUTEN

415

PRODUCTOS SIN LACTOSA

+18.400
ANÁLISIS Y CONTROLES de calidad





Lo bueno, lo sano y lo local

Compras de productos y carburantes a

4.535

PROVEEDORES ESPAÑOLES* por valor de

3.721

MILLONES DE €, suponiendo

un **94%**

de las compras totales de productos

*Proveedores con NIF español, que representan casi un 94% del total.

Compras a **1.483**

productores locales por valor de

185 millones de euros.

con PRODUCTORES LOCALES

310 productos

DOP/IGP



Huella,

Un blog nacido para homenajear a las mujeres y hombres que hay detrás de cada producto





Creadores de alianzas y experiencias



31,2
MILLONES DE EUROS repartidos entre la plantilla

+5 MILLONES DE EUROS invertidos en formación
¡Y **210.000** horas impartidas!

5,7%
TASA DISCAPACIDAD

400 personas han participado en planes de desarrollo

2.000 MÓDULOS FORMATIVOS, +700 presenciales y +1.250 digitales

El equipo Alcampo en el origen y en el centro

87% ratio de compromiso de la plantilla

39% puestos de responsabilidad desarrollados por mujeres

585.000 contactos de clientes





Creadores de alianzas y experiencias

1.500 horas de
VOLUNTARIADO
CORPORATIVO

12 PROYECTOS con

235.000€ que
han beneficiado a
63.600 personas

+214.000 €
CAMPAÑA DESAYUNOS
Y MERIENDAS CON
CORAZÓN para familias
vulnerables

+23.000 € y
61.000 artículos
para la Campaña de
RECOGIDA DE
MATERIAL ESCOLAR

Fundación | **Alcampo**

#Juntosnosalimentamosbien

+240.000 € y
+500.000 Kg
para la GRAN RECOGIDA
DE BANCO DE
ALIMENTOS

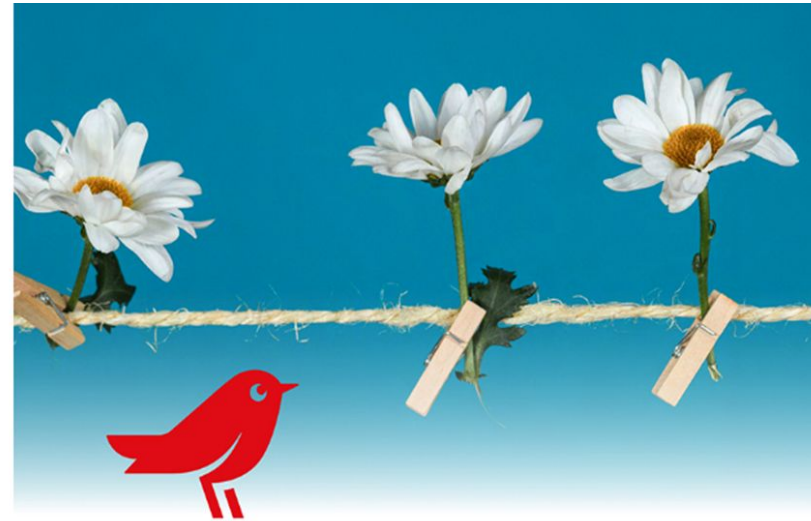
+11.700
juguetes para la
Campaña NINGÚN
NIÑO SIN JUGUETE

133.000 €
en tarjetas 1 KILO
DE AYUDA.





¡Actuamos por el Planeta!



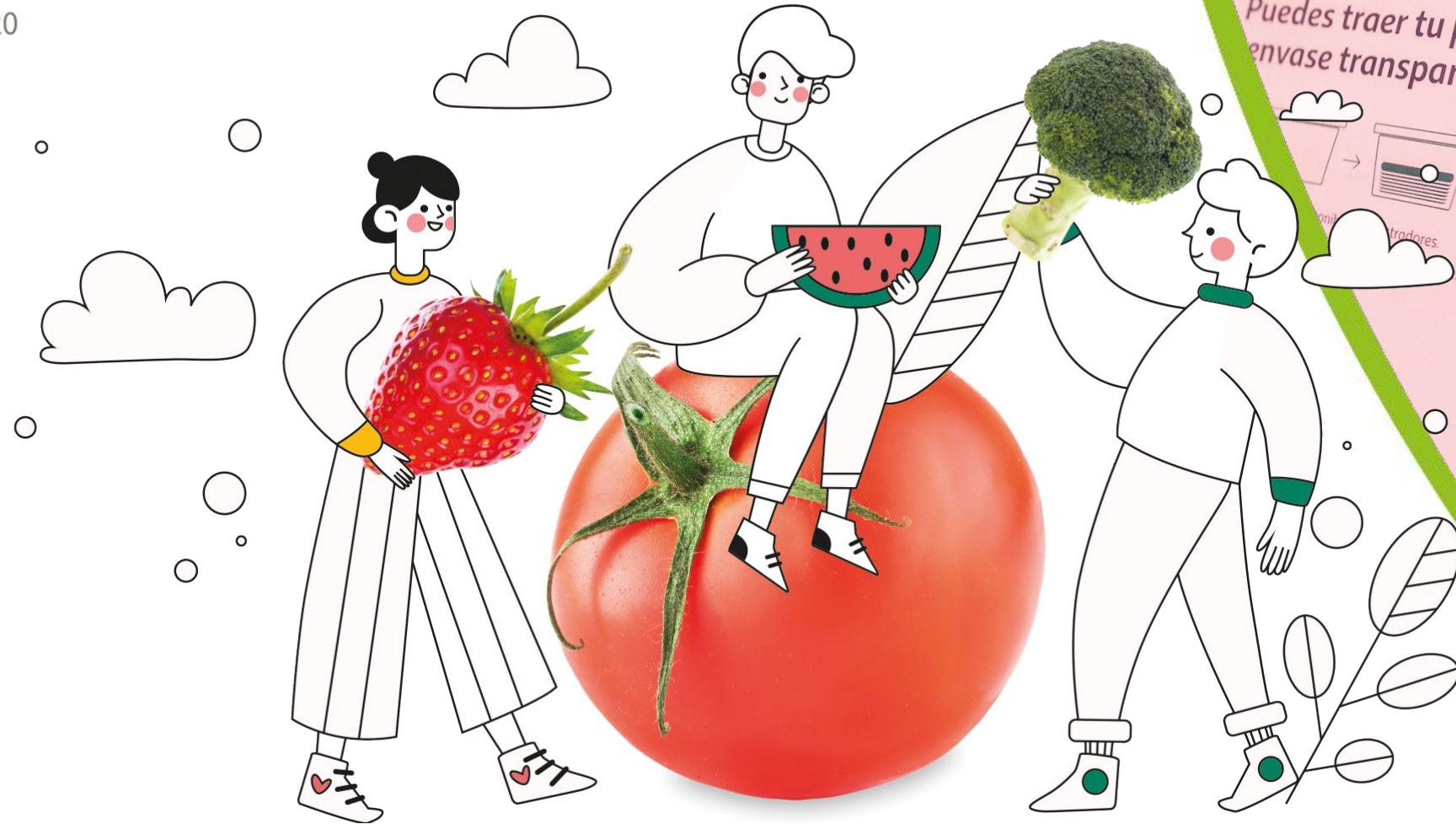
Política Textil sostenible

30 noviembre, 2020



Política de Plásticos

23 marzo, 2023



Ayúdanos a reducir el consumo de plásticos
Puedes traer tu propio envase transparente





¡Actuamos por el Planeta!

38

centros
RESIDUO
CERO

120

ECOPARQUES
para clientes

90%

tasa de
VALORIZACIÓN

16

CÓRNER
MODA RE-
de ropa de
segunda mano

51

TIENDAS CON
VENTA de
dispositivos
electrónicos
reacondicionados

Luchamos contra el desperdicio alimentario:

- **-12,5%** de desperdicio alimentario.
- Too Good To Go en el 100% de nuestras tiendas.
- **Descuentos** en productos de caducidad próxima.
- Donación Banco de Alimentos por valor de **700.000 €**.

... y lucha contra el plástico:

El **46%** de envases de productos frescos y el **69%** de marca propia son reciclables, compostables y/o reutilizables.





¡Actuamos por el Planeta!



**Proyecto que no dió resultado:
transformación de los subproductos de pesca salvaje
de nuestras pescaderías
en harina de pescado para acuicultura**





¡Actuamos por el Planeta!

Nuestra POLÍTICA DE MEDIOAMBIENTE Y ENERGÍA

Queremos asegurar un desarrollo basado en nuestros valores: confianza, excelencia y apertura, y lo queremos hacer manteniendo nuestro firme compromiso con la ética y la sostenibilidad, aportando valor en la sociedad, trabajando para contribuir con fuerza a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por Naciones Unidas y con la vista puesta en el ambicioso objetivo de **contribuir a que en 2025 todos los habitantes de nuestro planeta vivan mejor todos los días.**



Huella de Carbono 2021

30 junio, 2022

Política de Medioambiente y Energía

30 junio, 2020

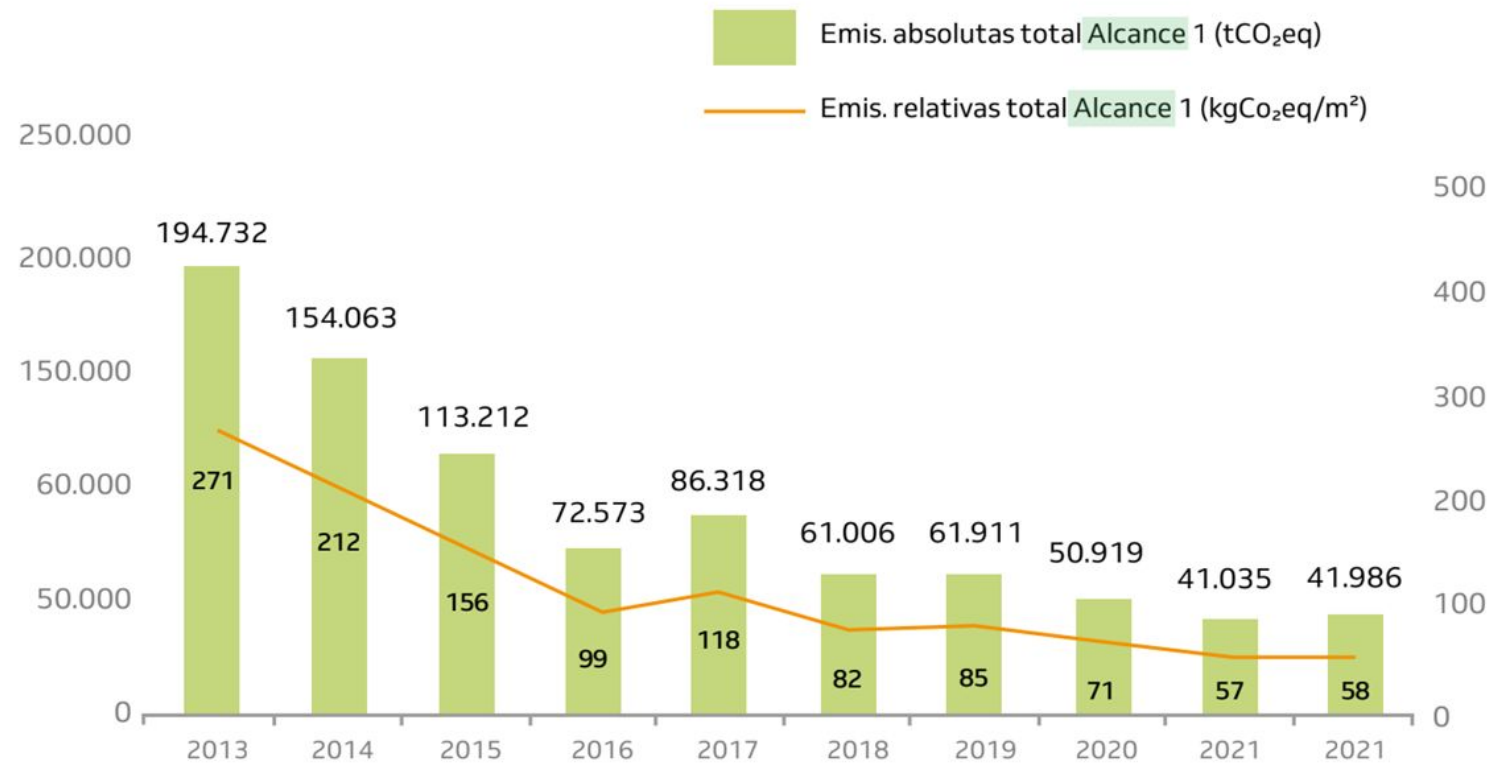


Ayúdanos a reducir el consumo de plásticos
Puedes traer tu propio envase transparente

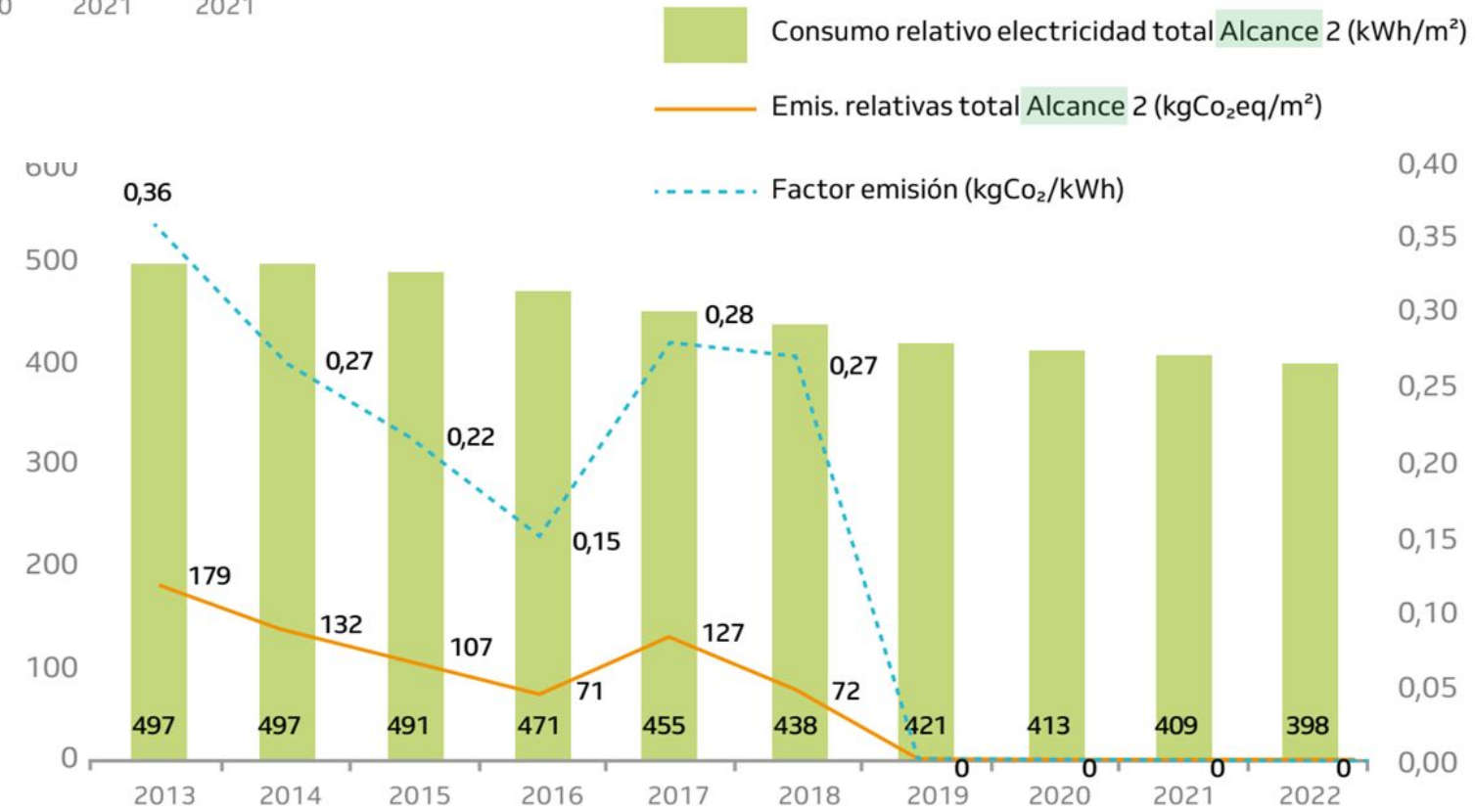




iActuamos por el Planeta!



Total Alcance 1 hipermercados y supermercados.



Total Alcance 2 hipermercados y supermercados.





¡Actuamos por el Planeta!

100% energía

procedente de FUENTES SOSTENIBLES

85% de los camiones

utilizados certificados EURO 6

Certificación

ISO 50001:2018

para todas las unidades de negocio

Reducidas emisiones de CO₂eq

78% en valor absoluto alcance 1



Objetivos de descarbonización

Alcances 1 y 2

Reducción de las emisiones debidas a los Alcances 1 y 2 un 46% en 2030* y ser neutro en carbono en el año 2043.

Alcance 3

Reducir un 25% las emisiones de CO₂ de la cadena de suministro en 2030**.



*Año Base 2013.



Actuamos por el Planeta



Política de Bienestar Animal

28 abril, 2023



Política de Pesca Sostenible

30 septiembre, 2021

Somos **Alcampo**. Datos a 31/12/22.





Actuamos por el Planeta

1

Luchamos contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR).

2

No comercializamos especies clasificadas 'en peligro' o 'en peligro crítico' en la Lista Roja de la UICN².

3

Aseguramos la **sostenibilidad y biodiversidad** de los recursos y ecosistemas acuáticos, a través del **apoyo**:

- Creación y conservación de Reservas Marinas.
- Reducción de *bycatch*³ y buenas prácticas pesqueras.
- Prohibición del *Shark finning* (cercenamiento de las aletas de tiburón y descarte del resto del cuerpo).

4

Creamos alianzas con los actores de la cadena de valor.



2. <https://www.iucn.org/es/tags/work-area/red-list>

3. <http://www.fao.org/3/ba0022t/ba0022t.pdf>



Colaboración con la ONG Sustainable Fisheries Partnership (SFP) desde 2017.

Objetivo: monitoreo y seguimiento de las pesquerías de origen de los productos frescos comercializados, para promover entre los proveedores aquellas mejoras identificadas en el ámbito de la sostenibilidad.





2008

Dejamos de comercializar **atún rojo** por la sobreexplotación de esta especie



2016 tras la recuperación de las poblaciones de **atún rojo** reconocida por ICCAT, volvimos a comercializar esta especie siempre que disponga del documento ICCAT de captura.

2010

Dejamos de comercializar **especies de tiburón en peligro** entre ellas la tintorera, así como la gallineta.



2021 Comenzamos a comercializar la tintorera/caella (*Prionace glauca*) procedente del **FIP BLUES** y siempre y cuando mantenga un progreso adecuado (**calificación A-C en la web FisheryProgress**).



2021 Colaboración Cabomar y SFP, Gallineta (*Sebastes spp*), se realizó una **evaluación exhaustiva** de la pesquería y tras la recuperación de esta especie se volvió a comercializar gallineta (*Sebastes spp.*) **procedente de flota EU que opera en el caladero de Flemish Cap bajo gestión de NAFO** (Organización de la Pesca del Atlántico Noroeste).

(1) **Thunnus thynnus**



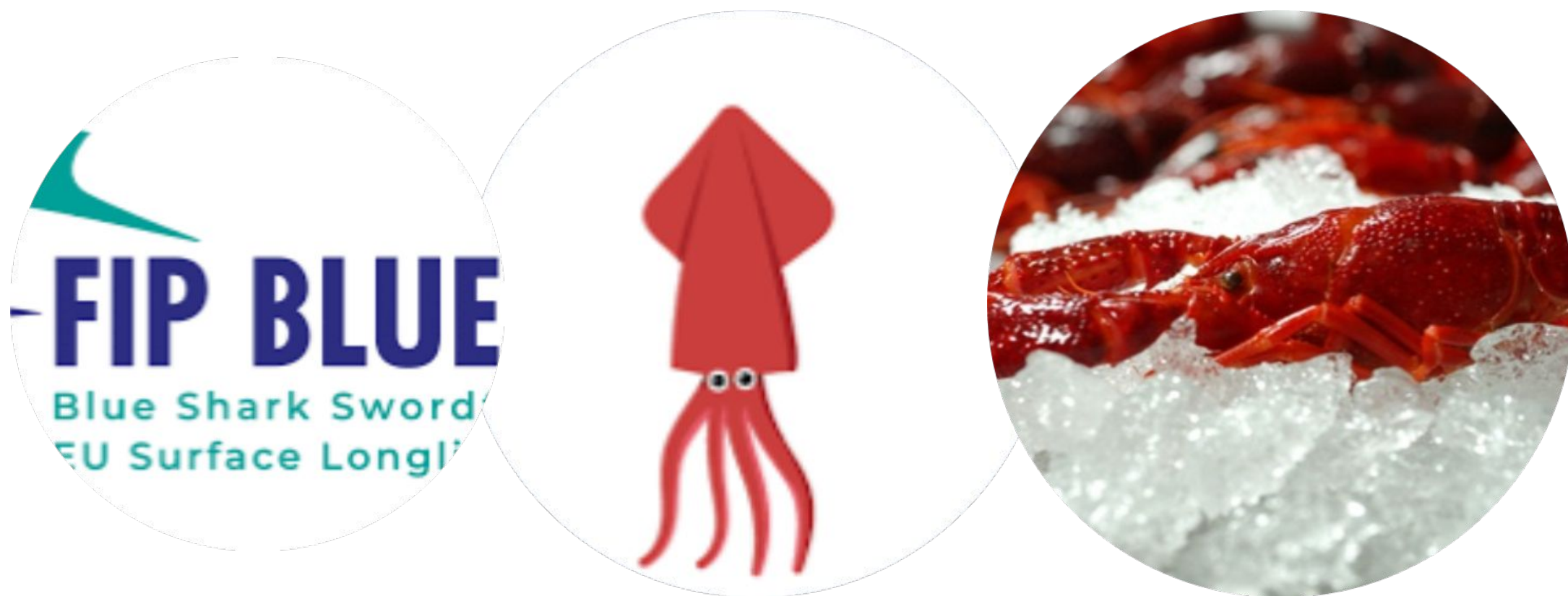
Actuamos por el Planeta

Se reconocen como **prácticas responsables**, los **Proyectos de mejora pesquera**, (FIP por sus siglas en inglés) que sean del dominio público y obtengan una calificación en Fishery Progress entre A y C.

Así además de la tintorera , privilegiamos el aprovisionamiento de:

Potón del Pacífico (*Dosidicus gigas*) adquirido por Alcampo y comercializado en el lineal de fresco, procede de un Proyecto de Mejora Pesquera.

Cangrejo rojo de río (*Procambarus clarkii*) de la empresa ALFOCAN procede del FIP (Fishery Improvement Project), Proyecto de Mejora Pesquera de cangrejo rojo de río en Andalucía y Extremadura⁸ .





Actuamos por el Planeta

En el ámbito de la **acuicultura**:

- Se reconocen las **certificaciones GSSI** para los productos procedentes de la acuicultura.
- A partir de 2022 se amplía el marco de colaboración con SFP para los productos frescos procedentes de acuicultura, con el objeto de identificar los riesgos asociados a los productos comercializados, para avanzar en la mejora y adquirir compromisos.

Comercializamos:

- **4 productos certificados ASC (Aquaculture Stewardship Council)**
- **55 productos certificados MSC (Marine Stewardship Council), 10 de ellos de marca propia.**





Los retos de sostenibilidad de la acuicultura española desde la perspectiva de la distribución comercial

ipcc

GRUPO INTERGUBERNAMENTAL DE EXPERTOS SOBRE EL **cambio climático**

2023/06/PR

Adverse impacts from human-caused change will intensify

Water scarcity and food production



Health and wellbeing



Cities, settlements and infrastructure



Ecosystem structure, species range shifts and changes in timing



La quema de combustibles fósiles y el uso desigual e insostenible de la energía y las tierras durante más de un siglo **han provocado un calentamiento global de 1,1 °C por encima de los niveles preindustriales.**

Se prevé que la inseguridad alimentaria y la inseguridad hídrica asociadas al clima se incrementarán debido al aumento del calentamiento del planeta.

Cuando los riesgos se combinan con otros fenómenos adversos, como las pandemias o los conflictos, resulta aún más difícil controlarlos.





Los retos de sostenibilidad de la acuicultura española desde la perspectiva de la distribución comercial

Global Risks Report 2023

Top 10 Risks

“Please estimate the likely impact (severity) of the following risks over a 2-year and 10-year period”



2 years



10 years



Risk categories

Economic Environmental Geopolitical Societal Technological

En 2023, los mayores riesgos son la **crisis energética, seguida del coste de vida, la inflación y el suministro de alimentos.**

Para los **próximos diez años**, los riesgos más importantes están conectados entre si y con los anteriores, a través de una relación causa-efecto:

- **Mitigación del cambio climático**
- **Adaptación al cambio climático**
- **Fenómenos meteorológicos extremos**
- **Pérdida de biodiversidad.**

Somos **Alcampo**. Datos a 31/12/22.





Los retos de sostenibilidad de la acuicultura española desde la perspectiva de la distribución comercial





Los retos de sostenibilidad de la acuicultura española desde la perspectiva de la distribución comercial

El sector de la acuicultura debe **unir sus fuerzas**, trabajar en conjunto y **potenciar las alianzas, como establece el ODS 17, alianzas para el desarrollo sostenible**.

Alianzas que hagan de la necesidad virtud y se conviertan en aceleradores que contribuyan a resolver estos grandes desafíos, dotando con ello del futuro necesario al sector de la acuicultura:

1
Impulsar la investigación, el desarrollo tecnológico, la digitalización, innovación y diversificación para aumentar la eficiencia, productividad y rentabilidad.

2
Garantizar la calidad y la trazabilidad de los productos, con el foco en la alimentación, en la salud y el bienestar animal, reduciendo así las enfermedades y por tanto el uso de medicamentos y antibióticos.

3
Reducir a contaminación, a través de la economía circular, aprovechando todos los subproductos y residuos que se generan en los procesos de producción y reduciendo la contaminación generada.

4
Avanzar en la mitigación y adaptación al cambio climático, descarbonizando la cadena de valor de la acuicultura. Avanzar en el conocimiento que supone la posible captura de carbono por algunos de sus cultivos (algas, bivalvos...).

5
Comunicar a la sociedad todos los avances en este sentido, para que los productos de la acuicultura española generen la confianza necesaria tanto en el mercado nacional, como en el europeo y e intencional, para que los consumidores demanden productos procedentes de la acuicultura española



¡Gracias!

 **Alcampo**

