Informe de **SOSTENIBILIDAD** 2019

ANGED

CONTENIDOS

1 Conoce ANGED ____ 3

2 Materialidad de ANGED ____ 12

3 Tendencias y retos de futuro identificados por ANGED ____ 19

4 Los compromisos de ANGED. ANGED, una asociación comprometida ____ 29

5 Contribución a los ODS ____ 68

6 Casos de éxito ____ 76

Asistencia técnica: Valora Consultores
www.valoraconsultores.com

1 CONOCE ANGED

1 CONOCE ANGED

1.1. CARTA DEL PRESIDENTE

Nuestras empresas están creando el comercio del futuro sobre las bases de un modelo de negocio eficiente, rentable y sostenible. Esta transformación no es puramente financiera, sino que tiene una gran implicación social, medio ambiental y de buen gobierno corporativo. A su vez, es una demanda por parte de nuestros grupos de interés, desde consumidores, a proveedores e inversores.

> **“Nuestras empresas están creando el comercio del futuro sobre las bases de un modelo de negocio eficiente, rentable y sostenible.”**

Alfonso Merry del Val
Presidente de ANGED

Desde ANGED llevamos años colaborando con empresas, instituciones y diferentes organismos para promover debate riguroso sobre cómo los grandes desafíos globales que afrontamos en áreas como el impacto de nuestra actividad sobre el medio ambiente, la transición energética, la economía circular, la lucha contra el desperdicio, la responsabilidad en las cadenas de valor o la inclusión social, pueden abordarse de la mejor manera posible desde nuestro sector.

Como socios de la Red Española de Pacto Mundial, hemos insistido en la importancia de impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y hemos tomado parte activa en eventos tan importantes como la última Cumbre por el Clima (COP25) celebrada en Madrid.

La magnitud global de los desafíos, no obstante, nos tiene que hacer conscientes de la importancia de la cooperación leal entre instituciones, empresas y países de nuestro entorno. La Unión Europea ha impulsado el llamado Pacto Europeo Verde para hacer de nuestro continente el primero climáticamente neutro en el horizonte de 2050. Todo ello viene acompañado de un intenso programa de reformas y normativas que afectan a todos los sectores de actividad. En España tenemos la obligación de ser coherentes con este marco comunitario y reclamar que Administraciones y empresas colaboren lealmente en favor del interés común.

La información y el análisis de la actividad de nuestras empresas es un buen punto de partida para colaborar con las instituciones, tomando como base del futuro el buen trabajo que ya se está desarrollando en la distribución.

Desde hace seis años, ANGED publica un Informe de Sostenibilidad en el que se recogen los avances y buenas prácticas desde un enfoque ambiental social y de buen gobierno corporativo. Este año, en colaboración con la consultora VALORA hemos dado un paso más: realizamos un análisis de materialidad que nos ha permitido trazar cuáles son los asuntos más relevantes para el sector de la distribución en España, en qué acciones concretas se están materializando y qué indicadores de rendimiento y objetivos disponemos. El análisis se completa con un análisis sobre el alineamiento de las empresas con los ODS y un catálogo de buenas prácticas.

1.2.
PRESENCIA DE ANGED

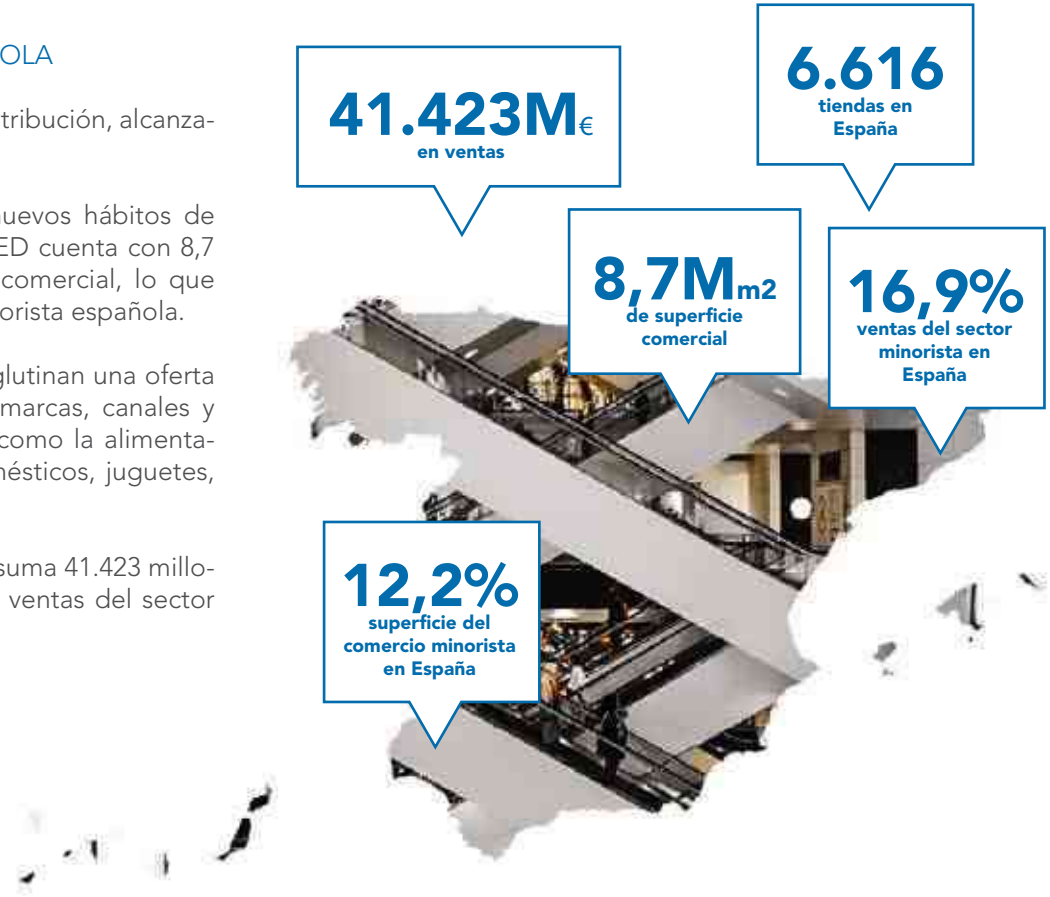
PAPEL DE ANGED EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

ANGED asocia importantes referentes de la distribución, alcanzado en 2019 las 6.616 tiendas en España.

Gracias a su adaptación permanente a los nuevos hábitos de consumo y realidades de los mercados, ANGED cuenta con 8,7 millones de metros cuadrados de superficie comercial, lo que supone el 12,2% de la superficie comercial minorista española.

Las empresas que forman parte de ANGED aglutinan una oferta amplia, variada e innovadora de productos, marcas, canales y formatos en diferentes ámbitos de consumo como la alimentación, textil, bricolaje, electrónica y electrodomésticos, juguetes, deportes, libros y productos culturales.

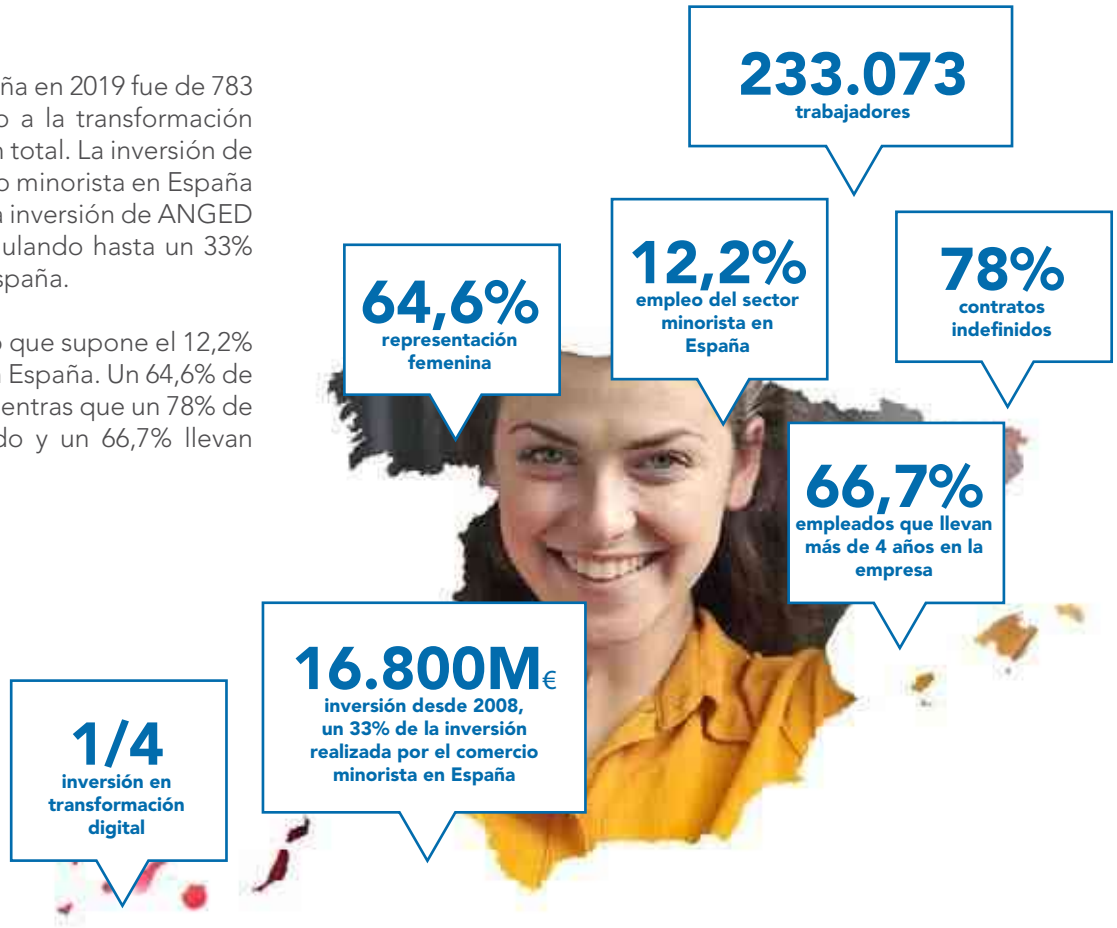
La facturación de ANGED del último ejercicio suma 41.423 millones de euros, lo que supone un 16,9% de las ventas del sector minorista en España.



Por otro lado, las empresas de ANGED llevan años trabajando en el desarrollo de la omnicanalidad, logrando un crecimiento fuerte del comercio electrónico, y dejando ver así la marcada tendencia hacia la digitalización.

El volumen de inversión de ANGED en España en 2019 fue de 783 millones de euros, con un notable impulso a la transformación digital, suponiendo un cuarto de la inversión total. La inversión de ANGED sobre la inversión total del comercio minorista en España representa el 16,3%. Además, desde 2008 la inversión de ANGED asciende a 16.800 millones de euros, acumulando hasta un 33% de la inversión del comercio minorista en España.

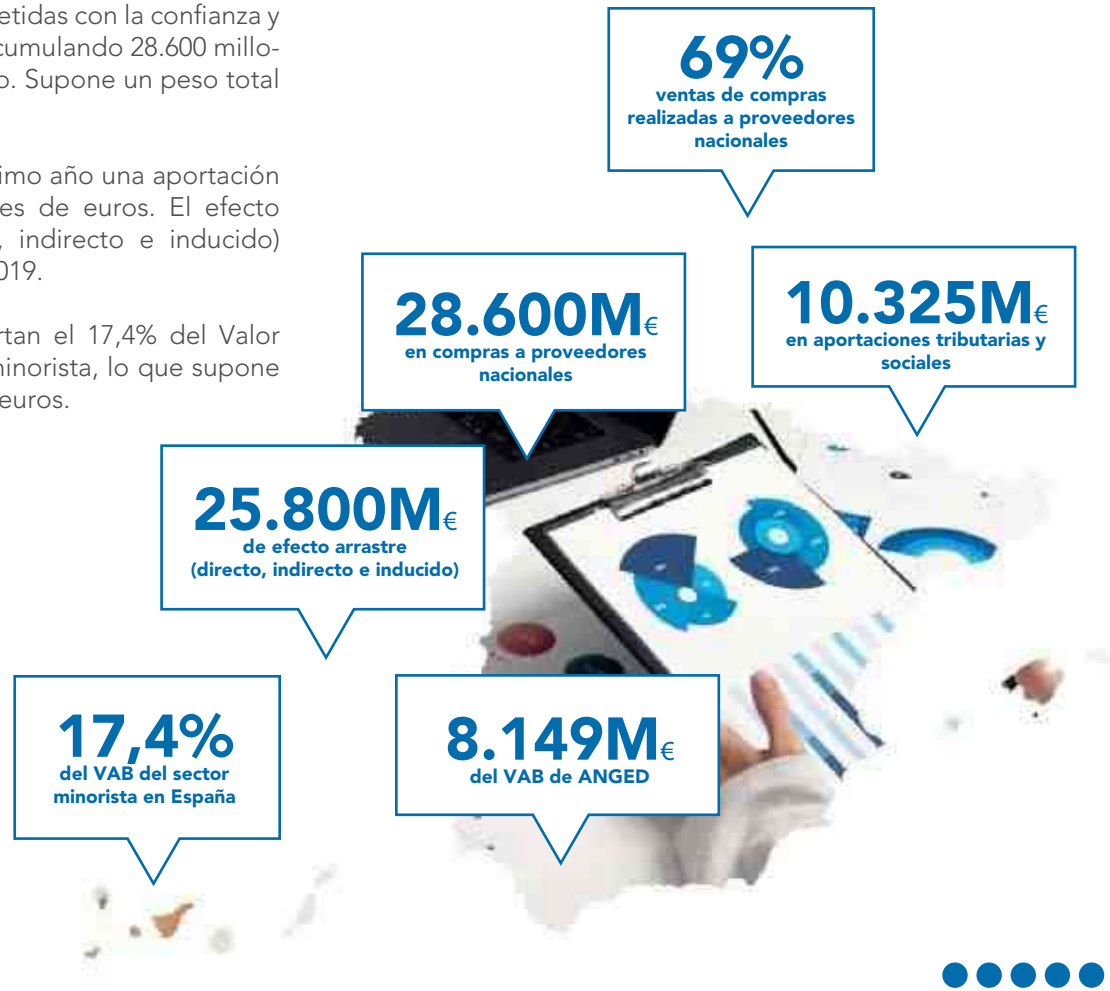
ANGED cuenta con 233.073 trabajadores, lo que supone el 12,2% de peso relativo sobre el sector minorista en España. Un 64,6% de las plantillas están formadas por mujeres, mientras que un 78% de empleados cuentan con contrato indefinido y un 66,7% llevan más de 4 años trabajando en su empresa.



Las compañías asociadas están comprometidas con la confianza y el apoyo a los proveedores nacionales, acumulando 28.600 millones de euros en compras en el último año. Supone un peso total sobre las ventas del 69%.

De igual manera, ANGED realizó este último año una aportación tributaria y retributiva de 10.325 millones de euros. El efecto arrastre de nuestras empresas (directo, indirecto e inducido) asciende a 25.800 millones de euros en 2019.

Además, las empresas de ANGED aportan el 17,4% del Valor Añadido Bruto (VAB) de todo el sector minorista, lo que supone un VAB de ANGED de 8.149 millones de euros.



PRINCIPALES CIFRAS

Compromiso con el MEDIOAMBIENTE

Economía baja en carbono

Hasta **80%** en objetivos de reduccion de emisiones para 2025-2050

Hasta **100%** en consumos de energía renovable

Transición a la economía circular

29 iniciativas realizadas por la prevención de los residuos

+ de **60.000** donaciones de equipos electrónicos, mobiliario y juguetes

+ de **680** toneladas de ropa recogida

+ de **50** tiendas residuo cero

Consumo responsable

+ de **7.000** productos ecológicos

26.000 referencias de artículos con sello propio de producto responsable

Compromiso con los GRUPOS DE INTERÉS

Reportes anuales de sostenibilidad

Incorporación de **códigos éticos** o de conducta

Compromiso con la INNOVACIÓN

1/4 de la inversión total en transformación digital

x3 en 5 años se han triplicado las ventas online

Compromiso con la SOCIEDAD

Gestión responsable de la cadena de suministro

+ de **5.200** evaluaciones a proveedores realizadas bajo criterios ASG

28.693M€ en compras a proveedores nacionales

69% de peso en las ventas de proveedores nacionales

+ de **45.000** proveedores nacionales

Calidad y seguridad del producto

78.222 inspecciones realizadas

2.933 auditorías realizadas

Trabajo de calidad e igualitario

233.073 empleados

64,6% de representación femenina

78% contratos indefinidos

53% contratos a tiempo completo

+ de **3.200** empleados directos con discapacidad

+ de **5.200** beneficiarios de programas de empleabilidad

+ de **52M€** en formación

+ de **9,9M** de horas en formación

Vinculación con la sociedad

+ de **970** colaboraciones educativas

+ de **11.000** beneficiarios de colaboraciones educativas

+ de **7.700** horas de voluntariado

13,6M€ en acción social

+ de **400** actividades de sensibilización ambiental

+ de **8,8M** de kg alimentos donados contra el desperdicio alimentario

1.3.
QUIENES SOMOS

La Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) es una organización profesional de ámbito nacional, integrada por 19 importantes compañías de la distribución minorista. Fue fundada en 1965, con el objetivo de representar y defender los intereses comunes de las distintas compañías asociadas en diferentes ámbitos económicos, sociales, culturales y políticos.

Nuestro sector ofrece hoy una de las ventanas de mayor crecimiento profesional. Sensible a la disrupción tecnológica y los nuevos modelos de consumo, la distribución es un campo para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, productos innovadores, servicios de valor y tecnologías. Un sector en el que pueden desarrollar su carrera desde los más jóvenes, hasta aquellas personas que buscan una nueva oportunidad en un sector estable y comprometido con el entorno que le rodea.

COMPAÑÍAS ASOCIADAS

Apple Retail ES · Alcampo · Bricomart · C&A · Carrefour · Conforama · Costco Wholesale · Dufry · El Corte Inglés · Eroski · Feu Vert · fnac www.fnac.es · Ikea · Ikea Sarton Canarias S.A. · Leroy Merlin Tu vida a tus ideas · Media Markt · Tendam Global Fashion Retail · Toys R Us · worten

1.4.
SOBRE ESTE INFORME

ANGED trabaja con sus compañías asociadas en impulsar la transparencia en la gestión de la sostenibilidad y la relación con el entorno. Para la elaboración de este informe se realizó un análisis de materialidad que reveló los asuntos más relevantes para el sector de la distribución en España, a partir de los cuales se establecieron los contenidos y objetivos. Para este trabajo se han tenido en cuenta tanto los análisis previos de las compañías que forman parte de ANGED como la revisión de estudios y tendencias en el entorno en base a informes sectoriales, tendencias legislativas o requerimientos de inversores, entre otros.

El informe de sostenibilidad 2019 ha contado con la asistencia de la firma VALORA y repasa los impacto positivos que ejerce ANGED en la sociedad y el entorno, los casos de éxito en materia de sostenibilidad más destacados, así como los riesgos y oportunidades más notables. Para ello, se han tenido en cuenta los informes de sostenibilidad e información pública de las compañías que forman parte de ANGED y se ha contado con la aportación de casos prácticos de Alcampo, Carrefour, Conforama, C&A, El Corte Inglés, Eroski, IKEA, Leroy Merlin, Media Markt, Tendam y Worten.

VALORA 18 años | *Impulsando la transformación con raíces*

VALORA es una firma pionera en la gestión estratégica de la sostenibilidad y del marco ESG con 18 años de experiencia en el apoyo a líderes globales en diversos sectores como retail, industria, alimentación, turismo o finanzas. Su propósito es apoyar la transformación competitiva de las organizaciones y de la alta dirección, ante los riesgos y oportunidades de la sostenibilidad global.

2 MATERIALIDAD DE ANGED

2 MATERIALIDAD DE ANGED

A través de la identificación de asuntos materiales conocemos las prioridades de las compañías y sus grupos de interés. De esta forma, contamos con una fotografía del posicionamiento del sector de la distribución en la sociedad y su impacto, lo que permite a las empresas del grupo dirigir y enfocar sus estrategias.

2.1.
ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

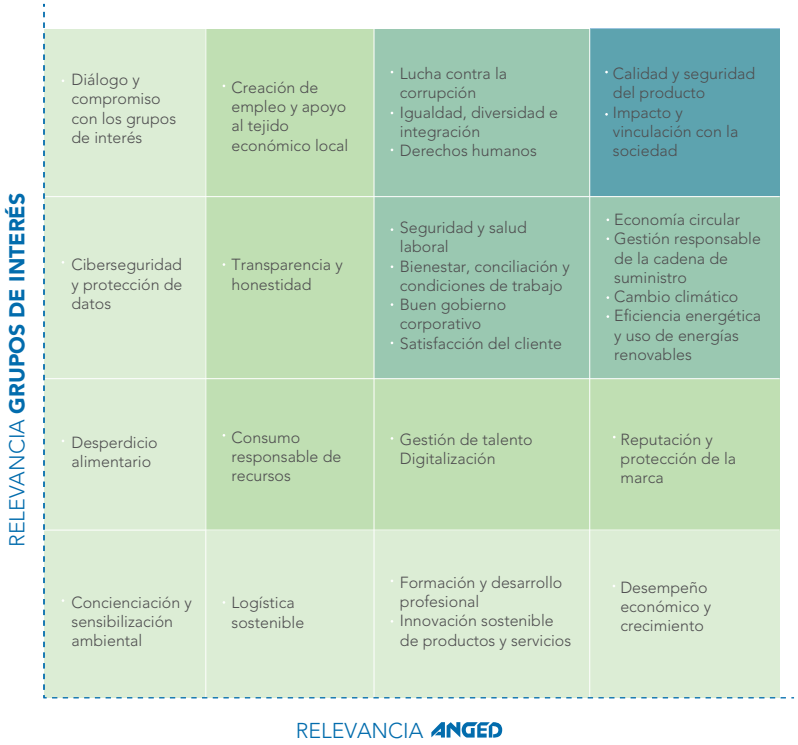
Durante el ejercicio 2020 se ha llevado a cabo el análisis de la materialidad del grupo con el objetivo de identificar los principales asuntos materiales para las empresas asociadas y los grupos de interés.

El análisis de materialidad se realizó a partir del estudio de documentación pública como los Estados de Información no Financiera y las memorias anuales más recientes de las 19 empresas asociadas.

Se evaluaron las principales preocupaciones de los grupos de interés, y la capacidad y la tenacidad de ANGED, para definir los aspectos más relevantes y representativos para sector.

Tras el análisis, se obtuvo una lista integrada por 46 asuntos materiales que engloban los siguientes ámbitos: Medioambiente, Social, Gobierno Corporativo e Innovación.

Asimismo, se identificaron 27 asuntos materiales como los más relevantes y prioritarios para ANGED y sus grupos de interés, que se representan en la siguiente matriz materialidad.



2.2. ASUNTOS MATERIALES MÁS RELEVANTES

MEDIO AMBIENTE

ECONOMÍA CIRCULAR

Modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, en la que se reduzcan al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible los que no se pueden evitar.

CAMBIO CLIMÁTICO

Medidas e iniciativas que buscan reducir, medir y gestionar la huella de carbono de la compañía.

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y USO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Mejoras de eficiencia del uso energético y aumento en los esfuerzos hacia la compra o producción de energía renovable.

CONSUMO RESPONSABLE DE RECURSOS

Consumo de bienes y servicios teniendo en cuenta, las características sociales y laborales del entorno de producción y las consecuencias medioambientales posteriores.

DESPERDICIO ALIMENTARIO[1]

Medidas para luchar en contra de que alimentos listos y seguros para su consumo sean descartados o dejados de lado a lo largo de la cadena de valor.

CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL

Establecimiento de medidas de capacitación, formación y sensibilización en cuanto a las mejores prácticas medioambientales.

LOGÍSTICA SOSTENIBLE

Iniciativas que buscan reducir el impacto medioambiental de las actividades logísticas a lo largo de la cadena de valor.

[1] Se identifica el asunto material Desperdicio alimentario como representativo del sector alimentario.

SOCIAL

IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Iniciativas de la compañía enfocadas al desarrollo socioeconómico de la comunidad desde una visión integradora y de progreso social.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Cumplimiento de criterios sociales, laborales y medioambientales en toda la cadena de suministro a través de la implementación de controles y medidas que permitan su seguimiento a lo largo de la cadena de valor.

IGUALDAD, DIVERSIDAD E INTEGRACIÓN

Iniciativas enfocadas a la integración de la igualdad y diversidad en la cultura de la compañía para asegurar el respeto, desempeño y desarrollo profesional igualitario de todos los empleados.

DERECHOS HUMANOS

Medidas para mejorar las normas y prácticas en relación con los derechos humanos a fin de abstenerse de infringir los derechos humanos de terceros y hacer frente a las consecuencias negativas en las que tengan alguna participación.

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Medidas y procedimientos que eliminan o disminuyen el riesgo de que se produzcan accidentes de trabajo, garantizando el bienestar de los empleados.

BIENESTAR, CONCILIACIÓN Y CONDICIONES DE TRABAJO

Medidas enfocadas a desarrollar un clima laboral que favorezca las actividades llevadas a cabo por los empleados, además de garantizar las condiciones pertinentes para la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de los empleados.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Mejorar y reforzar la experiencia del cliente en la compra de productos, desarrollando una estrategia comercial enfocada a maximizar la comodidad, seguridad y confianza del cliente.

GESTIÓN DEL TALENTO

Medidas que favorecen la gestión, captación y conservación del talento.

CREACIÓN DE EMPLEO Y APOYO AL TEJIDO ECONÓMICO LOCAL

Impacto económico de la actividad que genera la compañía en la sociedad. Aportación real del valor socio-económico de la compañía en las comunidades en las que opera.

FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

Fomentar el desarrollo profesional de los empleados a través de formación con el objetivo de aumentar y adecuar sus conocimientos y habilidades.

GOBIERNO CORPORATIVO

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Implementación de medidas de identificación, prevención y seguimiento en todos los niveles de la compañía para garantizar el cumplimiento y el desarrollo de actividades en acorde con las normativas de anticorrupción.

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Normas y principios que establecen directrices claras en la regulación de la estructura de la empresa y el funcionamien-to de los diferentes órganos.

REPUTACIÓN Y PROTECCIÓN DE LA MARCA

Estrategias para fortalecer y mejorar la percepción que se tiene de la marca. Homogeneizar el mensaje de la compañía en cuanto a sus valores y principios.

TRANSPARENCIA Y HONESTIDAD

Comunicación, a nivel interno y externo, que garantice la transparencia de información, generando un sentimiento de confianza entre la compañía y sus grupos de interés.

DIÁLOGO Y COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Desarrollar y reforzar canales de comunicación que favorezcan la comunicación directa, constante y abierta para identificar, adaptar y atender las necesidades de los grupos de interés.

CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Protección de información, a través del tratamiento de amenazas que ponen en riesgo la informa-ción que es procesada, almacenada y transportada ya sea de la compañía o de los clientes.

CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO

Garantizar el cumplimiento de las normativas y regulaciones vigentes en materia de seguridad, al igual que implementar medidas para exponer la información relevante a los clientes en la compra de sus productos.

DESEMPEÑO ECONÓMICO Y CRECIMIENTO

Orientación de la actividad empresarial de manera que promueva el crecimiento económico responsable y aporte beneficios a la comunidad y el entorno.

INNOVACIÓN

DIGITALIZACIÓN

Inversión e implementación de medidas en materia de I+D+i para la adopción de nuevas tecnologías en toda la cadena de valor que ofrezcan una mayor competitividad y eficiencia en las labores llevadas a cabo por la compañía.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Integrar criterios ambientales y sociales en el diseño y desarrollo de productos y servicios, con el objetivo de reducir su impacto negativo.

3 TENDENCIAS Y RETOS DE FUTURO IDENTIFICADOS POR ANGED

3 TENDENCIAS Y RETOS DE FUTURO IDENTIFICADOS POR ANGED

Conocer el entorno es un elemento clave para definir nuestras estrategias. Desde ANGED, se trabaja continuamente para estar a la vanguardia de los retos que afrontamos como sociedad, conocer el entorno y aportar soluciones.

3.1.
TENDENCIAS GLOBALES

La inclusión de la sostenibilidad como pilar base de las estrategias corporativas ha mostrado generar grandes oportunidades de crecimiento y competitividad para las empresas. Sin embargo, para ello es importante tener en cuenta las mayores tendencias globales para así poder adaptar las estrategias a las necesidades emergentes de los grupos de interés y poder abarcar los riesgos inherentes de nuestras actividades.

En el contexto que nos encontramos marcado por la COVID-19, hay una serie de tendencias que siguen afectando en gran medida a los modelos de negocio y forma de afrontar sus estrategias de sostenibilidad.

[2]Inversiones bajo criterios ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo.

RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

El respeto a los Derechos Humanos para las empresas implica la asunción de responsabilidades en el desarrollo de sus actividades y a lo largo de toda su cadena de valor, más allá del cumplimiento de la ley nacional aplicable, siguiendo las pautas marcadas por los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Supone ejercer la Debida Diligencia en la materia.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Para el sector Retail, la gestión responsable de la cadena de suministro requiere de gran manera el respeto de los Derechos Humanos, convirtiéndose así en una de los mayores riesgos para las empresas del sector, buscando de esta manera implementar iniciativas para reducir la complejidad en la gestión de las cadenas de suministro y mitigar el riesgo de colaboraciones con proveedores que no sigan un código ético en línea con los criterios ASG, valores y principios de sostenibilidad establecidos por las empresas del sector.

En este ámbito, es importante para las empresas evaluar las cadenas de suministro y desarrollar directrices para asegurar el cumplimiento de los derechos de los empleados que trabajan para sus proveedores.

ECONOMÍA BAJA EN CARBONO

En diciembre de 2015, se alcanzó el histórico acuerdo de París, que marcó como objetivo central reforzar la respuesta mundial a la amenaza y los riesgos desarrollados por el cambio climático apoyando a los países y lograr que las corrientes de financiación sean coherentes con un nivel bajo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y una trayectoria resistente al clima.

Asimismo, cada año, el Foro Económico Mundial publica un informe donde identifica los mayores riesgos mundiales, y aquellos que tienen mayor probabilidad de que sucedan. En el informe publicado para 2020, los riesgos climáticos encabezan la lista. Conectados profundamente con otros riesgos de tipo social, económico o geopolítico, la falta de respuesta de los mismos, puede provocar grandes crisis mundiales y un entorno de riesgo para los negocios que no se adapten a estas tendencias.

En el ámbito Europeo, la Comisión de la UE trabaja para reorientar los flujos de capital hacia inversiones sostenibles para lograr un crecimiento sostenible e integrador; gestionar los riesgos financieros derivados del cambio climático, los desastres naturales, la degradación ambiental y los problemas sociales.

Por otro lado, el Gobierno español prepara nuevos marcos normativos. Se plantean objetivos como la descarbonización de la industria en 2050 o cumplimento de los objetivos y metas marcadas en el Acuerdo de París.

DE LA ECONOMÍA LINEAL A LA CIRCULAR

En materia de economía circular, cabe destacar el Pacto Verde Europeo impulsado por la UE, y que plantea una estrategia concertada en una economía climáticamente neutra, eficiente en el uso de los recursos y competitiva.

Esta estrategia busca lograr la neutralidad climática de aquí a 2050 y garantizar al mismo tiempo la competitividad a largo plazo.

De igual manera, a nivel nacional, España Circular 2030 sienta las bases para impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, en la que se reduzcan al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible los que no se pueden evitar. Esta estrategia está basada en 13 principios que proceden de los ordenamientos comunitarios y nacionales.

DIGITALIZACIÓN

La presencia digital en el sector empresarial juega un papel clave tanto en la eficiencia de la cadena de valor como en la adaptación a las nuevas necesidades de los grupos de interés. La digitalización representa una palanca de acceso para los clientes a diferentes países y mercados. Es importante por lo tanto que las empresas incluyan la digitalización como un pilar fundamental de su estrategia corporativa.

El sector de bienes de consumo es de los más afectados por esta rápida evolución y requiere la implementación de medidas que mejoren la omnicanalidad, garantizando así la mejor experiencia de compra del cliente.

LOGÍSTICA SOSTENIBLE

Uno de los pilares base de la logística sostenible es la eficiencia e innovación tecnológica aplicada al transporte, reducción de las emisiones, combustibles alternativos, el desarrollo de embalajes biodegradables y reciclables o la mejora en la movilidad urbana. En los últimos años, la digitalización, la inteligencia artificial y la robotización han cobrado un papel importante en el desarrollo de medidas para obtener una cadena de logística eficiente y respetuosa con el medioambiente.

CONSUMO RESPONSABLE

La concienciación de los consumidores ha crecido en los últimos años, posicionando el consumo responsable en una tendencia al alza. Los consumidores prefieren productos más sanos y respetuosos con el medioambiente, escogiendo empresas y marcas que las impulsen. En este sentido, los consumidores favorecen la compra de productos de segunda mano o productos reutilizables, incluyendo los criterios básicos de economía circular y gestión de residuos, como el reciclaje, en su "nueva" rutina de compra.

FINANZAS SOSTENIBLES E INVERSORES ASG

Es importante tener en cuenta que los riesgos asociados al cambio climático no son sólo ambientales, sino que también afectan en gran manera al sistema financiero. Aunque todavía no se ha desarrollado una metodología homogénea que permita medir el impacto económico del cambio climático, las autoridades financieras y los inversores tienen cada vez más en cuenta los dos canales principales a través de los cuales el sistema financiero se ve afectado: riesgos físicos y riesgos de transición. Por esta razón el rol que juegan los bancos centrales y los reguladores financieros es cada vez más importante para el desarrollo de soluciones y oportunidades.

La inversión ASG, que aplica los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza, ha dejado de ser una inversión nicho. Los productos gestionados bajo criterios de sostenibilidad han superado los 30 billones de dólares a nivel global. Además, en Europa se gestiona casi el 46% de la inversión global sostenible. Se evidencia por tanto, una tendencia de crecimiento de inversión sostenible en la economía mundial, aumentando en un 34% entre 2016 y 2018[2].

[1]GSIA (Global Sustainable Investment Alliance). Global Sustainable Investment Review 2018.

3.2.
IMPACTO Y RESPUESTA DE LA DISTRIBUCIÓN A LA CRISIS DE LA COVID-19

El impacto de la crisis sanitaria actual en el sector Retail, se debe principalmente al efecto de las medidas de distanciamiento social y restricciones de actividad, donde gran parte de las tiendas de no alimentación fueron clausuradas. Asimismo, las empresas minoristas de alimentación asumieron grandes dificultades para poder operar en áreas como la gestión de equipos, las cadenas de suministro y seguridad.

Esta crisis sanitaria y las medidas implementadas para contener su expansión, han puesto a prueba la operativa de la distribución comercial, su red de tiendas y cadena de valor. De la misma manera, el sector agroalimentario también está experimentando un cambio sustancial en la composición y, en el caso de algunos productos básicos, en el nivel atípico de la demanda.

Por otro lado, los cierres y las medidas de distanciamiento social han resaltado la necesidad e importancia de la venta y compra online, acelerando el cambio en curso de la venta al por menor online.

Ante estos nuevos retos y dificultades, el sector de la distribución ha demostrado estar a la altura de las circunstancias excepcionales que trajo consigo la pandemia, con una gran capacidad de respuesta, coordinación y adaptación.

Las compañías han mantenido el abastecimiento diario, y han adaptado su operativa y establecimientos, en tiempo record y en circunstancias muy complejas, a las medidas de seguridad e higiene que se han establecido para proteger a clientes y trabajadores.

Para evitar problemas de suministro se ha llevado a cabo la adquisición preventiva de producto y la gestión optimizada de las existencias.

Ante la incipiente demanda del comercio online, las empresas han sabido adaptarse satisfactoriamente, gracias a la inversión realizada en los últimos años en transformación digital, como la incorporación de procesos omnicanal o las opciones de clic & collect.

ANGED también ha colaborado de forma solidaria para fortalecer la lucha contra la pandemia. Muchas de las empresas han puesto a disposición su red de aprovisionamiento en global para hacer llegar material sanitario. De esta manera, las empresas del sector alimentario han contribuido en la mejora de situación de muchas familias, con donaciones de alimentos a organizaciones sin ánimo de lucro como Cruz Roja o el Banco de Alimentos. También se han realizado donaciones de mascarillas, ropa de cama o impresoras 3D para la fabricación de elementos de protección, con el fin de reforzar las necesidades sanitarias.

El sector de la distribución ha conseguido mantener el empleo en gran medida. Asimismo, tras la reapertura de los establecimientos, muchas empresas han tenido que reforzar sus plantillas siendo uno de los sectores que más ha reactivado su operativa, principalmente debido a la intensificación del comercio electrónico.

4 LOS COMPROMISOS DE ANGED. ANGED, UNA ASOCIACIÓN COMPROMETIDA

4 LOS COMPROMISOS DE ANGED. ANGED, UNA ASOCIACIÓN COMPROMETIDA

Las empresas asociadas a ANGED asumen unos compromisos ambientales, sociales y de buen gobierno que dan respuesta a las principales preocupaciones y temas de mayor relevancia tanto para la propia compañía como para sus grupos de interés. De esta forma, los citados aspectos materiales están alineados con las tendencias del entorno y sientan las bases del desempeño en sostenibilidad.

LOS COMPROMISOS DE ANGED

¿Qué le preocupa a nuestros grupos de interés?

- CAMBIO CLIMÁTICO
- EFICIENCIA ENERGÉTICA Y USO DE ENERGÍAS RENOVABLES
- ECONOMÍA CIRCULAR
- CONSUMO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS
- DESPERDICIO ALIMENTARIO
- SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- CALIDAD Y SEGURIDAD DE PRODUCTO
- DERECHOS HUMANOS
- IGUALDAD, DIVERSIDAD E INTEGRACIÓN
- SALUD Y SEGURIDAD LABORAL
- BIENESTAR, CONCILIACIÓN Y CONDICIONES DE TRABAJO
- GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO
- IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
- BUEN GOBIERNO COPORATIVO
- LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN
- DIGITALIZACIÓN

¿Qué sucede en el entorno?

- Economía baja en carbono
- Logística sostenible
- De la economía lineal a la circular
- Consumo responsable de los recursos
- Gestión responsable de la cadena de suministro
- Respeto a los derechos humanos
- Finanzas sostenibles e inversiones ASG[2]
- Digitalización

¿Cómo respondemos desde ANGED?

- CAMBIO CLIMÁTICO
- ECONOMÍA CIRCULAR
- CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE
- CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO
- GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO
- BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN
- IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
- BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
- DIGITALIZACIÓN

[2]Inversiones bajo criterios ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo.

Asuntos materiales · Tendencias globales · Compromisos

CAMBIO CLIMÁTICO

“Sumamos acciones para hacerle frente al cambio climático”

El cambio climático es uno de los principales retos que afronta la sociedad actual, así pues, en los últimos años, se han impulsado nuevas políticas e iniciativas por parte de los principales sectores, enfocadas a mitigar sus consecuencias.

De esta manera, las compañías de ANGED han trabajo para adaptar sus sistemas de gestión ambiental y reducir el impacto en el medio ambiente como consecuencia de su actividad.

- Compromisos de **reducción de emisiones GEI** de las empresas asociadas hasta el **80%** para el periodo 2025-2050.
- Las empresas asociadas compran hasta el **100% de energía eléctrica de origen renovable.**
- Reducción del consumo energético gracias a la implementación de importantes medidas de **ahorro y eficiencia**, reduciéndose hasta en un **28%** desde 2010.
- Apuesta por una **logística sostenible**. Algunas empresas cuentan objetivos de hasta el 100% de flota híbrida o de una última milla 100% cero emisiones para 2025.

CAMBIO CLIMÁTICO

COMPROMISOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES

En materia climática, lo principales esfuerzos de las empresas están destinados a reducir sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a la atmósfera. Muchas de las compañías realizan anualmente el estudio de su huella de carbono con el propósito de conocer, controlar y reducir sus emisiones. Con el tiempo han establecido objetivos cada vez más ambiciosos, por lo que, trabajan en mejorar su eficiencia e intensificar el uso de energías renovables, lo que supone una reducción importante de emisiones de CO2.

Muchas de las empresas cuentan con compromisos climáticos comprendidos entre 2025-2050, y que están dirigidos a la reducción de emisiones GEI de hasta el 80%, a través de diferentes objetivos, como incrementar el uso de energías de origen renovable, reducir del consumo energético y mejorar la eficiencia de sus procesos e instalaciones.

ENERGÍA DE ORIGEN RENOVABLE

La compra de hasta un 100% de la energía eléctrica de origen renovable, o la producción en los propios establecimientos de energía mediante tecnología fotovoltaica, son algunas de las medidas más destacadas en este ámbito.

Se persigue la apuesta por tiendas y establecimientos que sean autosuficientes en cuanto a la utilización de energías renovables reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero y alcanzando un balance neutro en carbono.

Para 2030, empresas asociadas cuentan el objetivo de que toda la climatización de las tiendas se lleve a cabo con energía de origen renovable.

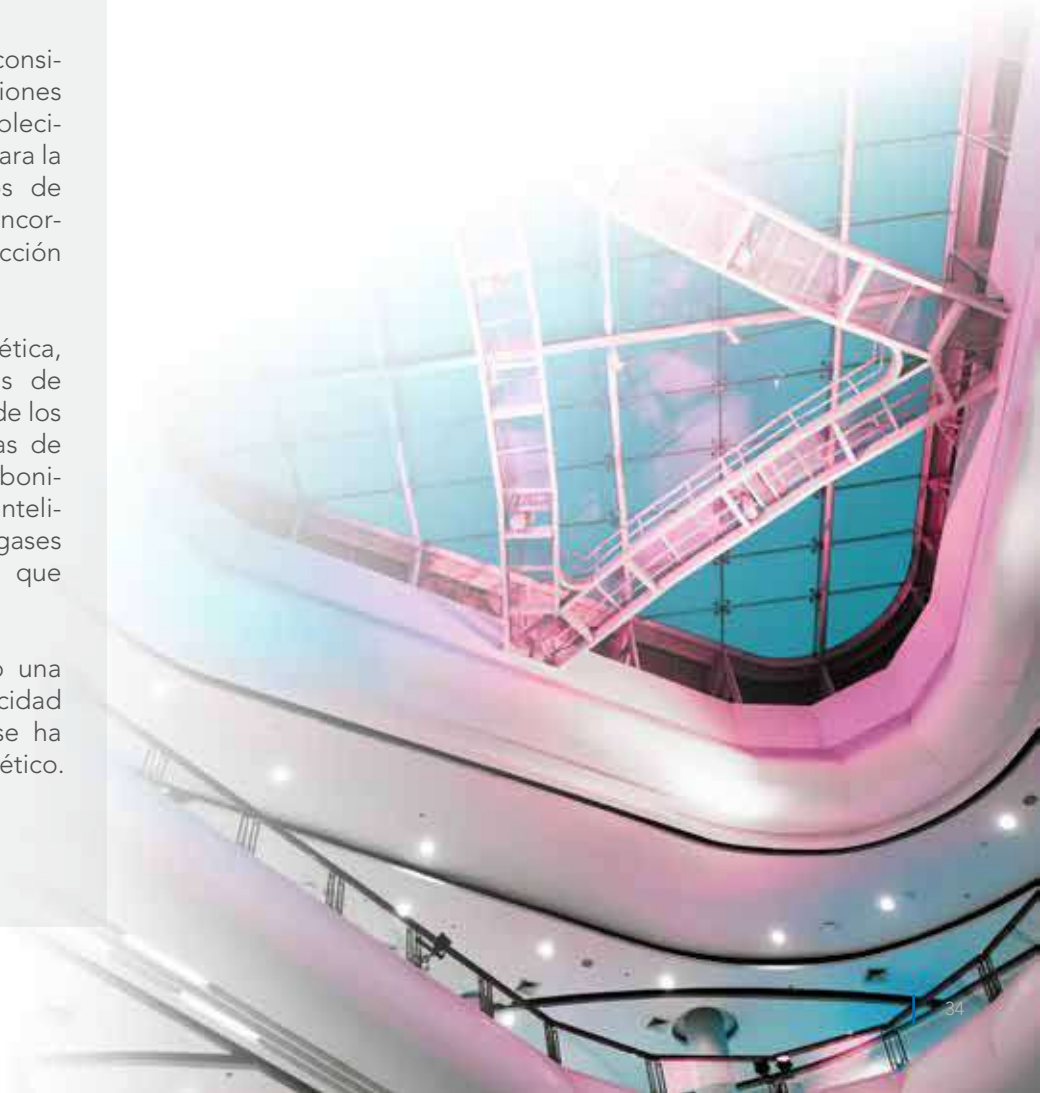
CAMBIO CLIMÁTICO

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Se ha conseguido reducir los consumos de energía considerablemente cada año, gracias a diferentes actuaciones y medidas de ahorro que llevan a cabo en sus establecimientos y oficinas, como el uso de tecnología LED para la iluminación, instalación de sensores y elementos de control de consumo, mejora de la climatización e incorporación de criterios de sostenibilidad en la construcción y rehabilitación de establecimientos.

Por otra parte, en relación con la eficiencia energética, también cobra especial importancia los sistemas de refrigeración y la optimización de los componentes de los mismos. En este sentido, algunas de las empresas de ANGED están llevando a cabo proyectos de descarbonización de los sistemas de frío mediante sensores inteligentes que eviten fugas e incluso, cambiando los gases refrigerantes actuales por refrigerantes naturales que reducen las emisiones contaminantes.

En esta línea, empresas asociadas han alcanzado una reducción de hasta el 12% en el consumo de electricidad en el último año. Además, desde el año 2010, se ha conseguido reducir hasta un 28% el consumo energético.



CAMBIO CLIMÁTICO

DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA SOSTENIBLE

La implementación del transporte y la logística sostenible también es parte de la estrategia climática de las compañías. En los últimos años se han incorporado en varios de los establecimientos puntos de carga de vehículos eléctricos, así como integración de flotas de vehículos con distintivo ambiental y transporte de mercancías con mayor capacidad. En este sentido, distintas compañías ya han asumido compromisos como la reducción en un 20% de las emisiones en los procesos logísticos en un periodo de cinco años.

En este sentido, se aúnan esfuerzos para optimizar rutas y adaptar las flotas. Por ejemplo, se están reduciendo los transportes por vía aérea, algunas de las compañías ya tendrán una flota 100% híbrida en 2025 y, en otros casos, se establecen objetivos a cinco años para la reducción de hasta el 20% de las emisiones vinculadas directamente a la cadena logística. Concretamente, en algunas de las empresas asociadas, este tipo de medidas en el transporte suponen más del 5% en toneladas de CO2 evitadas.

Para mejorar la movilidad de las ciudades y reducir la contaminación, algunas de las empresas asociadas establecen objetivos de entrega de última milla 100% cero emisiones para 2025, a través del reparto en transportes como las bicicletas o vehículos eléctricos. También, la optimización de las cargas y procesos de logística inversa, así como los camiones bitemperatura, repercuten de forma directa y positiva en un aprovisionamiento más sostenible.

Además, empresas asociadas realizan actuaciones de innovación e ingeniería para reducir los efectos del transporte en núcleos de población. Por ejemplo, mediante la optimización de procesos de reparto nocturno, adecuando los sistemas de cerrado, las alarmas, el aislamiento o las formaciones específicas al personal para mitigar la contaminación acústica.

ECONOMÍA CIRCULAR

“Trabajamos para liderar la transición hacia la circularidad empresarial”

La orientación de la actividad empresarial hacia un modelo de economía circular es uno de los objetivos estratégicos de las compañías de ANGED.

Los nuevos marcos normativos nacionales e internacionales han proporcionado un nuevo enfoque hacia una gestión cada vez más eficiente de los residuos y la consolidación de los embalajes sostenibles. ANGED es firmante del Pacto por una Economía Circular que fue impulsado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), y el anterior Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

ANGED participa en comisiones de trabajo y organizaciones dedicadas a buscar soluciones a cuestiones relacionadas con la transición del plástico y la gestión de los residuos, como PackNet, PSE, Fundación Ecopilas, Ecoembes, entre otras.

- Compromisos de utilización del **100% de los envases y embalajes reutilizables, reciclables o compostables** con horizonte 2025.
- Para 2025, las empresas asociadas se comprometen a **reducir su huella plástica hasta en un 30%.**
- Sistemas de gestión de residuos basados en **la reutilización y el reciclaje de hasta el 93% de los residuos** generados.
- **Donaciones** destinadas al reciclaje y reutilización de:
  - Más de **60.000** equipos electrónicos, mobiliario y juguetes.
  - Más de **680** toneladas de ropa recogida.

ECONOMÍA CIRCULAR

ECODISEÑO Y MATERIALES SOSTENIBLES

En los últimos años, se han implementado el uso de nuevos materiales más sostenibles y criterios de ecodiseño para la fabricación de embalajes, tanto de producto como de uso logístico, como son: el plástico reciclado, el plástico compostable, el papel reciclado y, el papel y cartón con certificación FSC. Esta certificación indica que los bosques son gestionados de forma sostenible y/o verifica la cadena de custodia a lo largo de la cadena de suministro.

Esta incorporación de criterios vinculados a la mejora ambiental, abarcan desde temas relacionados con la eficiencia energética y técnicas más sostenibles, hasta la innovación en los procesos de producción y utilización de materiales.

Por ejemplo, mediante la utilización de materiales como cartón en envases y embalajes en lugar de plástico se alcanza en algunos casos un 99% de cartón en el packaging, o también, por otra parte, mediante el cambio de bandejas de plástico por bandejas de materiales más sostenibles.

Estas actuaciones están acompañadas de compromisos con horizonte 2025 de la utilización por parte de algunas empresas asociadas del 100% de los envases y embalajes reutilizables, reciclables o compostables.

REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS

Las empresas asociadas mantienen compromisos para reducir el consumo de plástico de acuerdo con los principales marcos europeos y nacionales. Entre las iniciativas para reducir el uso destacan las estrategias de reducción de plásticos pre-consumo, como el uso de embalajes reutilizables y de mayor capacidad.

Por este motivo, utilizan bolsas con hasta un 100% de material reciclado, bolsas de papel producidas con fibra reciclada, textiles, compostables etc. o siguiendo certificaciones internacionalmente reconocidas como el sello Ángel Azul, así como la eliminación de todas las bolsas de plástico de un solo uso de las tiendas.

Estas cuestiones se materializan en objetivos concretos como la reducción de la huella plástica en empresas asociadas de hasta el 30% para 2025.

ECONOMÍA CIRCULAR

GESTIÓN DE RESIDUOS Y PROCESOS LOGÍSTICOS

Las empresas de ANGED integran sistemas de gestión de recogida selectiva de residuos basados en la aplicación de los principios de jerarquía de los residuos, como son la prevención, reducción, valorización, reciclado, reutilización y eliminación. En este sentido, las compañías asociadas reciclan hasta un 93% de los residuos generados en el desarrollo de su actividad.

En el último ejercicio, las compañías han colaborado con diferentes fundaciones y organizaciones para fortalecer la reutilización de residuos y la inclusión social con la donación de más de 60.000 equipos electrónicos, mobiliarios y juguetes donados y más de 680 toneladas de ropa recogida. En 2019, se han llevado a cabo un total de 29 iniciativas relacionadas con la prevención de residuos. Las compañías de ANGED también participan en la divulgación de iniciativas que exponen prácticas de reutilización de productos y alargan su vida útil y su capacidad circular.

En este contexto, se establecen igualmente medidas como el análisis del ciclo de vida, que permite desarrollar los productos con los materiales más adecuados según su funcionalidad y finalidad, evaluando los impactos en el entorno durante todas las etapas de su vida y elegir las mejores características para reducir la huella medioambiental. También se impulsan medidas relacionadas con la gestión de stocks y tiempos de reposición, evitando tanto el desperdicio como los consumos derivados de una gestión ineficiente. Más relacionado con los envases y embalajes también se fomenta la venta granel de forma que el uso de materiales de un solo uso o materiales plásticos disminuye.

Además, desde hace años están adheridas a Sistemas de Responsabilidad Ampliada del Productor para la gestión de residuos. En el caso de las RAEE, aceites, fluorescentes, bombillas, pilas o baterías, algunas tiendas cuentan con contenedores destinados a estos residuos según su tipología.

Otro de los pilares para impulsar la economía circular y la gestión eficiente de los residuos se centra en el concepto de "Residuo Cero", alcanzando en algunos casos el 100% de valorización sin necesidad de recurrir a un centro de recogida o tratamiento.

ECONOMÍA CIRCULAR

Algunas de las formas de aplicar el sistema de "Residuo Cero" por parte de las empresas, que responden a diferentes casuísticas pero con un objetivo común, es a través del compostaje, producción de biogás o la recuperación del 100% del material utilizado en procesos logísticos.

Empresas asociadas de ANGED adquirieron el compromiso de contar con que el 100% de los centros estén certificados en "Residuo Cero" para 2025. Actualmente, medio centenar de centros de las empresas de ANGED ya cuentan con esta certificación.

Por último, otro camino para fortalecer un modelo basado en la economía circular se centra en la logística inversa. A través de este proceso se asegura una gestión de los residuos más eficiente y respetuosa con el medio ambiente. La reducción de impactos se consigue mediante la reutilización, reparación o reciclaje, entre otros métodos.

ECONOMÍA CIRCULAR

IMPULSO DESDE LA INNOVACIÓN

La innovación es un mecanismo esencial para avanzar hacia modelo más sostenibles. En este camino trabajan las empresas para adaptar los requerimientos de su actividad a procesos que respondan a las necesidades actuales. Por ello, algunos ejemplos que las empresas asociadas llevan a cabo son:

- Sistemas de recogida de ropa como productos de segunda mano o reciclaje para obtener nuevos productos.
- Reconversión de fibras como materia prima. Por ejemplo en hilo para nuevos tejidos.
- Textiles fabricados con botellas de plástico recicladas.
- Aislamientos acústicos y térmicos mediante materiales reciclados.
- Productos para el hogar de hasta un 100% de plástico reciclado.
- Circuitos de recuperación de perchas.
- Utilización de materiales como la fibra de bambú, caña de azúcar, fibra de arroz o fibra de trigo.
- Utilización de residuos cítricos en envases y cosméticos.
- Iniciativas de colaboración con clientes a través de aplicaciones que facilitan información sobre el reciclaje de los productos.
- Ticket digital que permite reducir toneladas de papel.
- Compra a clientes de artículos de segunda mano para venderlos y reutilizar artículos.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

“Apostamos por modalidades de consumo y producción responsable que favorezcan una alimentación sana y sostenible”

El consumo responsable forma parte de la estrategia sostenible del sector.

Alineado con la estrategia de la Granja a la Mesa promovida por Unión Europea como pilar del Pacto Verde Europeo, las empresas asociadas impulsan actuaciones para alcanzar una alimentación más saludable y una producción desarrollada bajo criterios de sostenibilidad.

Alimentos saludables, accesibles y sostenibles	**Favorece la lucha contra el cambio climático**	**Protege la biodiversidad**	**Desarrollo de una agricultura ecológica**

ANGED colabora en el Foro Sectorial de la Producción Ecológica del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), que procura impulsar una Estrategia de Producción Ecológica 2017-2020. Entre los principales objetivos destaca potenciar la producción agroalimentaria española mediante el fomento del consumo interno y la comercialización de productos ecológicos, así como la consolidación de la producción ecológica y el estudio de su papel en la política medioambiental y en la respuesta al cambio climático.

Según datos del MAPA, el hipermercado es el formato comercial que más ha ayudado a impulsar la introducción de productos orgánicos y ecológicos en España.

Muchas de las compañías de ANGED también disponen de sellos y estándares propios de productos responsables, con más de 26.000 referencias de artículos.

Además, ANGED también colabora con la Plataforma por la sostenibilidad de la pesca, donde se apoyan proyectos para preservar los océanos, especies y una cadena de suministro responsable.

- Incorporación de nuevas medidas y controles para **reducir el consumo** de agua y su contaminación.
- Más de **8,8 millones de Kg de alimentos donados** contra el desperdicio alimentario a organizaciones sin ánimo de lucro.
- Oferta variada de **productos responsables**:
  - Productos de café, el caco o el té con sello UTZ.
  - Productos del mar certificados MSC, ASC o IFFS.
  - Más de **26.000 referencias** de artículos con sello propio de producto responsable.
  - Más de **7.000 productos ecológicos** para una alimentación más equilibrada y saludable.
- Etiquetado nutricional **Nutri-Score** en los envases y educación nutricional.
- Suscripción del Plan de Colaboración para la Mejora de la Composición de los Alimentos y Bebidas, para **reducir el contenido de grasas, azúcar y sal en 3.500 productos**.
- Impulso de iniciativas en favor del **Bienestar animal**.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBE

RECURSOS HÍDRICOS

Para asegurar un consumo eficiente, las empresas de ANGED integran planes y acciones destinadas a mejorar la gestión del agua en sus operaciones. Medidas como las técnicas de reutilización, el análisis anual de la huella hídrica, las campañas de sensibilización interna y la instalación de dispositivos de ahorro. Con este mismo compromiso, las compañías también realizan controles de vertidos susceptibles de contaminación.

Este compromiso con los recursos hídricos se materializa en algunas empresas asociadas en una reducción del consumo de agua del 30% respecto al año anterior.

La reducción consolidada en el consumo de agua de las empresas de ANGED se ha situado en torno al 6% en 2019. Además, se han logrado reducir el consumo gracias a la incorporación de técnicas innovadoras en su cadena de valor.

En términos productivos, incluso se llega a ahorrar un 40% de agua en el proceso de fabricación de prendas textiles. En estos casos, donde el agua como recurso cuenta con una especial importancia, se están implementando técnicas sustitutivas como procesos en seco u oxidaciones naturales que reducen considerablemente el impacto ambiental.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBE

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

La distribución potencia la gama de productos ecológicos colaborando con los proveedores y garantizando una agricultura sostenible, impulsando un modelo productivo que garantiza las mejores prácticas.

Las empresas asociadas a ANGED cuentan con una gama de más 7.000 productos ecológicos. Además, en particular, los productos de alimentación como el café, el cacao o el té cuentan con el sello UTZ, que garantiza una agricultura sostenible.

Por otra parte, también se adquiere soja de origen sostenible certificada RTRS (por sus siglas en inglés Round Table on Responsible Soy) que garantiza, entre otras cosas, la cero deforestación.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBE

BIENESTAR ANIMAL Y PESCA SOSTENIBLE

El bienestar animal es una demanda social creciente, así como un aspecto importante en la gestión ética de la cadena alimentaria.

Las empresas asociadas cuentan con certificaciones en este ámbito como la Animal Welfair, certificación que evalúa y controla con exhaustividad el bienestar animal en granjas, lugares de crecimiento y mataderos. Esta certificación está basada en las referencias del proyecto europeo Welfare Quality y AWIN, que define cuatro principios de bienestar animal: buen alojamiento, buena alimentación, buena salud y comportamiento apropiado.

Además, algunas también cuentan con el G.A.P. de acuicultura, que se refiere al bienestar de los peces a lo largo de toda la cadena, desde su cría hasta el transporte y el sacrificio.

En este sentido, la oferta de productos del mar dispone de certificaciones como MSC o ASC, que velan por una gestión sostenible y garantizan la trazabilidad en la pesca y en la acuicultura respectivamente.

Esta producción y gestión responsable también se ve reflejada en la vinculación con los proveedores, por ejemplo, mediante el cumplimiento de los principios de la ISSF que principalmente implica respetar un arte de pesca responsable y sostenible del atún. Empresas asociadas de ANGED alcanzan el 100% de la compra de atún en conserva bajo estos principios.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBE

DESPERDICIO ALIMENTARIO

ANGED cuenta con empresas asociadas que colaboran en la promoción de prácticas de sensibilización entre sus clientes e impulsan acciones para reducir el desperdicio alimentario a través de las mejoras en la gestión de stock de alimentos frescos y perecederos, impulso de productos frescos de kilómetro cero, mejoras en refrigeración y envasado para garantizar la vida útil de los productos u ofertas para liquidar alimentos con fecha de consumo preferente o caducidad próxima, entre otras.

En su lucha contra el desperdicio, las compañías de ANGED han donado en 2019 más de 8,8 millones de Kg alimentos a organizaciones como el Banco de Alimentos, Cáritas o Cruz Roja.

Por otro lado, algunas de las iniciativas realizadas se adaptan a las nuevas tendencias actuales, como por ejemplo la utilización de la aplicación Too Good To Go.

Las empresas cuentan con objetivos de reducción del desperdicio alimentario de hasta un 50% entre 2020 y 2025.

Por su parte, ANGED colabora en la mejora de la cadena agroalimentaria mediante su participación en la Comisión de Seguimiento de la estrategia 2017-2020 "Más alimento, menos desperdicio", coordinada por el MAPA.

CONSUMO RESPONSABLE Y ALIMENTACIÓN SOSTENIBE

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Las empresas proponen una alimentación sana y responsable con garantías de sellos de calidad de nutricional, marcas propias responsables o productos provenientes de una agricultura sostenible.

En el campo nutricional de los alimentos, destaca los compromisos adquiridos con el Plan de Colaboración para la Mejora de la Composición de los Alimentos y Bebidas del Ministerio de Sanidad para disminuir el 10% en contenido de azúcar, sal y grasas en 3.500 productos.

ANGED colabora con organismos públicos como la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) en la promoción y sensibilización de los consumidos sobre la alimentación saludable; y junto al Observatorio de Nutrición y Obesidad de la Estrategia NAOS, en proyectos de la prevención de la obesidad mediante el estudio de los hábitos nutricionales, físicos y sociales de la sociedad española.

En el compromiso con una alimentación saludable, también se enfoca desde el punto de vista educativo hacia los consumidores promoviendo el bienestar y una vida más saludable.

En línea con los hábitos de vida saludables, se fomenta el deporte a través de, por ejemplo, aplicaciones tecnológicas que ayudan a los clientes a realizar una vida más activa.

En este sentido, también se promueve el conocimiento a través de iniciativas educativas sobre alimentación y hábitos de vida saludables donde se llegan a formar a más de 400.000 escolares.

CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO

“Aseguramos la calidad y seguridad de los productos que comercializamos ”

Garantizar la calidad y seguridad de sus productos es un compromiso fundamental para las compañías de ANGED. Las empresas cuentan con sistemas de gestión basados en exigentes estándares, que permiten aseguran calidad y seguridad de los productos y servicios a lo largo de la cadena de valor.

En 2019 se han realizado más de 78.000 inspecciones y de 2.900 auditorías relacionadas con la calidad y seguridad de los productos.

La satisfacción de los clientes también es un factor importante para ANGED, que pone a su disposición un servicio multicanal con el objetivo de mantener una implicación plena en el proceso de compra. La agilidad en los procesos de atención al cliente y la respuesta rápida ayuda a adaptar la oferta a distintas demandas de consumo.

- Más de **78.000 inspecciones** y más de **2.900 auditorías** relacionadas con la calidad y seguridad de los productos.
- Oferta de productos adaptada a las necesidades y demanda de consumidores:
  - **Etiquetado** de productos en **braille.**
  - **Etiquetado nutricional** frontal.
  - Productos para personas con **intolerancia a la lactosa o el gluten.**
  - **Productos** para personas **diabéticas**.
  - Productos adaptados a dietas **vegetarianas y veganas**.

CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO

VALOR AGREGADO DEL ETIQUETADO

Las compañías de ANGED cuentan con una oferta variada de productos adaptada a las necesidades como la integración de etiquetado de productos en braille, productos para personas con intolerancia a la lactosa o gluten, productos para personas diabéticas, productos ecológicos, productos vegetarianos y veganos, etc.

Debido a la gran variedad de productos en función de las necesidades específicas, las empresas asociadas dan una gran importancia al etiquetado de los productos y a la información nutricional disponible.

En este sentido, el Nutri-Score ofrece una escala de cinco colores en función del aporte calórico del producto debido a su contenido en azúcares, grasas saturadas y sal.

Además, esta facilidad de información se traslada también a otra tipología de productos más allá de la industria alimentaria. Por ejemplo, se cuenta con etiquetado informativo en juguetes mostrando las indicaciones de seguridad y los potenciales beneficios para los niños; o el consumo energético de aparatos eléctricos.

Por último, la innovación también alcanza al etiquetado de forma que parte de las empresas asociadas cuenta en sus tiendas físicas mecanismos para escanear las etiquetas y poder aumentar o complementar la información necesaria en cada momento, así como realiza otras acciones, potenciando la experiencia de compra.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

“Promovemos prácticas responsables y aplicación de criterios de sostenibilidad en todos los procesos de la cadena”

Las empresas de ANGED integran la ética empresarial en toda la cadena de valor a través de códigos de conducta de proveedores, en línea con los principales marcos de referencia (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Organización Internacional del Trabajo (OIT) y OCDE), que permiten garantizar los derechos humanos y laborales en todos los eslabones de la cadena de suministro.

ANGED continúa trabajando activamente para fortalecer la cadena de proveedores para hacerla más eficiente y sostenible.

- Incorporación de **códigos de conducta** de proveedores para garantizar los derechos humanos a lo largo de la cadena de valor.
- Más de **5.200 evaluaciones** a proveedores realizadas.
- Algodón BCI.
- **28.693 millones de euros en compras a proveedores nacionales** con un 69% de peso sobre las ventas.
- Más de **45.000 proveedores locales.**

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Los proveedores deben aceptar los principios recogidos en el código de conducta antes de empezar cualquier relación comercial. Para asegurar el cumplimento de los códigos de conducta, se realizan seguimientos de su desempeño a través de auditoría y evaluaciones periódicas, en la que se examinan aspectos sociales y medioambientales. En el último ejercicio, las compañías de ANGED han realizado más de 5.200 evaluaciones a proveedores bajo criterios ASG en 2019.

Además, las empresas llevan adelante formaciones para empleados y proveedores en materia de derechos humanos. Muchas de las compañías también han incorporado sellos de calidad de productos que certifican el origen y el cumplimiento de los criterios sociales y ambientales.

PROVEEDORES LOCALES

La colaboración con proveedores nacionales también potencia la ética y la transparencia en la cadena de valor. En el último año las compras realizadas a proveedores españoles ha supuesto 28.693 millones de euros, con un peso sobre las ventas total del 69%. Actualmente, ANGED cuenta más de 45.000 los proveedores locales.

Gran parte de la oferta de productos proceden de proveedores locales, con lo que se consigue reducir el impacto en el medioambiente, generar valor en la cadena de suministro y promover el desarrollo económico local.

La creación de empleo y la integración de productos locales en la oferta de las empresas de ANGED generan un impacto positivo en las comunidades y en las cadenas de suministro de cercanía. De esta forma, ANGED contribuye a la promoción de PYMES, ya que gran parte de las compras de productos nacionales se realizan a pequeñas y medianas empresas.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

MATERIALES SOSTENIBLES

Al mismo tiempo, las compañías de ANGED apuestan por la obtención de materias primas de manera responsable, minimizando al máximo el impacto negativo en los ecosistemas. Entre ellos tejidos de algodón BCI, que certifica las buenas prácticas en agricultura sostenible de los productores y en la cadena de custodia.

Textiles y prendas elaborados a partir de algodón orgánico, poliéster reciclado, lana reciclada y diferentes fibras obtenidas a través de procesos sostenibles son algunos de los ejemplos de los productos que cuentan con este tipo de materiales sostenibles.

INNOVACIÓN COLABORATIVA CON EMPRESAS PROVEEDORAS

La innovación surge como un mecanismo transversal de colaboración con proveedores, que permite una rápida adaptación a un entorno.

La optimización de los procesos de abastecimiento en la cadena de suministro, el impulso de nuevas tecnologías con proveedores locales o el fomento de productos sostenibles en los lineales, son procesos innovadores que responden a las nuevas tendencias y se enmarcan en una gestión responsable de la cadena. La innovación integral, desde el proveedor hasta el lineal de venta.

En este sentido, cuatro empresas de ANGED destacan en el Top 5 del Radar de la Innovación de Kantar, por su apoyo a la introducción de nuevos productos en el lineal.

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

“Queremos ser el reflejo de una sociedad diversa e igualitaria, desde la integración y el desarrollo personal y profesional”

El desarrollo profesional en igualdad de oportunidades y en un entorno inclusivo es un compromiso de ANGED, junto con las empresas asociadas, y además un mecanismo de generación de valor alineado con los requerimientos de la sociedad actual.

- **233.073 empleados**, 64,6% de representación femenina en las plantillas de ANGED.
- ANGED ofrece calidad de empleo:
  - **78% de contratos indefinidos.**
  - **53% de contratos a tiempo completo**.
  - Más de **9,9 millones de horas de formación** impartidas con una inversión de más de 52 millones de euros.
- Más de **3.000 empleados directos con discapacidad.**
- Más de **5.000 beneficiarios de programas para mejorar la empleabilidad.**
- ANGED apuesta por la **integración igualitaria de las mujeres.**
- Implantación de **medidas de conciliación** para asegurar la calidad y el bienestar laboral.
- Reconocimientos de prestigio como el **Premio Reina Letizia de Promoción de la Inserción Laboral.**

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

EMPLEO Y DESARROLLO PROFESIONAL

Las plantillas de las empresas de ANGED cuentan con 233.073 empleados. Desde 2013, han sumado 16.624 nuevos puestos de trabajo, lo que supone un crecimiento del 8%. Disponen de una representación femenina de más de 151.753 empleadas, lo que equivale al 64,6% de las plantillas.

ANGED entiende que el empleo debe ser estable y de calidad, por eso el 78% de sus empleados cuentan con contrato indefinido. Además, 53% de los contratos son a tiempo completo.

Parte importante de estos logros se atribuyen a la confianza que genera recíprocamente en sus empleados. Las empresas de ANGED impulsan el desarrollo profesional: ciertos puestos clave de las compañías son cubiertos mayoritariamente por promociones internas, con cifras que superan el 90% en algunas compañías para los directores de tienda.

En 2019, se han impartido más de 9,9 millones de horas de formación e invertido más de 52 millones de euros. Las formaciones impartidas integran una amplia variedad de contenidos destinados a fortalecen las capacidades y habilidades de los trabajadores dentro y fuera de la empresa.

Las empresas asociadas a ANGED han desarrollo iniciativas de formación que impulsan el desarrollo profesional:

- Formaciones en técnicas para aprovechar el potencial de tiendas y lineales de ventas.
- Formaciones en aspectos emocionales.
- Formaciones en atención al cliente.
- Programas de adaptación al puesto y a la empresa.
- Formaciones on-line.
- Formación en oficios necesarios en el sector.

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

IGUALDAD, DIVERSIDAD E INTEGRACIÓN

La igualdad y la diversidad se integran dentro de los modelos de negocio de las compañías de ANGED. Por ello, se promueve la integración laboral de todos los colectivos a través de programas inclusivos de contratación e igualdad de oportunidades, que ponen especial atención en el fomento de la diversidad generacional, surgiendo como una gran oportunidad para la entrada a los más jóvenes al mercado laboral; el compromiso con la discapacidad; y la promoción de la igualdad de género.

La gestión de la diversidad y la lucha contra todo tipo de discriminación se traslada a todos los ámbitos de la sociedad. Por este motivo, se trabaja en movimientos, campañas y programas con mujeres en riesgo de exclusión o maltrato, personas inmigrantes o parados de larga duración, entre otros colectivos.

Las empresas asociadas participan en planes de inclusión laboral de personas con discapacidad o personas en situaciones de exclusión social. Debido a esto, han sido reconocidas con premios de prestigio nacional e internacional, como por ejemplo el Premio Reina Letizia de Integración. En 2019, sumaban más de 3.000 empleados directos con discapacidad.

Con el mismo compromiso, las empresas de ANGED colaboran con fundaciones, organizaciones sin ánimo de lucro y centros educativos en programas de empleabilidad, como el conocido FP dual. En el último ejercicio han contado con más de 5.000 beneficiarios.

De igual manera, la integración igualitaria de la mujer en el entorno laboral también forma parte de su compromiso, más del 60% de las personas empleadas son mujeres. Las empresas de ANGED disponen de planes de igualdad, protocolos específicos para víctimas de violencia machista y campañas de dignificación y defensa de la mujer. Además, fomentan la retención del talento femenino a través de la formación específica para la obtención de puestos de responsabilidad y están comprometidas con el estudio de la brecha salarial dentro de la empresa, entre otras acciones.

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

Las empresas asociadas trabajan para reducir la diferencia salarial entre hombres y mujeres. Por este motivo, siguen impulsando medidas que caminan hacia una igualdad efectiva.

- Diagnósticos periódicos y herramientas para velar por el cumplimiento del principio de igualdad.
- Colaboraciones con principales organismos gubernamentales como el Ministerio de Igualdad.
- Promoción de espacios de debate donde se promueve la igualdad de oportunidades.
- Diseños de procesos de selección con la igualdad como eje prioritario.

Actualmente, algunas empresas de ANGED cuentan con brechas salariales negativas en puestos directivos y por otra parte, algunas empresas cuentan con paridad de género en el Consejo de Dirección.

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Las compañías de ANGED ofrecen un trabajo seguro y saludable a través de servicios de Prevención de Riesgos Laborales y vigilancia de la salud.

Voluntariamente, muchas de las empresas están certificadas en sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo o incorporan sistemas de gestión propios basadas en prestigiosos marcos de referencia como la OHSAS 18.001.

Además, las compañías cuentan con actuaciones y programas específicos para contribuir a la salud y al bienestar, y además, cuentan con proyectos galardonados con reconocimientos de prestigio. Entre las diferentes medidas destacamos:

- Espacios con desfibriladores automáticos.
- Formaciones en salud y seguridad.
- Evaluaciones de riesgos en establecimientos.
- Planes de evacuación y emergencias.
- Sistemas de prevención de salud.
- Sensibilización y campañas para la promoción de la salud.

BIENESTAR, IGUALDAD E INTEGRACIÓN

CONCILIACIÓN Y BENEFICIOS SOCIALES

La conciliación laboral también es un aspecto importante que contribuye al bienestar de los empleados, con esta filosofía, muchas de las empresas incorporan planes enfocados a mejorar la calidad diaria de los empleados fuera y dentro de la empresa, con medidas como la flexibilidad o la reducción de jornada. Incluso recibiendo reconocimientos en este ámbito debido al desempeño de las compañías.

Por ejemplo, las empresas asociadas a ANGED han implantadas las siguientes medidas de conciliación laboral, entre otras:

- Ampliaciones de permisos por temas familiares.
- Desconexión digital.
- Excedencias por temas personales.
- Flexibilidad horaria adaptándose a las necesidades particulares.
- Jornadas reducidas.

Además, también se fortalecen beneficios sociales a las personas que forman parte de las empresas de ANGED con el objetivo de promover el bienestar y una mayor calidad de vida.

En este sentido, las principales disposiciones en este ámbito son:

- Servicios de comedor.
- Servicios sanitarios y seguros médicos.
- Ayudas para la educación y beneficios para la formación.
- Tarjetas de descuento en productos de la compañía.
- Ayudas para el transporte público.
- Actividades que favorecen el bienestar y estilos de vida saludables.

IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

“Tomamos parte de las necesidades y desafíos de nuestro entorno”

Las empresas de ANGED trabajan para potenciar un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades locales donde se encuentran sus establecimientos.

La inversión destinada a acción social en este ejercicio, ha superado los 13,6 millones de euros.

- **Más de 970 colaboraciones educativas** con más de 11.000 beneficiarios.
- **Más de 450 colaboraciones sociales** con fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro.
- **Más de 7.700 horas de voluntariado.**
- **13,6 millones de euros en acción social.**
- Más de **400.000 euros para investigación y lucha contra enfermedades.**

IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES LOCALES

En su apoyo a la educación, se han desarrollado más de 970 colaboraciones educativas con centros educativos y de enseñanza, que han contado con más de 11.000 beneficiarios en 2019.

La sensibilización ambiental también forma parte de la acción las empresas asociadas de ANGED, a través de la participación en el desarrollo de más de 400 actividades relacionadas con la divulgación de buenas prácticas ambientales y la protección del entorno.

Estas actividades educativas y divulgativas se centran, por ejemplo en concienciar a los más pequeños sobre la importancia de cuidar el medio ambiente, en impulsar el conocimiento sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible o en adquirir nuevos conocimientos en temáticas como el ecodiseño y la economía circular.

Además, dentro del compromiso con el desarrollo de las comunidades locales, se desarrollan proyectos de alto valor añadido para el fortalecimiento de la sociedad como la formación de jóvenes en riesgo de exclusión social, prevención y lucha contra el cáncer o recaudaciones para proyectos de investigación sobre enfermedades raras.

En este sentido, las empresas de ANGED colaboran para prevenir, investigar y luchar contra el cáncer de mama o el cáncer infantil no solo a través de donaciones, si no también mediante proyectos colaborativos, productos adaptados, campañas, recaudación fondos o formaciones para sensibilizar y ampliar el conocimiento en la sociedad. Algunas de estas iniciativas han sido reconocidas y premiadas debido a su carácter innovador y el gran valor aportado a la sociedad.

Por último, también se colabora de forma activa con diferentes universidades y centros superiores con enseñanzas vinculadas a la actividad principal de las compañías, como por ejemplo a través de cátedras, así como con centros de investigación y aceleradores de startups.

IMPACTO Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

VOLUNTARIADO

En colaboración con proyectos sociales, las compañías han participado junto a organizaciones como UNICEF, Menudos Corazones, Cáritas, Aspace, Cruz Roja, Cocemfe, Cermi, Asociaciones de Espina Bífida e Hidrocefalia o la ONCE. En el último año, se han realizado más de 450 colaboraciones sociales y se han empleado más de 7.700 horas a actividades de voluntariado.

El compromiso con actividades de voluntariado abarca áreas de temáticas diversas pero siempre con un objetivo compartido.

Durante 2019 destacamos actividades de: voluntariado en hospitales, principalmente en el apoyo a niños en áreas como la oncológica; actuaciones de colaboración con bancos de alimentos, tanto desde la recogida como la donación directa, formaciones a alumnos con necesidades especiales mediante talleres y toma de contacto con el mundo laboral; programas de voluntariado relacionados con la COP25; programas de impulso a las mujeres en riesgo de exclusión por diferentes motivos; y actividades sobre restauraciones forestales, limpiezas de playas y otros entornos, así como diferentes proyectos para la mejora ambiental.

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

“Reforzamos la ética, transparencia y responsabilidad corporativa en nuestros modelos de negocio”

La responsabilidad y transparencia con los grupos de interés y con la sociedad en su conjunto se define en los valores de cada compañía. Estas actuaciones representan una cultura compartida basada en buenas prácticas y en un comportamiento ético, convirtiéndose de esta forma en un mecanismo intrínseco al desarrollo sostenible.

- **Diálogo** estrecho con los **grupos de interés.**
- La **transparencia** y la **honestidad** como parte de su filosofía.
- **Promoción de la sostenibilidad** como parte de la estrategia empresarial a través de la integración de reportes anuales y su divulgación web.
- La **seguridad de la información** como responsabilidad con el cliente.

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

DIÁLOGO Y TRANSPARENCIA

ANGED defiende el diálogo como parte fundamental de una buena ética empresarial, de esa manera, mantienen siempre la escucha y participación de los grupos de interés a través de diferentes canales de comunicación.

La Comisión de Relaciones Laborales de ANGED mantiene una relación fluida entre las empresas y representantes de los trabajadores. En el último ejercicio, han mantenido un diálogo centrado en aspectos importantes relacionados con el convenio sectorial, como con las novedades y cambios normativos previstos en materia laboral como la igualdad en el empleo.

Desde hace varios años, las empresas asociadas y ANGED, realizan el reporte anual de su desempeño en materia de sostenibilidad, de forma que promueven una comunicación transparente con todos sus grupos de interés. Además, en la página web de ANGED, se publican apartados sobre la actualidad del sector, relacionados con la sostenibilidad.

ÉTICA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Las actuaciones enmarcadas en un comportamiento responsable con todos los grupos de interés y que genere valor para la sociedad, se recogen en código internos de todas las empresas de ANGED como por ejemplo el código ético o códigos de conducta.

Por lo tanto, las empresas asociadas defienden la transparencia y honestidad como factor clave en la lucha contra las malas prácticas empresariales y la corrupción. Por ello, incorporan en sus códigos éticos propios, valores, protocolos, y medidas que deben seguirse y que persiguen la buena praxis en todo momento y en cualquiera de sus áreas de negocio. Las compañías cuentan también con los mecanismos necesarios para velar por la prevención de blanqueo de capitales en línea con sus valores de integridad y responsabilidad.

En este sentido, se aplican medidas relacionadas con los pagos, cantidades, verificaciones, etc.; procedimientos de debida diligencia en relación con proveedores y análisis de riesgos derivados de las citadas cuestiones; y prohibiciones de aceptar regalos u otros beneficios que puedan ser constitutivos de delito, o incluso de comportamientos que no estén en línea con la ética y valores de las compañía aun estando dentro del marco legal.

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Las empresas asociadas a ANGED asumen el fuerte compromiso de gestionar los datos personales de forma responsable, bajo criterios éticos y conforme a las normativas vigentes.

Para ello se establecen políticas de privacidad y protección de datos, así como compromisos en los códigos de conducta, donde todas las personas que forman parte de las compañías, así como proveedores y otros actores vinculados a su actividad, deben aceptar para poder establecer una relación con las mismas.

Además, en un panorama tan digitalizado e interconectado, con flujos constantes de información, se hace incluso más imprescindible gestionar estratégicamente la seguridad de la información. Por este motivo, se impulsan fuertemente mecanismos como la ciberseguridad y servicios tecnológicos que garanticen la calidad y el buen funcionamiento de los sistemas.

Por estos motivos, las empresas de ANGED ofrecen formaciones a sus profesionales en temas relacionados con la protección de datos y el cumplimiento normativo.

DIGITALIZACIÓN

“Trabajamos para ser relevantes y competitivas en un mundo cada vez más digital „

La digitalización y la innovación tecnológica se posicionan como tendencias fundamentales para impulsar el desarrollo sostenible.

ANGED participa en diferentes grupos de trabajo y debates relacionados con la transformación digital del comercio como el Observatorio del Comercio 4.0 o el debate sobre la migración PSD2.

- **Un cuarto de la inversión total** de ANGED es en **transformación digital.**
- El nuevo enfoque digital repercute a todos los niveles de negocio y a lo largo de toda la cadena de valor.
- **Crecimiento del e-commerce**: tres veces más de compras online que hace 5 años.

DIGITALIZACIÓN

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La digitalización está transformando el entorno y las decisiones estratégicas, siendo un mecanismo transversal en todos los sectores económicos.

El avance de la transformación digital ha permitido a las empresas de ANGED mejorar su forma de operar y brindar valor a sus clientes a través de experiencias de compra más sencillas y dinámicas. En el último año, se ha dado un importante impulso a la transformación digital destinando un cuarto de la inversión total.

En este sentido, los avances y nuevos enfoques digitales repercuten en todos los niveles de la empresa y a lo largo de toda la cadena de valor.

Además, la digitalización surge como un factor clave en la búsqueda de nuevo talento y gestión de recursos humanos en las empresas, así como un mecanismo más eficiente para el desarrollo profesional de los empleados. Está afectando también a nuevos perfiles profesionales necesarios para el entorno omnicanal.

Por último, la transformación digital facilita unos entornos de colaboración más cercanos y dinámicos con las diferentes partes que forman las cadenas de suministro de las compañías. En este sentido, las empresas de ANGED cuentan con espacios conectados para interactuar de forma más ágil con los proveedores.

DIGITALIZACIÓN

OMNICANALIDAD

Este aumento de diferentes canales que caminan hacia la digitalización, responde a tendencias que son más o menos transversales a todas las compañías. Esto conlleva nuevas formas de comprar y un esfuerzo de adaptabilidad que repercute de forma positiva en factores como: competitividad, calidad, colaboración, eficiencia e innovación.

La apuesta por modelos omnicanal y el crecimiento de la facturación de la venta online ha supuesto para las compañías de ANGED una nueva oportunidad de integrar los canales offline y online que rompe las barreras del comercio tradicional. Las empresas han triplicado en cinco años el número de compras online.

Esta tendencia hacia la digitalización implica que las compañías asociadas desarrollen nuevas plataformas y aplicaciones que acercan nuevas experiencias a los clientes y demás grupos de interés. En este sentido destacamos:

- Nuevas alianzas con plataformas de distribución online.
- Formatos web y aplicaciones móviles con nuevas funcionalidades.
- Compras online desde la propia tienda física.
- Impulso de las redes sociales como canales de comunicación.

5 CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

5 CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

5.1. ANGED Y LA CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030

ANGED, como miembro de la Red Española de Pacto Mundial, entiende los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) como asuntos clave que marcarán las estrategias empresariales y la responsabilidad social corporativa de los próximos años.

Asegurar una mayor eficiencia en el consumo de los recursos, la economía circular, el ahorro de energía, la protección del entorno, la lucha contra el desperdicio o la inclusión social son cuestiones prioritarias.

Participación en la comisión de seguimiento de la Estrategia "Más alimento, menos desperdicios" coordinada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Pesca, para la prevención y reducción del desperdicio alimentario.

Contribución activa por la seguridad de productos y calidad de los alimentos a través de su participación en:

- El Consejo de Dirección y Consejo Consultivo de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESAN).
- Las redes de Alerta de productos de alimentación y de no alimentación.
- La Comisión Interministerial de Ordenación Alimentaria.
- El Observatorio de Nutrición y Obesidad.
- El Grupo de trabajo coordinado por la AESAN sobre la modificación del Código PAOS.
- La Comisión Técnica de Seguridad de los Productos.
- Reuniones anuales de la AESAN del Plan de Apoyo de personas alérgicas.
- El Grupo de trabajo sobre el anisakis coordinado por el MAPAMA.
- La Comisión de distribuidores de la Agencia Catalana de Seguridad Alimentaria.
- El Órgano Permanente de Seguridad Alimentaria (OPSA).
- Consejo Asesor de la Agencia de la Información y Control Alimentarios (AICA).
- Observatorio de la Cadena Alimentaria.

También firmó en 2019 su compromiso en la promoción de una dieta sana, mediante la reformulación de los alimentos y unos hábitos saludables con el Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar social. Asimismo, ha abordado asuntos como la modificación de algunas disposiciones de la normativa de higiene de los alimentos, la Estrategia Nacional de seguridad alimentaria, la modificación del reglamento de control de pesca o el Plan estratégico para la agroindustria de Andalucía, entre otros asuntos.

Participación en grupos de trabajo y debates relacionados con la migración al sistema de autenticación reforzada para clientes (SCA) como:

- La Comisión Permanente del Observatorio de Pagos con Tarjeta del Banco de España.
- El Comité Nacional de Pagos constituido por el Banco de España, una vez finalizados los trabajos del Observatorio para la migración a SEPA.

Intervención en otros grupos de trabajo en consonancia con la transformación del comercio como el Observatorio de Comercio 4.0 del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Colaboración con diferentes proyectos y estrategias para la economía circular y reducción del impacto de los residuos plásticos:

- La Directiva y directrices para la reducción del impacto de determinados plásticos.
- Las directrices europeas sobre residuos del Paquete de Economia Circular.
- Los Reglamentos europeos sobre ecodiseño y etiquetado energético.
- El Proyecto de Real Decreto de traslado de residuos.
- El Proyecto de Real Decreto de eliminación de residuos.
- Las propuestas legislativas sobre residuos y economia circular de Galicia y Comunidad Valenciana.
- El Decreto sobre el desperdicio alimentario de Castilla-La Mancha.
- La guía sobre la Ley Foral de residuos y los planes de residuos de Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana.
- La Estrategia del plástico de Canarias y la Estrategia de bolsas de Andalucía.
- El proyecto de Orden para la Plataforma Electrónica de Gestión de RAEE.
- El Anteproyecto de ley de cambio climático y transición energética.
- Estrategia del residuo textil en Cataluña.

También trabaja en comisiones de trabajo y organizaciones como:

- La Plataforma Tecnológica del Envase y Embalaje.
- La Plataforma por la Sostenibilidad de los Envases.
- El Patronato de la Fundación Ecopilas.
- Los grupos de trabajo de Ecoembes como el Legislativo y el de Distribución.
- La Comisión de Seguimiento del Pacto por la bolsa de la Agencia de Residuos de Cataluña.
- Taula Plastic Zero del Ayuntamiento de Barcelona.

Participación en el "Foro de Acción Sectorial y de Innovación" de la Cumbre del Clima (COP25) donde se expusieron las principales acciones y prácticas llevadas a cabo para reducir el impacto en el medioambiente del sector de la distribución.

Participación en grupos de trabajo e iniciativas enfocadas a alcanzar el desarrollo sostenible del sector como:

- El protocolo de colaboración para el Fomento de la Estabilidad de las relaciones Comerciales de Castilla y León.
- El código de buenas prácticas comerciales de Cataluña.
- El grupo de actividad del Sector Privado de la CEOE.
- El grupo de economistas de retail en Eurocommerce.
- Grupo de Trabajo Agroalimentario de Pacto Mundial.

5.2.
ACCIONES ALINEADAS CON LOS ODS

- Programas destinados a personas en riesgo de exclusión.

- Donación de alimentos a entidades sociales.
- Campañas de recogida de alimentos en establecimientos.

- Sensibilización sobre hábitos de vida saludable.
- Reformulación de la composición de nutricional de productos.
- Lucha contra el cáncer e investigación de enfermedades.

- Colaboraciones con instituciones educativas.
- Ayudas para la educación y formación.

- Integración de planes de igualdad.
- Promoción del talento femenino.
- Espacios de debate sobre la igualdad.

- Análisis huella hídrica.
- Eficiencia e innovación para el ahorro.

- Incremento de energías verdes.
- Producción de energía renovable in situ en varios establecimientos.
- Implantación de medidas de ahorro energético.

- Atracción y desarrollo profesional.
- Capacitación y empleabilidad de diferentes colectivos.
- Entorno de trabajo seguro.

- Modernización tecnologías y transformación digital.
- Procesos innovadores y más eficientes.

- Programas inclusivos de contratación.
- Integración de la diversidad generacional en las plantillas.
- Compromiso con la discapacidad.

- Minimización del impacto ambiental de la producción.
- Oferta de productos con certificación sostenible.
- Compromiso con la reducción de los residuos de plásticos.

- Actividades de prevención del cambio climático.
- Compromiso de reducción de las emisiones de GEI.

- Pesca sostenible.
- Limpieza de playas y entornos costeros.

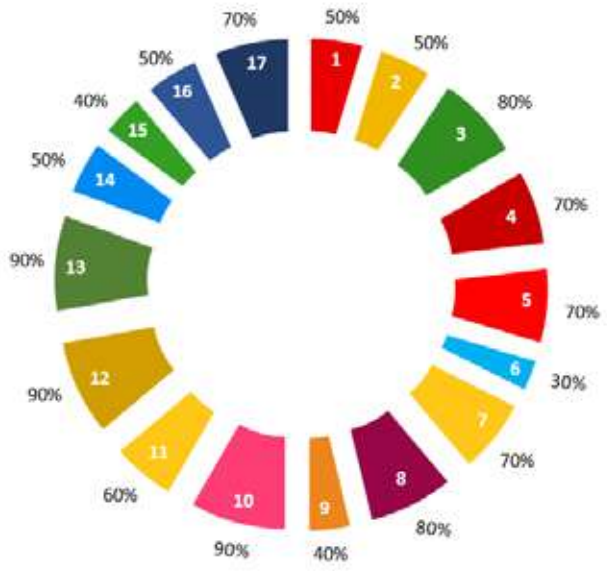
- Reforestaciones.
- Producción ecológica.

- Transparencia integrada en los modelos de negocio.
- Diálogo y participación con los grupos de interés.

- Alianzas con diferentes instituciones y organizaciones para alcanzar el consumo y desarrollo sostenible.
- Firmante de la Red Española de Pacto mundial.

5.3.
LOS ODS MÁS PRESENTES EN LAS COMPAÑÍAS

A través del análisis de la información pública disponible reportada en relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los compromisos públicos se ha elaborado el siguiente gráfico que refleja el alineamiento con los ODS dispuesta en las memorias de las compañías de ANGED.



Los ODS 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Promoción y consumo responsable) y 13 (Acción por el clima) son los ODS más reportados por las empresas que forman parte de ANGED.

Las compañías dedicadas al sector de la alimentación presentan una mayor incidencia en los ODS 2 (Hambre cero), 3 (Salud y bienestar), 12 (Promoción y consumo responsable) y 13 (Acción por el clima), siendo el ODS 2 (Hambre cero) clave para su actividad y hacia donde destinan parte de sus esfuerzos como la lucha contra el desperdicio alimentario.

En el sector textil las compañías hacen mayor incidencia en los ODS 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Promoción y consumo responsable), 13 (Acción por el clima) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos). El ODS 12 se considera relevante para el sector, parte de los compromisos adquiridos están relacionadas con la obtención de materias primas sostenibles, la minimización del uso de químicos y la reutilización de materiales.

Asimismo, en el ámbito de la electrónica, el 100% de las compañías analizadas reportan los ODS 3 (Salud y bienestar), 4 (Educación de calidad), 7 (Energía asequible y no contaminante), 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 10 (Reducción de las desigualdades), 12 (Promoción y consumo responsable) y 13 (Acción por el clima). Al igual que en el sector textil, el ODS 12 es hacia donde destinan una parte importante de sus iniciativas como la gestión responsable de residuos RAEE entre otras.

6 CASOS DE ÉXITO

6 CASOS DE ÉXITO

- ALCAMPO TRABAJA PARA REDUCIR SU IMPACTO AMBIENTAL
- LA INICIATIVA DE C&A PARA GENERAR VALOR EN EL MEDIO AMBIENTE
- LA PIONERA APLICACIÓN "RECICLAYA" DE CARREFOUR
- CONFORAMA COMPROMETIDA CON LA INCLUSIÓN SOCIAL
- EL COMPROMISO DEL CORTE INGLÉS POR LA ECONOMÍA CIRCULAR A TRAVÉS DE SU PROGRAMA "RESIDUO CERO"
- RECICLAJE DE CÁPSULAS DE CAFÉ
- LA INICIATIVA DE IKEA IBÉRICA PARA DAR UNA SEGUNDA VIDA A LOS MUEBLES
- 3ª EDICIÓN DE "HAZLO VERDE" DE LEROY MERLIN
- EL PLAN DE MEDIAMARKT PARA REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO
- LA MISIÓN CLIMÁTICA DE TENDAM
- EL INTERCAMBIO EFICIENTE DE WORTEN

ALCAMPO TRABAJA PARA REDUCIR SU IMPACTO AMBIENTAL

Alcampo es consciente de la importancia de hacer frente cambio climático, por ello, desde hace años, desarrolla una estrategia para conocer el impacto las emisiones GEI consecuencia del desarrollo de su actividad, para poder avanzar en planes de mejora concretos que favorezcan la reducción de su impacto ambiental.

De esta manera, cada año realiza el análisis de la Huella de carbono de sus establecimientos. La compañía empezó a realizar el estudio en sus hipermercados en 2010, que extendió 3 años después a sus supermercados.

Alcampo en 2019 ha dejado de emitir, con relación al ejercicio anterior, más de 50.500 toneladas de CO2e. Gran parte de la reducción se debe al consumo eléctrico, ya que desde 2018 la totalidad de la electricidad empleada en sus establecimientos es 100% de origen renovable, gracias a esta premisa han logrado más de 42.000 las toneladas de CO2e evitadas.

Desde el principio del desarrollo de su estrategia de reducción de emisiones de CO2, las emisiones de los hipermercados relacionadas el consumo de combustibles y de electricidad con han descendido un 81%, y en el caso de los supermercados la tasa disminuye un 91%.

50.500
tn de CO_2e menos con respecto al ejercicio anterior

100%
de la energía eléctrica es de origen renovable

42.000
tn de CO_2e evitadas

Hipermercados y supermercados:
Reducción del 100%
de las emisiones relacionadas con el consumo eléctrico (Alcance 2)

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

- Cambio climático
- Eficiencia energética y uso de energías renovables

C&A

LA INICIATIVA DE C&A PARA GENERAR VALOR EN EL MEDIO AMBIENTE

C&A se ha centrado en los dos últimos años en la aprobación de sus objetivos de sostenibilidad a través de la combinación de procesos respetuoso con el ciclo de la vida y el modelado de toda su cadena de valor. Enmarcados en este contexto, el nuevo hito para España y Portugal es la conversión de las tiendas en establecimientos climáticamente neutros.

Una protección del clima integrada sigue el principio de evitar las emisiones innecesarias, reducir las existentes y compensar las inevitables. Para poner en marcha esta medida, la compañía calculado todas las emisiones de CO2 que genera como empresa en sus tiendas, oficinas y centro de distribución.

El proceso de compensación de carbono se basa en el hecho de que los gases de efecto invernadero se distribuyen uniformemente en la atmósfera, por lo que la concentración de estos gases es similar en todo el mundo. Por esta razón, las emisiones que no pueden evitarse localmente, pueden compensarse con proyectos de compensación de carbono globales.

En este caso, el proyecto está basado en transformar las praderas degradadas de la localidad de Guanaré en Uruguay por bosques útiles. Dicha reforestación cuenta con la verificación VCS (Verified Carbon Standard) y está validada por la Rainforest permitiendo acumular alrededor de 7 millones de toneladas de CO2 durante todo el proyecto y más de 127.000 de toneladas de CO2 al año. Compensa un total de 21.665 toneladas de CO2 emitidas por tiendas, oficinas y centros de distribución, así como los trayectos de ida y vuelta al trabajo de los empleados en España y Portugal.

Con este proyecto C&A consigue hacer más sostenible su cadena de producción, combatir el calentamiento global a través de la silvicultura sostenible y aumentar la capacidad de almacenamiento de carbono de la biosfera.

21.665
tn de CO_2 relacionadas con la actividad en España han sido compensadas

7 millones
de tn de CO_2 acumuladas

127.000
de tn de CO_2 acumuladas al año

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

- Cambio climático
- Eficiencia energética y uso de energías renovables

Carrefour

LA PIONERA APLICACIÓN "RECICLAYA" DE CARREFOUR

En 2019, Carrefour puso a disposición de sus clientes una vanguardista aplicación móvil conocida como ReciclaYa. Esta aplicación permite a los usuarios descubrir de manera sencilla cómo separar en casa y reciclar los productos que han comprado, simplemente escaneando sus tickets de compra. Además, por al esfuerzo que realiza el consumidor por cada acción de reciclaje, se recompensa con dos puntos virtuales que el cliente puede luego canjear por descuentos en sus futuras compras.

De esta manera, se solventan dos grandes problemas que tienen los consumidores a la hora de reciclar: la falta de información sencilla y accesible para reciclar más y mejor, y la falta de incentivos a la hora de realizar esta labor de reciclaje en casa. Desde que la aplicación está disponible se han utilizado más de 235.000 tickets lo que ha contribuido al reciclado de 6,5 millones de productos y a evitar la emisión de 133 toneladas CO2. La aplicación dispone de más de 15.000 usuarios diarios con una fidelización de más del 14% de los usuarios.

Con esta aplicación Carrefour demuestra su compromiso con el medio ambiente y con los consumidores creando un nuevo canal de comunicación directa con sus clientes y con las marcas que participan en el proyecto, que además permite entender y mejorar los patrones de consumo y reciclaje de los consumidores en España. Al proporcionar a los consumidores una herramienta de fácil uso que incentiva el reciclaje, se realiza una tarea de sensibilización que aumenta la concienciación de los ciudadanos, generando un cambio de hábito.

Además de facilitar información de reciclaje e incentivos por las acciones de los clientes, ReciclaYa incorpora una nueva funcionalidad para ayudar en la transición alimentaria. La aplicación destaca ciertos productos que contribuyen a la transición alimentaria. Para ello informa de manera destacada al cliente cada vez que compra uno de dichos productos de la transición alimentaria, informa sobre porqué ese producto entra dentro de la transición alimentaria y además otorga 2 puntos extra por dicha compra. Con esta nueva funcionalidad ReciclaYa pretende influir en el proceso de compra futura, empoderar a los consumidores para que realicen una compra más sostenible y realizar un refuerzo positivo por la acción de compra de dichos productos.

La aplicación ReciclaYa cuenta con la colaboración activa de destacados proveedores de productos de gran consumo que han mostrado su compromiso con el medio ambiente y que han querido formar parte del proyecto, proporciona información de reciclabilidad de más de 50.000 productos.

Más de 15.000
usuarios activos diarios con una fidelización del 14%

Más de 235.000
tickets utilizados

Más de 6,5 millones
de productos reciclados

133
tn de CO_2 evitadas

Más de 50.000
artículos incluidos

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Digitalización

Economía circular

Impacto y vinculación con la sociedad

Conforama

CONFORAMA COMPROMETIDA CON LA INCLUSIÓN SOCIAL

Conforama lleva más de 2 años colaborando con Cruz Roja por la inclusión social. La iniciativa parte de la donación de piezas de mobiliario (sofás, colchones, muebles de salón, armarios, electrodomésticos, etc.) que son destinados principalmente para la rehabilitación, mejora y reacondicionamiento de hogares de familias en situación de vulnerabilidad social atendidas por Cruz Roja Española a través de sus programas de Intervención Social, así como para los fines generales de la organización, a través del resto de programas que llevan a cabo.

Es este último ejercicio la donación realizada de materiales y mobiliario fue valorada en 17.000 €.

La compañía pone su granito de arena cada año junto con Cruz Roja para apoyar proyectos de integración social, la lucha contra la cronificación de la pobreza y la atención a personas refugiadas.

Donación en 2019 de mobiliario por valor de

17.000€

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Economía circular

Impacto y vinculación con la sociedad

EL COMPROMISO DEL CORTE INGLÉS POR LA ECONOMÍA CIRCULAR A TRAVÉS DE SU PROGRAMA "RESIDUO CERO"

El Grupo El Corte Inglés está inmerso en un proceso de transición hacia un modelo de economía circular que prima la optimización de los recursos, la reducción del uso de materias primas y está alineado con la Estrategia Europea sobre Envases y los principales compromisos internacionales asumidos por la compañía. De este modo, ha intensificado sus esfuerzos mediante la implantación de un modelo más sostenible y eficiente en el uso de materiales y gestión de residuos.

En abril de 2019, El Corte Inglés se convirtió en la primera empresa española de distribución en conseguir la certificación Residuo Cero de AENOR. La aplicación del modelo de Residuo Cero significa que se ha implantado un sistema por el que todos los residuos generados, se gestionan y se valorizan, al menos en un 90%, evitando el depósito en vertedero. Además, permite conocer la trazabilidad total del ciclo de vida del residuo a través de una aplicación informática.

El primer paso para la implantación de esta certificación fueron los centros comerciales y plataformas de Galicia, alcanzando una valorización del 93,38% de los residuos. En el último año, se ha extendido a otras zonas geográficas, como Asturias, Castilla y León y Cantabria. El avance en estos resultados positivos, impulsa el objetivo de contar con el 100% de los centros del Corte Inglés bajo este modelo en 2022 y los establecimientos Supercor en España en 2025. Actualmente, el sistema de gestión Residuo Cero ya se encuentra implementado en 20 centros comerciales y plataformas de la compañía.

20
centros y plataformas ya han implementado el sistema Residuos Cero

93,38%
de los residuos valorizados en los centros y plataformas de Galicia

Implementación de residuos
100%
de los establecimientos y plataformas del Corte Inglés y Supercor en 2025

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Economía circular

Impacto y vinculación con la sociedad

RECICLAJE DE CÁPSULAS DE CAFÉ

EROSKI, como parte de sus 10 Compromisos por la salud y la sostenibilidad, ha desarrollado una iniciativa pionera para potenciar la economía circular: la recogida de cápsulas de café de cualquier material y marca en sus tiendas de alimentación para su posterior reciclaje. El proyecto se ha implantado de forma progresiva desde 2018, cuando se inició una prueba piloto en tiendas de País Vasco, Navarra y Baleares, hasta su extensión al resto de la red iniciada en 2019; esta ha culminado en septiembre 2020 con la instalación de los contenedores de reciclaje en todas las tiendas CAPRABO en Cataluña.

Debido a una creciente demanda de café en cápsulas monodosis, el residuo generado cada vez es mayor y el número de puntos de recogida es reducido al no poder depositarlo en el contenedor amarillo como otros envases. Esta iniciativa permite recuperar las materias primas de la cápsula y del residuo del café y facilitar a los clientes minimizar el impacto ambiental asociado su consumo.

EROSKI ha desarrollado este proyecto de reciclaje en estrecha colaboración con la empresa PLS POOLING. Se ha diseñado un proceso de logística inversa que contempla el envío de las cápsulas recogidas en cada tienda a las plataformas de EROSKI, reduciendo así el impacto del transporte en la gestión del residuo. Después, se llevan a gestores autorizados para su tratamiento y reciclado. El café se convierte en abono para sustrato de setas, hongos y otros compost, y el plástico y aluminio son reciclados y fundidos para generar nuevos envases.

Esta iniciativa se suma a otras ya implementadas para que sus procesos y productos estén orientados hacia la economía circular. Así, recicla al año más de 38.000 toneladas de papel, cartón y plástico, entre otros materiales; recoge más de 2.000 toneladas de residuos de sus clientes para su reciclaje; y está ecodiseñando el 100% de sus envases de marca propia para que sean 100% reciclables y reducir un 20% las toneladas de plástico de un solo uso en 2025 a través de la minimización del sobreenvasado y el uso de materiales renovables y reciclados, entre otras líneas de trabajo.

750
tiendas con contender de reciclaje de cápsulas de café

Más de 100
tn recogidas al año cuando estén los contenedores extendidos en toda la red

756
tiendas con contenedor de cápsulas de café instalado

Más de 30.000
kilos recogidos en los primeros meses de la iniciativa

1.800
kilos de plástico reciclados en los primeros meses de la iniciativa

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Economía circular

LA INICIATIVA DE IKEA IBÉRICA PARA DAR UNA SEGUNDA VIDA A LOS MUEBLES

Ikea ibérica entiende la sostenibilidad como parte integral de su modelo de negocio, por eso incorpora la sostenibilidad dentro de las dimensiones principales de su "Diseño Democrático".

Cada vez se alejan más del modelo económico tradicional de "tomar-hacer-deshacerse" y se encaminan hacia uno que sea regenerativo por diseño. Su objetivo es retener el mayor valor posible de los recursos, productos, piezas y materiales para crear un sistema que permita una larga vida útil, reutilización óptima, renovación, refabricación y reciclaje.

En 2016 lanzaron su iniciativa Salvemos los Muebles, una plataforma que funciona a nivel nacional y que adapta la economía circular a medidas orientadas al usuario para que cuide, repare, customice, revenda o done sus productos, alargando su vida útil. El objetivo es evitar que los productos acaben en el vertedero y puedan encontrar una vida mejor.

Asimismo, Ikea recompra muebles usados a sus clientes que posteriormente pone a la venta para puedan ser reutilizados por otros usuarios.

En 2019, Ikea ha entregado 55.400 pedidos de tornillería en tiendas físicas y 20.233 a domicilio para alargar la vida de los productos. Además, ha comprado 969 productos de segunda mano a sus clientes para buscarles un nuevo hogar.

75.633
pedidos de tornillería surtidos para alargar la vida a los productos

969
productos recomprados a clientes

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Economía circular

Impacto y vinculación con la sociedad

3ª EDICIÓN DE "HAZLO VERDE" DE LEROY MERLIN

Leroy Merlin quiere ayudar a construir un futuro con una conciencia social basada en la sostenibilidad. Con el objetivo de fomentar hábitos de vida respetuosos con el medio ambiente desde la infancia, la compañía ha desarrollado "Hazlo Verde", un proyecto innovador dirigido a alumnos de primaria con el que difundir entre ellos y sus familias valores sobre el desarrollo sostenible y el cuidado del planeta. En las tres primeras ediciones de "Hazlo Verde" han participado 386.541 niños y niñas.

El programa hace público desde su página web www.hazloverde.es, materiales didácticos desarrollados por pedagogos que permiten al usuario conocer los retos de ambientales actuales. Además, también se desarrollan talleres presenciales en centros escolares en los que se trabajan conductas sostenibles y respetuosas con el medioambiente. Los talleres son impartidos por voluntarios de Leroy Merlin de toda España. La 3º edición ha contado con más de 1.400 voluntarios y más de 1.200 centros participantes.

Por último, el programa también incluye el concurso escolar Hazlo Verde, donde cada grupo-aula presenta un trabajo con propuestas de mejora relacionadas con el medio ambiente y la comunidad acordes con la temática de la edición.

La 3º edición del concurso, se ha titulado "Misión #SomosLaRaíz". En esta ocasión se centró en potenciar entre los más pequeños una conciencia medioambiental y la adopción de compromisos de actuación frente a los ODS ambientales, reforzando la participación ciudadana. En esta edición participaron 153.375 niños y niñas de 3º a 6º de primaria de 1.018 centros educativos y se presentaron 321 proyectos al concurso. A través de sus participantes, este programa tiene un alcance potencial de más de 400.000 personas. La cuarta edición de Hazlo Verde y la misión #PlasticFree se extenderá también a los cursos de secundaria.

Hazlo Verde se asienta poco a poco entre la comunidad educativa y los niños como un referente ambiental que les ayuda a empoderarse para cambiar el mundo y hacerlo más sostenible.

386.541
niños y niñas participantes en las 3 primeras ediciones

Más de 1.400
voluntarios (10% de la plantilla)

Más de 7.800
alumnos han participado en los talleres

Más de 1.200
centros han participado en el programa

Más de 153.300
alumnos partiparon en la 3ª edición del Concurso "Házlo Verde" con más de 321 proyectos presentados

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Cambio climático

Impacto y vinculación con la sociedad

EL PLAN DE MEDIAMARKT PARA REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO

MediaMarkt ha puesto en marcha su nueva iniciativa "Saving Energy Comprometid@s", que tiene como objetivos optimizar el consumo energético, minimizar su impacto ambiental y promocionar la cultura del ahorro energético dentro de la compañía.

MediaMarkt se marcó como objetivo dejar de emitir unos 300.000 kg de CO2 equivalente a la atmósfera en 2019, lo que supone un 2% menos en relación al ejercicio anterior. El objetivo fue establecido gracias a su colaboración con Cruz Roja que ayudó a relacionarlo con la situación de pobreza energética que viven muchas familias, ya que el consumo medio diario de un establecimiento equivale al de 83 familias.

Para lograrlo, los establecimientos pusieron en marcha una serie de medidas como aprovechar al máximo la luz natural, hacer un buen uso de los sistemas de climatización, desenchufar todos los aparatos eléctricos que no estén en funcionamiento o regular el encendido y apagado de las tiendas fuera del horario comercial, entre otras medidas.

Se elaboró cartelería digital, manuales, tips con consejos y material audiovisual, todo ello para dar visibilidad e impacto a la campaña, buscando la implicación de todas las personas que trabajan en la compañía.

Al final del ejercicio, la campaña superó el objetivo previsto, alcanzando un ahorro de 490.305 kg de CO2 equivalente de emisiones evitadas, lo que supone un 3 % menos respecto a 2018.

Esta iniciativa surgió dentro del compromiso firme de MediaMarkt por acercar la tecnología a las personas, siempre de forma responsable y sostenible con el entorno.

490.305
kg de CO_2 equivalente de emisiones evitadas

3%
menos respecto al ejercicio anterior

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

- Cambio climático
- Eficiencia energética y uso de energías renovables

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

MISIÓN CLIMÁTICA DE TENDAM

Tendam focaliza sus esfuerzos en la integración de la eficiencia energética. En 2019 ha reducido un 30% sus emisiones de CO2 a la atmósfera y ha alcanzado su compromiso de adquisición de energía de origen renovable en todas sus operaciones en España.

La compañía dispone de más 800 puntos de venta en España, donde las tiendas se convierten en puntos críticos del consumo eléctrico de su actividad directa. Por eso, los factores ambientales y las condiciones de diseño de cada uno de los espacios, lleva a que cada proyecto de apertura o de reforma sea un proyecto en sí mismo de uso racional de la energía, teniendo en cuenta mejoras tanto en iluminación como en las instalaciones térmicas y de refrigeración para conseguir la mayor eficiencia energética y maximizar nuestros criterios de sostenibilidad.

Durante el 2020, en 100% de la energía consumida por las operaciones del grupo en España, será Energía Renovable, lo que se corresponde con el 80% de la compra de energía eléctrica de sus operaciones propias.

Así, el 100% de esta energía tendrá certificación con Garantía de Origen (GdOs) emitida por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). De esta manera, se reducirá significativamente la huella de carbono ya que evitará la emisión de unas 30.000 toneladas estimadas de CO2 a la atmósfera.

Esto se suma a la reducción ya efectiva del 30% de las emisiones de CO2 durante el 2019. La compañía ha realizado grandes avances en sus compromisos con el cambio climático, alineando sus objetivos con iniciativas internacionales que mediante la cooperación sectorial y multinacional aúnen esfuerzos para la consecución del reto de la descarbonización para el 2050. Su próximo objetivo será alcanzar el 100% de energía renovable consumida en otros países en 2030.

Así, Tendam se ha incorporado a nuevas iniciativas globales de Naciones Unidas como el Fashion Industry Charter for Climate Action, la iniciativa Business Ambition for 1.5°, y el Fashion Pact, la gran apuesta del sector, fruto de la cumbre G7 en la lucha para proteger el clima, los océanos y la biodiversidad.

30%
Reducción del de las emisiones de CO_2 durante 2019

100%
de energía renovable en España

Objetivo: 100%
de energía renovable consumida en otros países en 2030

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

- Cambio climático
- Eficiencia energética y uso de energías renovables

worten

EL INTERCAMBIO EFICIENTE DE WORTEN

Con motivo de conmemoración del día Mundial del Medioambiente, Worten ha creado una pionera campaña de acción denominada "Intercambio Eficiente". La iniciativa busca promover buenas prácticas de consumo entre sus clientes, para que las personas apuesten por la compra de electrodomésticos A++ o A+++ y entreguen su antiguo aparato, con el fin de poder reciclarlo. Por cada aparato reciclado, Worten planta un árbol al final de la campaña como contribución a la reforestación de la península.

La campaña ya se encuentra en su segunda edición, en 2018 se plantaron 400 árboles en la Reserva ecológica Hacienda de Mellado, el término municipal de Cártama, en la provincia de Málaga. El bosque Worten de Cártama supuso la reforestación de 5.000 m2, en un terreno degradado, en el que, además, se está contribuyendo a la regeneración de un área de reproducción del camaleón y multitud de especies protegidas. La reforestación se llevó a cabo en colaboración con Bosquia y la asociación malagueña Almijara.

Se espera que, en los próximos 30 años, el Bosque Worten de Cártama absorba unas 240 toneladas de CO2, un hecho fundamental para el medio ambiente y la prosperidad de la biodiversidad en la zona, que pone de manifiesto el relevante papel que desempeñan los bosques en la lucha contra el cambio climático.
En esta última edición de 2019, debido a la crisis provocada por la COVID-19, la plantación se ha visto retrasada hasta el 2021.

400
árboles plantados

5.000
m₂ de reforestación

241
tn de CO_2 serán absorbidas en los próximos 30 años

ASUNTOS MATERIALES RELACIONADOS

Cambio climático

Economía circular

C/ Velázquez, 24 - 5º Dcha. 28001 Madrid
(+34) 915 223 004
@ANGED_es
@latiendadelfuturoanged