

ALDI Nord  
Memoria de Seguimiento 2020





# ÍNDICE

## 1. PRÓLOGO

## 2. DESTACADOS

## 3. PROGRAMA CR

## 4. DERECHOS HUMANOS

1. DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y MARCO INTERNACIONAL
2. DILIGENCIA DEBIDA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS EN NUESTRAS CADENAS DE SUMINISTRO
3. ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS DE RIESGO

## 5. NORMAS LABORALES

1. RESPONSABILIDAD A LO LARGO DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO
2. APRECIACIÓN DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS EN ALDI NORD

## 6. PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE

1. NUESTRO COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL CLIMA
2. ADHESIÓN A LA INICIATIVA DE OBJETIVOS BASADOS EN CIENCIA
3. PROTECCIÓN DEL CLIMA EN LA CADENA DE SUMINISTRO
4. PROTECCIÓN DEL CLIMA EN EDIFICIOS
5. ENERGÍAS RENOVABLES: MÁS ELECTRICIDAD VERDE PARA 2021
6. MEJORAS SOSTENIBLES EN EL ALGODÓN
7. REDUCIR LOS PRODUCTOS QUÍMICOS EN LA PRODUCCIÓN
8. RECICLAJE Y LA CADENA DE SUMINISTRO
9. FOMENTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR: NUESTROS OBJETIVOS DE ENVASES
10. REDUCIR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS: NUESTROS OBJETIVOS
11. CÓMO DEFINIMOS LA REGIONALIDAD: NUESTRA DIRECTIVA

12. ETIQUETADO DE PRODUCTOS: EL ETIQUETADO NUTRICIONAL AMPLIADO COMO AYUDA PARA LA TOMA DE DECISIONES
13. UN SURTIDO MÁS SOSTENIBLE

## 7. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

1. GESTIÓN EMPRESARIAL ORIENTADA A LOS VALORES
2. NUESTRA COMPRENSIÓN DEL COMPLIANCE
3. SISTEMA ESTRUCTURADO DE GESTIÓN DEL COMPLIANCE
4. ARRAIGO EN LA EMPRESA

## 8. CIFRAS CLAVE

1. GESTIÓN
2. CLIENTE Y PRODUCTO
3. CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS
4. CLIMA Y MEDIOAMBIENTE
5. COLABORADORES Y SOCIEDAD

## 9. PERFIL DE LA MEMORIA

## 10. AVISO LEGAL Y CONTACTO



# PRÓLOGO

## ESTIMADOS LECTORES Y LECTORAS,

También para ALDI Nord el año 2020 estuvo marcado en gran medida por la pandemia del COVID-19. Como proveedores de alimentos, tenemos una responsabilidad especialmente grande en esta crisis. Adoptamos medidas anticipadas en la primavera de 2020: Gracias a las estrictas medidas de higiene y protección –tanto para los empleados como para nuestros clientes– pudimos garantizar la seguridad de las compras incluso durante la pandemia. Además, creamos y pusimos a disposición rápidamente los requisitos técnicos para el teletrabajo en todos aquellos departamentos donde era factible. Ya sea en las tiendas, en los almacenes o desde casa, todos los empleados de ALDI se desempeñaron extraordinariamente bien en esta situación de estrés extraordinario. Los centros de ALDI han mostrado su agradecimiento a los empleados de las tiendas y centros logísticos por su incansable esfuerzo con una paga especial o un vale de tienda.

La pandemia del Coronavirus nos demostró el año pasado de manera impresionante que, en tiempos de crisis, lo que se necesita no es una actitud tímida de espera, sino una acción decisiva. Esta lección debe aplicarse también a otras crisis, cuyos efectos no son menos dramáticos: la crisis climática. Por eso, hemos intensificado una vez más nuestro

esfuerzo por la protección del clima: en julio de 2020 nos convertimos en una de los primeros supermercados de descuento en unirse a la “[Science Based Targets Initiative](#)”. Al adherirnos, nos comprometemos a establecer objetivos vinculantes y científicamente verificados para reducir nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en los próximos dos años, en línea con el objetivo de 1,5 grados del Acuerdo Climático de París. En 2022 proporcionaremos información sobre estos nuevos objetivos.

En el último año no hemos reducido nuestro compromiso con la sostenibilidad, a pesar de la pandemia. Concretamente, en la reducción de los residuos de plástico a finales de 2020 habremos dejado de vender productos de plástico de un solo uso como platos, cubiertos, vasos, pajitas y bastoncillos de algodón en todo el Grupo ALDI Nord. También en 2021 hemos adoptado nuevos objetivos internacionales asociados a los envases. En concreto, uno de estos objetivos define que para 2025, los envases de plástico de nuestros productos de marca propia deberán estar compuestos de media por un 30 % de material reciclado como mínimo. Otro hito del año de la Memoria es la definición de nuestras nuevas directrices internacionales sobre la prevención de las pérdidas y el desperdicio de alimentos. Regula la gestión de los

excedentes de alimentos y es vinculante para las empresas de ALDI y sus socios comerciales. Ya desde hace años, ALDI Nord aplica numerosas medidas destinadas a reducir al máximo las pérdidas y el desperdicio de alimentos. Con las nuevas directrices, hemos creado un marco vinculante para todo el grupo de empresas.

En esta Memoria de seguimiento, basada en los requisitos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (United Nations Global Compact – UNGC), informamos de estos y otros avances. Ya en 2017, ALDI Nord se convirtió en el primer minorista de alimentación de descuento en unirse al UNGC y, desde entonces, se ha comprometido a defender sus diez principios. Junto con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (Sustainable Development Goals, SDG) de las Naciones Unidas, estos constituyen la base para el desarrollo ulterior de nuestras estrategias de sostenibilidad.

Les deseo una lectura informativa.

### Rolf Buyle

Managing Director  
International Buying  
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

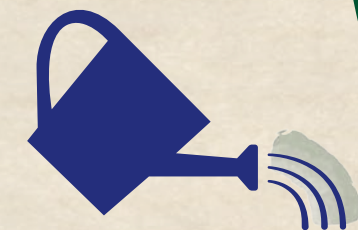




## DESTACADOS: 6 AÑOS DE MEMORIAS

**2016**

16.000 MWh de electricidad de origen renovable generada con instalaciones fotovoltaicas, casi el doble que el año anterior (en todo el Grupo ALDI Nord).



**2015**

Se crea el departamento de Responsabilidad Corporativa (CR, por sus siglas en inglés) de ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG en Alemania. También se establecen paulatinamente las estructuras correspondientes en los demás países.

**2016**

Se publica la primera Memoria de Sostenibilidad de ALDI Nord, así como la Política de Responsabilidad Corporativa.

**2015**

Se crea ALDI CR-Support Asia Ltd. en Hong Kong.

**2017**

Adhesión al Pacto Mundial de la ONU, una iniciativa de las Naciones Unidas para la gestión sostenible y responsable de las empresas.

**2018**

Se publica nuestra Política de mitigación del cambio climático, que incluye un ambicioso objetivo climático.

**2018**

Las bolsas de plástico de un solo uso se empiezan a eliminar en los primeros países.

**2020**

El primer producto climáticamente neutro está disponible en ALDI Nord.

**2020**

1.178 productos ecológicos de marca propia con el sello ecológico de la UE en nuestros surtidos, lo que supone un aumento de más del 170 % en comparación con 2015.

**2019**

Más de 8.600 encuestados relacionados con ALDI sobre sus opiniones en relación a la sostenibilidad.

**2020**

Alrededor de 38.000 toneladas menos de material de embalaje en comparación con 2015 gracias al Compromiso ALDI en la apuesta por envases sostenibles.





## PROGRAMA CR 2020 – INTERNACIONAL

## CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
20 % menos de plástico virgen en los envases de marca propia para 2025	Reducción del peso total de los envases de marca propia fabricados con plástico virgen en ALDI Nord en un 20 %, como mínimo (excluyendo los envases de frutas y verduras) –en proporción a las ventas– para finales de 2025 (año base 2020).		Nuevo objetivo.		12.2 12.5
30 % de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025	30 % de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025 (como mínimo y en promedio).		Nuevo objetivo.		12.2 12.5
100 % de materiales reciclados y/o con certificado de sostenibilidad para todos los envases para final de 2020	Conversión en ALDI Nord de todos los envases de producto de nueva compra a materiales con certificación de sostenibilidad (FSC®, PEFC™, Ecolabel o estándares comparables) o a materiales con al menos un 70 % de contenido reciclado –según disponibilidad– para finales de 2020. El requisito se aplica a todos los productos de marca propia dentro del surtido fijo, temporal y especiales de alimentación.		Proyecto en curso. El 70 % de los envases fueron certificados en 2020.	 	12.2 12.5 15.2
100 % de envases reutilizables, reciclables o compostables a final de 2025	100 % de envases de marca propia que sea reutilizables, reciclables o compostables en todos los centros de ALDI a final de 2025.		Proyecto en curso.		12.2 12.5
15 % menos de envases para finales de 2025	Reducción del peso total del material de embalaje de las marcas propias (excluyendo la fruta y la verdura) en ALDI Nord en un 15 % –respecto a las ventas– para finales de 2025 (año base 2020).		Proyecto en curso.		12.2 12.5
Mayas reutilizables para frutas y verduras	Introducción de mayas reutilizables para frutas y verduras en todas las tiendas de ALDI.		Proyecto en curso. Las mallas reutilizables ya están disponibles en Alemania, Dinamarca, Portugal y España.		12.2 12.5
Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las bolsas de sección) para final de 2021	Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las de sección) para final de 2021. Para conseguirlo, se aumentará el surtido de las bolsas reutilizables. Estas bolsas deben poderse reparar y/o lavar, ser fácilmente reconocibles como reutilizables y tener en cuenta el tacto y la comodidad de transporte. Las bolsas que no cumplan estos requisitos no formarán parte de este objetivo. Las bolsas de papel no se consideran dentro de este objetivo.		Proyecto en curso. En Bélgica, Dinamarca, Alemania, Francia (según la legislación francesa), Luxemburgo, Países Bajos y Polonia se han implantado exclusivamente bolsas reutilizables. En la actualidad, el objetivo se sigue implementando en Portugal y España. Aquí se venderán las últimas bolsas de plástico de un solo uso en 2021.		12.2 12.5

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo


















Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
Prohibición de los productos de un solo uso de plástico para finales de 2020	Finalización de la venta de productos de plástico de un solo uso como platos, vasos, pajitas, agitadores y bastoncillos de algodón en todos los centros de ALDI para finales de 2020. Los artículos indispensables se sustituirán por alternativas más respetuosas con el medio ambiente o reutilizables.		Objetivo conseguido.		12.2 12.5
100 % de frutas y verduras ecológicas sin envasar o uso de alternativas de envasado respetuosas con el medio ambiente para finales de 2023	El 100 % de nuestros productos ecológicos (frutas y verduras ecológicas) estarán sin envasar o envasados de forma más sostenible en todas las empresas de ALDI para finales de 2023. El uso de plástico debe reducirse al mínimo, teniendo en cuenta la calidad del producto y la reducción del desperdicio alimentario.		Proyecto en curso.		12.2 12.5
Incremento de la proporción de artículos no envasados en la categoría de fruta y verdura (al menos un 40%) para final de 2025	Al menos el 40 % de frutas y verduras estarán sin envasar en todas las tiendas de ALDI para finales de 2025. En el caso de los productos que necesitan ser envasados, sólo se utilizan envases sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.		Proyecto en curso. El objetivo ya se ha alcanzado en Portugal y Polonia.		12.2 12.5
Eliminación de las entrecapas de plástico en las cajas para final de 2021	Se eliminará el 100 % de las entrecapas de plástico de las cajas de fruta y verdura en todas las filiales de ALDI para final de 2021.		Proyecto en curso. Este objetivo ya se ha alcanzado en los Países Bajos. En Bélgica, el 95 % de las entrecapas de plástico de las cajas de fruta y verdura ya se han convertido a cartón.		12.2 12.5
Optimización de la composición del 100 % de los productos para niños para finales de 2021	Estandarización de los criterios para productos destinados a niños en ALDI Nord, de acuerdo con las directrices nacionales, procurando al mismo tiempo cumplir con las recomendaciones de la OMS. Los productos para niños que no cumplan se eliminarán o se reetiquetarán hacia finales de 2021. Se deben optimizar todos los productos para niños, independientemente de la categoría del producto.		Proyecto en curso.		
Evitar el marketing dirigido a niños de productos no saludables y apostar por la promoción de productos más saludables para finales de 2021	Evitar el marketing de productos no saludables para niños y apostar por la publicidad y promoción de productos saludables (incluidas fruta y verdura) en todas las filiales ALDI hasta finales de 2021, con la excepción de las ofertas especiales, por ejemplo, en Navidad.		Proyecto en curso.		2.2
Introducción de productos infantiles de marca propia para finales de 2021	Lanzamiento y comercialización de una nueva marca infantil de ALDI para finales de 2021.		Proyecto en curso.		
Cooperación con al menos un socio en el ámbito nacional o internacional en el surtido de productos para niños hacia finales de 2021	Cooperación con proveedores, organizaciones y expertos para mejorar el actual surtido de productos para niños y para trabajar en innovaciones para todas las filiales ALDI hacia finales de 2021.		Proyecto en curso.		17.16

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo conseguido Continuo



Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
Mejora de la composición nutricional en el 100 % de categorías definidas para finales de 2022	Mejora de productos mediante la optimización de la composición nutricional (p. ej., reducción de la sal, el azúcar o la grasa, o aumento de la fibra) y oferta de un surtido de productos fiables para clientes con necesidades dietéticas especiales en las categorías de productos del desayuno, lácteos, alimentos preparados, congelados y bebidas no alcohólicas en todas las filiales ALDI para finales de 2022.	 2022	Proyecto en curso.		2.2
Ampliación del etiquetado nutricional	Introducción del etiquetado nutricional (por ejemplo, Nutri-Score, The Keyhole) en todos los países de ALDI para los productos de marca propia.	 ∞	Proyecto en curso. ALDI Francia y ALDI Bélgica empezaron a utilizarlo en 2020. A principios de 2021, ALDI Nord Alemania, ALDI España y ALDI Portugal registraron las primeras marcas, que saldrán al mercado a lo largo del año.	 	2.2 12.8
Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos	Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos (por ejemplo, bienestar animal, productos veganos, producción ecológica, mejora del etiquetado nutricional y proyectos sociales) en todos los centros de ALDI.	 ∞	Proyecto en curso.		12.8
Ampliación del surtido de productos ecológicos	Identificación de las lagunas en el surtido ecológico en cada país de ALDI y en cada grupo de productos, así como el listado de los productos que faltan en el surtido.	 ∞	Proyecto en curso. 1.290 productos en 2020; +9,5 % en comparación con el año anterior.		
Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos	Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos, incluyendo certificaciones (por ejemplo, V-Label) en todos los centros de ALDI.	 ∞	Proyecto en curso. 633 productos en 2020; +27,4 % en comparación con el año anterior.		
Introducción de una marca propia para productos vegetarianos y veganos en todos los nuevos productos/compras para finales de 2021	Introducción de una marca propia para productos vegetarianos y veganos para todos los nuevos productos o compras en todos los países de ALDI para finales de 2021.	 2021	Proyecto en curso.		
Etiquetado del 100 % de los productos vegetarianos y veganos para todos los nuevos productos/compras a partir de 2021	100 % de etiquetado de todos los productos vegetarianos y veganos (p. ej., V-Label/flor vegana) para todos los nuevos productos o compras en todos los centros de ALDI, con un interés especial en los artículos no alimentarios a partir de 2021.	 ∞	Proyecto en curso.		12.8
Directrices para minimizar el desperdicio alimentario hasta finales de 2020	Introducción de unas directrices, a final de 2020, para gestionar correctamente aquellos alimentos que ya no pueden comercializarse en las tiendas de ALDI (anteriormente 2017).		Objetivo conseguido. La publicación de las directrices tuvo lugar en marzo de 2021.		
Integración del 100 % de las tiendas en cooperaciones para reducir los residuos de alimentos hacia finales de 2021	Colaboración para 2021 del 100 % de las tiendas de ALDI con ONG para reducir el desperdicio alimentario (p. ej., Tafel, To Good To Go, Refood).  El objetivo se alcanza si cada tienda trabaja con regularidad* con uno o más colaboradores potenciales.	 2021	Proyecto en curso. El 80,9 % de las tiendas donaron alimentos que ya no se podían vender. Un 6,2 % más que el año anterior.		17.16

\*Con regularidad significa donaciones que se repiten tantas veces como sea posible por ambas partes.

Clave


















 Nuevo  Proceso en curso  Objetivo conseguido  Continuo





## CLIENTE Y PRODUCTO

## CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado 2020 y próximos pasos	ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	<b>Introducción de productos elaborados a partir de excedentes alimentarios para finales de 2021</b>	 2021 Proyecto en curso.	
	<b>Etiquetado del 100 % de los productos nacionales para todos los productos o compras nuevas para finales de 2021</b>	 2021 Proyecto en curso.	 12.8
	<b>Desarrollo de surtidos de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021</b>	 2021 Proyecto en curso.	
	<b>100% de productos de marca propia vegetarianos y veganos con soja sostenible para finales de 2021</b>	 2021 Proyecto en curso.	
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	<b>Aceite de palma 100 % certificado por la RSPO para finales de 2019</b>	 Objetivo conseguido. 99,3% en 2020. Este dato hace referencia a aceite de palma, aceite de palmiste y derivados con certificación física. Aunque siempre nos esforzamos por aumentar esta proporción, los derivados y las fracciones no siempre están disponibles en calidad certificada físicamente y, por lo tanto, están cubiertos por nosotros a través de certificados Book & Claim.	 12.2  15.2
	<b>Ampliación del café sostenible certificado para finales de 2020</b>	 Objetivo conseguido.	 12.2
	<b>40 % de materia prima sostenible certificada en infusiones de frutas y hierbas para finales de 2020</b>	 Objetivo conseguido.	 12.2
	<b>100 % de madera certificada sostenible para finales de 2020</b>	 Objetivo conseguido. 93,2% en 2020. Consideramos que nuestro objetivo se ha alcanzado, ya que se están examinando casos excepcionales y se está exigiendo el cumplimiento de nuestros requisitos y adaptaciones.	 12.2  15.2
	<b>100 % de algodón sostenible certificado para finales de 2025</b>	 2025 Proyecto en curso. Publicación de la Política Internacional de Compra de Algodón 2020; 64,1 % en 2020; +27,9 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.	 12.2

Clave

 Nuevo  Proceso en curso  Objetivo conseguido  Continuo



Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
100 % de plantas y flores certificadas	Aumento continuo de la proporción de plantas y flores sostenibles certificadas (por ejemplo, GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todas las filiales de ALDI.		Proyecto en curso.	12.2
Evaluación social de todos los productores de frutas y hortalizas	Aumento continuo de la proporción de frutas y verduras sostenibles certificadas (por ejemplo, GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todas las filiales de ALDI.		Proyecto en curso.	
Ampliación de los criterios sobre el bienestar animal	Ampliación continua de los sistemas de auditoría y certificación, así como de los estándares propios en todos los centros de ALDI, que van más allá de los requisitos legales e incluyen aspectos sobre el bienestar animal.		Proyecto en curso. Se han realizado intensos esfuerzos para seguir mejorando el bienestar animal de forma generalizada en 2020. En 2021 publicaremos una actualización de la Política Internacional de Compra sobre el bienestar animal. Con la publicación, consideramos que este objetivo se habrá alcanzado.	
Prohibición de todas las sustancias químicas definidas para finales de 2020 y con carácter continuo	Prohibición de determinados grupos de sustancias químicas en la fabricación de productos de marca propia de ropa de vestir, textiles para el hogar y calzado para finales de 2020 y de forma continuada (Compromiso Detox de ALDI) en todos los países de ALDI.		Proyecto en curso. Quedó claro que la industria no cumplirá sus compromisos en el marco del Compromiso Detox 2020. Tras la hoja de ruta adoptada, se publicaron varios informes de progreso de Detox y el informe final. Sin embargo, los retos son considerables, por lo que se seguirá trabajando con los socios de la cadena de suministro para mejorar la gestión de los productos químicos en los próximos años y para perseguir los objetivos definidos.  Tras la finalización del Compromiso Detox de ALDI, se está llevando a cabo un proceso de mejora continua para seguir avanzando en la eliminación progresiva de sustancias químicas peligrosas dentro de las cadenas de suministro. Debido a la complejidad, será necesario un trabajo continuo para lograr el objetivo paso a paso. Por ello, definiremos nuevos objetivos que contribuyan a esta meta.	3.9 6.3 12.4
Participación en iniciativas del sector	Ampliación del diálogo con los principales grupos de interés, en particular, mediante la participación en iniciativas sectoriales en todos los países de ALDI.		Proyecto en curso.	17.16

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo



CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Identificar los impactos sobre los derechos humanos y proporcionar información transparente en línea con nuestra estrategia de diligencia debida		Nuevo objetivo.		8.8
	Introducción de mecanismos de queja		Nuevo objetivo.		8.8
	Mayor implementación de las evaluaciones de los proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa		Nuevo objetivo.		8.8
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Reducción del 40 % de las emisiones de gases de efecto invernadero para finales de 2021		Proyecto en curso. Reducción en un 31 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en 2020 con respecto al año base 2015.  El objetivo era aumentar la eficiencia. En un siguiente paso, se planificarán y aplicarán más medidas de eficiencia con un mayor enfoque en la electricidad verde.	 	7.2 7.3 13.3
	Instalación de sistemas fotovoltaicos en tiendas		Proyecto en curso. 777 de las tiendas están equipadas con plantas fotovoltaicas. Un 34 % más que el año anterior.	 	7.2 9.4
	Iluminación LED en todas las tiendas nuevas a final de 2019		Objetivo parcialmente alcanzado. La tecnología de iluminación LED se ha instalado en las nuevas tiendas de todos los países desde 2016. Seguimos trabajando en la iluminación exterior.	 	8.4 9.4
	Iluminación LED en las tiendas ya existentes		Objetivo conseguido.	 	8.4 9.4
	Iluminación LED en centros logísticos		Proyecto en curso. La remodelación ya se ha realizado en Bélgica, Dinamarca y Alemania. La conversión a LED también está prevista o se está llevando a cabo en nuestros centros logísticos de Francia, Países Bajos, Polonia y España.	 	8.4 9.4
	ALDI Nord anima a sus proveedores estratégicos, responsables del 75% de las emisiones de la cadena de suministro a fijarse objetivos de reducción con base científica		Nuevo objetivo.		

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo conseguido Continuo





## DERECHOS HUMANOS

Para nosotros, la responsabilidad no empieza en las tiendas. Incluso en el cultivo de materias primas como el aceite de palma o el cacao, apostamos por una mayor sostenibilidad. Trabajamos intensamente para mejorar permanentemente las condiciones de trabajo en los centros de producción de nuestros proveedores.



## PRINCIPIO 1

APOYO Y RESPETO  
A LOS DERECHOS HUMANOS

## PRINCIPIO 2

EXCLUSIÓN DE LAS VIOLACIONES  
DE LOS DERECHOS HUMANOS



## DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y MARCO INTERNACIONAL

Como distribuidor internacional con cadenas de suministro muy ramificadas, consideramos que es nuestra responsabilidad respetar los derechos humanos y prevenir su violación. Con la “[Declaración de Principios sobre el Respeto a los Derechos Humanos](#)” en ALDI Nord nos hemos comprometido con los “Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos” (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights, UNGP) desde 2018.

Nuestra experiencia demuestra que ha llegado el momento de dar el siguiente paso y aspirar a una normativa legal que regule la diligencia debida de las empresas en materia de derechos humanos. Por eso estamos claramente a favor de una normativa europea sobre la responsabilidad de la cadena de suministro. En septiembre de 2020, publicamos un [comunicado de posicionamiento](#) en este sentido. En nuestra opinión, una ley de este tipo es una parte importante de una solución internacional para crear condiciones justas de competencia e impulsar el cambio.

Ya en 2008 nos comprometimos a cumplir con el [Código de Conducta amfori BSCI](#) al adherirnos a la “amfori BSCI” (Business Social Compliance Initiative). Al igual que nuestra Declaración de Principios, sus directrices se basan en numerosos acuerdos internacionales, como las normas laborales básicas de la Organización Internacional del Trabajo (International Labour Organiza-

tion, ILO), la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (UN), la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, la Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y las Directrices para las Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD). Los valores y normas establecidos allí también se reflejan en otras normas y reglamentos del Grupo ALDI Nord: Entre ellos, nuestra [Política de Responsabilidad Corporativa \(CR\)](#), que es vinculante desde hace años, y el “Acuerdo Complementario sobre estándares sociales: Compromiso con unas condiciones laborales dignas y justas en nuestras cadenas de suministro”. Estos proporcionan a los empleados de ALDI y a nuestros socios comerciales un marco de actuación vinculante. En el año de la Memoria, también publicamos nuevas directrices para hacer frente al [trabajo forzoso e infantil](#). Con estas directrices, reiteramos que cualquier forma de servidumbre o esclavitud, trabajo forzado u obligatorio, peonaje, tráfico de personas, trabajo involuntario o trabajo infantil es inaceptable en nuestro negocio o a lo largo de nuestras cadenas de suministro. Para el Día Internacional de la Mujer 2021, también enviamos una señal clara para reducir la discriminación y promover la igualdad mediante la firma de los “Principios para el empoderamiento de las mujeres” de las

Naciones Unidas. Como parte de esto, estamos comprometidos con la igualdad salarial por un trabajo de igual valor y la igualdad de género, tanto a lo largo de nuestras cadenas de suministro globales como dentro de nuestro grupo de empresas.

## DILIGENCIA DEBIDA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS EN NUESTRAS CADENAS DE SUMINISTRO

Somos conscientes de que la producción de bienes a lo largo de cadenas de suministro complejas está asociada a riesgos. Por ello, identificamos continuamente los riesgos relacionados con los derechos humanos y tomamos medidas para mitigar los impactos negativos en nuestras cadenas de suministro. Lo hacemos, entre otras cosas, mediante el análisis continuo de los puntos conflictivos, el seguimiento, la investigación y el diálogo con los grupos de interés. También realizamos evaluaciones continuas para identificar posibles riesgos en nuestras cadenas de suministro. En 2020, empezamos a realizar periódicamente evaluaciones de riesgo entre grupos de materias primas en relación con los derechos humanos y los aspectos medioambientales en nuestras cadenas de suministro. El objetivo de

estos análisis es que los riesgos sean comparables entre sí. Esto nos permite identificar qué productos, materias primas, países de producción y cuestiones transversales debemos abordar con alta prioridad debido a sus riesgos e impactos. También realizamos Evaluaciones de Impacto sobre los Derechos Humanos (Human Rights Impact Assessments, HRIA) para los productos o materias primas de alta prioridad seleccionados. Con esta herramienta queremos obtener una visión más profunda de las cadenas de suministro. También nos permite comprometernos con las partes interesadas y definir acciones efectivas. Si identificamos vulneraciones específicas de los derechos humanos en nuestras cadenas de suministro, respondemos inmediatamente y tomamos medidas correctivas. En 2021, llevaremos a cabo un total de tres de estas HRIA relativas a los riesgos para los derechos humanos en las cadenas de suministro de riesgo. Publicaremos los resultados iniciales y las medidas resultantes en los sitios web a finales de 2021. Nuestro objetivo es realizar hasta doce HRIA –al menos una evaluación por cada cadena de suministro de alto riesgo– para finales de 2025 y también publicar los resultados.

## EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO *IN SITU*

Para garantizar el cumplimiento de los requisitos de derechos humanos en nuestras cadenas de suministro, comprobamos las condiciones de trabajo *in situ* con los productores. Por ejemplo,



desde 2019 realizamos controles en nuestras cadenas de suministro de alto riesgo en colaboración con proveedores de servicios externos: las llamadas ALDI Producer Assessments (APA). En el año de la Memoria, realizamos APA en nuestras cadenas de suministro de frutas y verduras, como piñas, plátanos y cítricos. A finales de 2020, desarrollamos un enfoque que vincula nuestra evaluación de proveedores (CRSE) (véase el capítulo de Normas Laborales) con las APA. Desde principios de 2021, se han llevado a cabo alrededor de 55 auditorías en las cadenas de suministro de piña y plátano en África, así como en América Latina; se completaron a finales de mayo de 2021. Continuaremos con el enfoque de vincular ambos métodos de auditoría en 2022. También se ampliará a los aguacates y cítricos.

En el sector no alimentario, nos informamos regularmente de las condiciones de trabajo en las instalaciones de producción de nuestros proveedores en los países de riesgo. Lo hacemos con la ayuda de exhaustivas auditorías y certificaciones sociales realizadas por proveedores de servicios externos, así como con nuestras propias inspecciones de los centros de producción. (ALDI Social Assessments – ASA). *In situ*, entablamos un intercambio con los grupos de interés y los posibles afectados para identificar y prevenir mejor en una fase temprana las posibles violaciones de los derechos humanos. En caso de infracciones graves de nuestros requisitos, entra en vigor un proceso definido contractualmente. Las posibles consecuencias van desde las advertencias por escrito hasta el cese de la relación comercial. En el año de la Memoria, realizamos 307 ASA en diez países, la mayoría de ellas en China (50 %). Debido a la pandemia del COVID-19, este año por primera vez hemos gestionado a distancia unos dos tercios de

las ASA para proteger a los trabajadores presenciales. El personal de los departamentos de CR de Bangladesh y Hong Kong realizaron las auditorías por videoconferencia, mientras que proveedores de servicios locales llevaron a cabo las comprobaciones *in situ*. En 59 centros de producción auditados había deficiencias críticas en ámbitos como la salud y la seguridad en el trabajo. Estas deficiencias suelen ser el resultado de retos estructurales en los países productores. Estamos trabajando para afrontar estos retos a través de iniciativas de múltiples grupos de interés, como la “Alianza para los Textiles Sostenibles”. Cuando se detectan problemas, intentamos desarrollar soluciones junto con los proveedores y productores, por ejemplo, para mejorar las condiciones laborales a lo largo de nuestras cadenas de suministro. En caso de infracciones reiteradas y falta de progreso, solemos bloquear el centro de producción en cuestión para que no pueda recibir nuevos pedidos.

## ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN PARA LA COMPRA DE MATERIAS PRIMAS DE RIESGO

En el futuro, haremos especial hincapié en las materias primas de riesgo identificadas en los países de origen relevantes. Para ello, aplicaremos medidas específicas en el marco de las estrategias internacionales de adquisición responsable. Ya estamos reduciendo los riesgos relacionados con los derechos humanos en nuestras cadenas de suministro de productos alimentarios y no alimentarios con diversos instrumentos: Entre ellos, la aplicación de los estándares de auditoría y certificación establecidos en las compras o la cualificación de las instalaciones de producción de textiles para la confección en Bangladesh, país de alto riesgo, como parte del proyecto ALDI

Factory Advancement (AFA). Durante el periodo de la Memoria, hemos seguido desarrollando el Proyecto AFA, junto con varios centros de producción y socios comerciales. De esta manera queremos independizar a las fábricas del apoyo de los formadores externos del Proyecto AFA. Hasta ahora, han ayudado a los empleados y directivos locales a abordar los problemas en el lugar de trabajo de forma independiente y a encontrar sus propias soluciones sostenibles. Mientras tanto, empleados y directivos seleccionados de los centros de producción han asumido ellos mismos el papel de formadores. Como consecuencia de la pandemia del COVID-19, las instalaciones de producción tuvieron que suspender temporalmente sus actividades y el proyecto se suspendió durante cuatro meses a partir de abril. Además, hemos sustituido los actos presenciales por formación virtual y hemos sensibilizado a los centros de producción con material informativo sobre cómo hacer frente al coronavirus. Se trata de las directrices de seguridad y salud laboral para la reapertura de las instalaciones de producción tras el cierre y las directrices de seguridad relacionadas con el COVID-19 para el funcionamiento diario de la fábrica.

Nuestra cooperación con una Organización No Gubernamental de Bangladesh en el Proyecto AFA finalizó en abril de 2021 (más información sobre el proyecto: véase Memoria de Sostenibilidad 2019). Actualmente estamos desarrollando un programa de seguimiento que combina la formación *in situ* y las actividades en el puesto de trabajo. Los planes incluyen una guardería en la comunidad. La oferta también puede ser aprovechada por otras familias que trabajen en fábricas que no producen para ALDI. Al hacerlo, asumimos la responsabilidad más allá de nuestras propias cadenas de suministro.

Además de nuestros controles internos, también queremos que nuestros clientes y las ONG puedan rastrear el origen de nuestros textiles y calzado. La publicación de nuestros principales centros de producción, incluyendo sus direcciones y el número aproximado de empleados, son los primeros pasos necesarios para rastrear nuestros productos a lo largo de la cadena de suministro. Con ello, cumplimos nuestro compromiso de transparencia –el “Transparency Pledge”–, formulado por una alianza de nueve grupos de derechos humanos y sindicatos. Desde 2020, también publicamos todos nuestros principales centros de producción en la plataforma “Open Apparel Registry”.

## MEJORA CONTINUA Y TRANSPARENCIA

La aplicación de la diligencia debida en materia de derechos humanos es un proceso de desarrollo continuo. Por ello, revisamos continuamente nuestras estrategias, procesos y herramientas de responsabilidad corporativa (CR). Además, actualmente estamos planificando una formación *online* para nuestros proveedores en ALDI Nord sobre las directrices y procesos de diligencia debida en materia de derechos humanos. Informamos de forma transparente sobre nuestros progresos, medidas y objetivos en el marco de nuestras Memorias de Sostenibilidad y en nuestras páginas web.



## NORMAS LABORALES

Alrededor de 79.000 colaboradores y colaboradoras de ALDI contribuyen de forma decisiva a nuestro éxito. Les ofrecemos un empleo seguro, condiciones atractivas y perspectivas de desarrollo a largo plazo.

También asumimos responsabilidades a lo largo de nuestras cadenas de suministro y defendemos unas condiciones de trabajo justas.



## PRINCIPIO 3

RESPETO A LA  
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

## PRINCIPIO 4

ELIMINACIÓN  
DEL TRABAJO FORZOSO

## PRINCIPIO 5

ABOLICIÓN  
DEL TRABAJO INFANTIL

## PRINCIPIO 6

ELIMINACIÓN  
DE LA DISCRIMINACIÓN



## RESPONSABILIDAD A LO LARGO DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Para nosotros, la responsabilidad no empieza sólo en nuestras tiendas, y tampoco termina ahí. Estamos trabajando para mejorar la sostenibilidad de nuestras cadenas de suministro. Nuestro objetivo es crear mejores condiciones de trabajo y permitir una cooperación justa entre los minoristas, los proveedores y las industrias anteriores. Algunos aspectos son especialmente relevantes para nosotros como minoristas, ya que podemos influir en ellos con más fuerza a través de nuestras actividades comerciales: por ejemplo, las cuestiones de salud y seguridad, la libertad de asociación, el salario y la jornada laboral, y la lucha contra la discriminación, el trabajo infantil y el trabajo forzoso.

Por eso, planteamos requisitos claros en cuanto a las condiciones de trabajo. Exigimos a nuestros proveedores el cumplimiento del Código de Conducta "amfori BSCI" (BSCI – Business Social Compliance Initiative). Controlamos y evaluamos su cumplimiento mediante inspecciones *in situ* y auditorías realizadas por inspectores independientes. En 2020, ALDI CR-Support Asia Ltd. en Hong Kong revisó aproximadamente 7.000 informes de auditoría de auditores externos. Esperamos que todos nuestros proveedores rectifiquen cualquier defecto lo antes posible, de acuerdo con los planes de acción correctiva acordados. Hemos introducido nuestras propias auditorías, las llamadas ALDI Producer Assessments (APA), para nuestras cadenas de suministro de alimentos (véase la sección "Derechos humanos"). En los

próximos años, nos gustaría ampliarlas a todas las cadenas de suministro de alto riesgo y aumentar continuamente el número de estas auditorías. También en el sector no alimentario obtenemos regularmente una imagen de las condiciones de trabajo en las instalaciones de producción de nuestros proveedores en los países de riesgo. Para ello, llevamos a cabo nuestras propias inspecciones de las instalaciones de producción (ALDI Social Assessments – ASA) e implementamos auditorías y certificaciones sociales exhaustivas con la ayuda de proveedores de servicios externos.

Además, hacemos que nuestros proveedores se comprometan a mejorar continuamente las condiciones laborales y sociales de los centros de producción o productores suministradores. Todos los centros de producción que suministran a nuestras empresas proveedoras que estén ubicados en países de riesgo según la clasificación de amfori deben acreditar sus estándares sociales: Puede tratarse de una auditoría amfori BSCI válida, una certificación SA8000 o una auditoría social válida comparable, como la Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de Sedex (SMETA). Desde 2020 también aceptamos las auditorías sociales de la "Fair Wear Foundation" (FWF).

## NUESTRO COMPROMISO CON LA INDUSTRIA TEXTIL

Además de las auditorías externas, también llevamos a cabo las ALDI Social Assessments (ASA) en la industria textil y otras medidas como parte del ALDI Factory Advancement Project (AFA – ver sección "Derechos humanos"). También abordamos los complejos retos a los que se enfrenta el sector colaborando estrechamente con otras empresas, gobiernos, ONG y sindicatos, y participando activamente en iniciativas del sector y *multistakeholder*. En el capítulo "Grupos de interés y redes" de la Memoria de Sostenibilidad 2019 se puede encontrar un resumen de todas las afiliaciones y compromisos.

En el futuro, queremos desarrollar conceptos para proyectos piloto que mejoren el acceso a los mecanismos de reclamación en las cadenas de suministro pertinentes, teniendo en cuenta los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights – UNGP). Además, las fábricas de ropa de Bangladesh en las que se producen productos para ALDI Nord están incluidas en el sistema de reclamaciones del "Acuerdo sobre Seguridad contra Incendios y Construcciones de Bangladesh" (Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh). Desde nuestro punto de vista, el Acuerdo es un instrumento crucial para la mejora continua de la seguridad de los trabajadores de la industria textil local, también en su forma futura como "Ready-Made Garments" (RMG) Sustainability Council (RSC).

Además, participamos en la iniciativa de "salarios dignos" dentro de la Alianza para una industria textil sostenible: En este marco, hemos revisado nuestras prácticas de compra en 2019 y 2020 utilizando la "Purchasing Practices Self Assessment" (PPSA). En este análisis participaron todos los países de ALDI y también ALDI CR-Support Asia Ltd. en Hong Kong. A partir de los resultados, se elaboró y aplicó el correspondiente plan de acción. En 2021, continuaremos con este análisis y ampliaremos el enfoque en nuestros proveedores y centros de producción con las llamadas Purchasing Practices Assessments (PPA).

## HASTA 2027: EVALUACIONES DE PROVEEDORES DE TODAS LAS MATERIAS PRIMAS DE RIESGO

Para evaluar los estándares sociales de nuestros proveedores, utilizamos nuestra Evaluación de Proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa (Corporate Responsibility Supplier Evaluation, CRSE) para revisar su capacidad de seleccionar lugares de producción adecuados y mejorar continuamente sus estándares laborales y sociales.

El proceso de evaluación de la CRSE se aplicó al calzado a principios de 2020, seguido por el bricolaje y productos para el hogar a partir de mediados de 2021. Además, en 2020 iniciamos un proyecto piloto para la cadena de suministro



de pescado y marisco, especialmente para el atún. En 2020 también revisamos concienzudamente nuestro grupo internacional de proveedores de textiles de vestir para ALDI Nord: El objetivo es consolidar la cartera de proveedores y poner fin a las relaciones comerciales con los proveedores que han recibido repetidamente calificaciones negativas. En los próximos años, continuaremos con la evaluación exhaustiva de la Responsabilidad Corporativa de los proveedores y los centros de producción en combinación con reuniones estratégicas. Las CRSE deben aplicarse a todas las cadenas de suministro de alto riesgo antes de 2027.

A largo plazo, nos proponemos acompañar estas medidas con el desarrollo de estrategias de compra éticamente responsable en toda la empresa (Ethical Sourcing). El objetivo es integrar otros criterios de responsabilidad corporativa (CR) en nuestras decisiones de compra, además de las certificaciones. Por ejemplo, hay que tener en cuenta cómo los proveedores controlan las condiciones de trabajo en origen y si promueven programas especiales que proporcionen apoyo adicional *in situ* a los trabajadores y sus familias.

## CERTIFICACIONES Y AFILIACIONES

A los productores de frutas y verduras, así como de flores y plantas, les exigimos una certificación GLOBALG.A.P. válida según el Estándar de Aseguramiento Integrado de Fincas (Integrated Farm Assurance Standard – IFA) en combinación con una evaluación social como el “GRASP” (“GLOBALG.A.P Risk Assessment on Social Practice”) o un estándar social equivalente o

superior. A finales de 2020, el porcentaje de productores con el certificado correspondiente era de casi el 100 % para todo el Grupo ALDI Nord. En 2017, de acuerdo con nuestros requisitos internacionales de CR, empezamos a comprar bananas ecológicas con certificación “Fairtrade” o “Rainforest Alliance”\*. Sólo en ALDI Polonia se comercializan bananas con certificación ecológica y Rainforest Alliance (sin Fairtrade). Desde 2019, se aplican normas similares a la compra de piñas en todo el Grupo: Debe haber al menos una certificación Fairtrade o “SCS Sustainably Grown”. En el marco de nuestra Política Internacional de Compra de Flores y Plantas, desde 2020 los centros de ALDI solo venden flores y plantas certificadas como sostenibles.

Como miembro de la iniciativa “Foro del Cacao Sostenible en Alemania”, apoyamos desde 2015 el proyecto “PRO-PLANTEURS”, que mejora las condiciones de trabajo y de vida de los productores de cacao en Costa de Marfil. Seguiremos apoyando a PRO-PLANTEURS en la segunda fase del proyecto, de 2020 a 2025. En 2020, nos convertimos en el primer supermercado de descuento en unirse a la iniciativa Open Chain de Tony’s Chocolonely, que trabaja para proteger los derechos humanos en la producción de chocolate. Juntos, perseguimos la misión de cambiar las normas imperantes en la industria del cacao, mejorando las condiciones de trabajo a lo largo de las cadenas de suministro y aumen-

\* En la Memoria de Sostenibilidad 2019 comunicamos que ya se suministraban bananas con certificado de sostenibilidad en todos los países de ALDI Nord desde 2017. En 2017, sin embargo, esto solo se aplicó a las sociedades de ALDI en Bélgica, Alemania y los Países Bajos.

tando la transparencia en el abastecimiento de granos de cacao. Desde la primavera de 2021, el chocolate está disponible en tres variedades bajo la marca propia Choceur en todas las tiendas de Alemania. El producto también aparecerá a nivel internacional en 2021 en los países de ALDI, como artículo promocional y también en el surtido estándar.

En el caso de las infusiones de hierbas y frutas, alrededor del 51 % de los artículos de marca propia en todas las sociedades de ALDI contaban con certificado de sostenibilidad (UEBT/UTZ, sello ecológico de la UE, certificación Fairtrade o UTZ/Rainforest Alliance) a finales de 2020. Así, hemos superado nuestro objetivo de aumentar el porcentaje de materias primas de infusiones de hierbas y frutas con certificado de sostenibilidad en los artículos de marca propia hasta el 40 % para finales de 2020.

## APRECIACIÓN DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS EN ALDI NORD

Los más de 79.000 colaboradores y colaboradoras actuales de ALDI han sido siempre uno de los pilares del éxito de las sociedades de ALDI. Nuestros principios de Recursos Humanos (RRHH) y la llamada marca de empleador se construyen sobre esta base. Adoptamos un enfoque holístico que abarca todos los ámbitos de los RRHH (ver Memo-

ria de Sostenibilidad 2019). En 2020, debido a los retos relacionados con la pandemia de COVID-19, el trabajo de RRHH se centró principalmente en la digitalización: El foco de atención fue la colaboración digital, los procesos, la formación, el diálogo con los colaboradores y colaboradoras y la introducción de medios digitales. El desarrollo de la comprensión del liderazgo en tiempos de colaboración digital también estaba en la agenda.

## ORGANIZACIÓN EN ALDI NORD

La competencia en materia de personal se organiza a nivel local. El enfoque descentralizado garantiza que los asuntos regionales se traten de la mejor manera posible y de forma específica para cada lugar. La base común para el trabajo de RRHH son las pautas de RRHH, nuestra filosofía de empresa, y nuestra filosofía de dirección “Auténticos emprendedores”. Desde 2019, estamos invirtiendo en la ampliación y el fortalecimiento de los equipos de RRHH en las sociedades de ALDI. Por ejemplo, en un gran número de sociedades regionales se creó el puesto de HR Business Partner, que, como “agentes del cambio” (“Change Agents”) se encargan de aplicar los principios comunes de RRHH. Se centran en los colaboradores y colaboradoras y garantizan un alto nivel de calidad en el trabajo de RRHH. Hemos continuado este desarrollo en 2020.

La libertad de reunión está garantizada en los centros de ALDI Nord. En los países de ALDI Nord también hay representantes de los trabajadores o se dialoga directamente con los respectivos sindicatos (ver la Memoria de Sostenibilidad 2015).





## DIVERSIDAD LLEVADA A LA PRÁCTICA Y FIDELIZACIÓN DEL PERSONAL COLABORADOR

En los nueve países europeos en los que operan los centros de ALDI trabajan personas de todo el mundo. Esta diversidad forma parte de ALDI Nord, porque enriquece la cooperación y refleja también la diversidad de nuestros clientes. Todo el personal de ALDI debe tener las mismas oportunidades, independientemente de su sexo, edad, afiliación religiosa o visión del mundo, identidad sexual, origen o discapacidad física. Los centros de ALDI rechazan cualquier forma de discriminación. Nuestros valores también se recogen en la Política de Responsabilidad Corporativa de ALDI Nord. En 2020, las mujeres representaban aproximadamente el 67 % del total de la plantilla (2019: 65 %). La proporción de mujeres en puestos de dirección fue del 34 % en el año de referencia (2019: 32 %). Además, aproximadamente la mitad de nuestras tiendas están dirigidas por mujeres. Consideramos que esto confirma nuestra filosofía de centrarnos claramente en el rendimiento individual a la hora de cubrir los puestos directivos. Al firmar los Principios para el empoderamiento de las mujeres ("Women's Empowerment Principles") de las Naciones Unidas en marzo de 2021, hemos reafirmado nuestro compromiso por una mayor igualdad de género en nuestro Grupo y a lo largo de nuestras cadenas de suministro internacionales también hacia el exterior.

El objetivo de ALDI Nord es ofrecer relaciones laborales a largo plazo con una remuneración y condiciones de trabajo justas. La mayoría de los contratos de trabajo en los centros de ALDI son indefinidos (casi el 79 % en 2020). En compara-

ción con el sector retail, ALDI Nord siempre se ha beneficiado de una fidelidad del personal colaborador superior a la media. Todos los colaboradores y colaboradoras de ALDI –independientemente de su sexo– reciben una remuneración justa en función de su rendimiento.

## SEGURIDAD LABORAL Y PROTECCIÓN DE LA SALUD

Responsabilizarse del bienestar de los colaboradores y colaboradoras forma parte de la propia imagen de las sociedades de ALDI. Nos centramos en las medidas de salud y seguridad, las medidas sanitarias preventivas, las condiciones salariales y contractuales justas y la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores y colaboradoras. Al mismo tiempo, estas medidas promueven su compromiso y motivación. En 2020, también nos enfrentamos a un reto especial por la pandemia del COVID-19. El Grupo ALDI Nord reaccionó con prontitud a las exigencias derivadas de la pandemia mundial y asumió su responsabilidad con la salud de sus colaboradores y clientes. Ya en la primavera de 2020 se facilitaron los requisitos técnicos necesarios para los departamentos en los que es posible el teletrabajo. Esto afectó sobre todo a las áreas de administración y servicios. Al mismo tiempo, cuando es necesario el contacto directo con el cliente, hemos establecido amplias medidas de protección para colaboradores y clientes. De este modo, las operaciones de trabajo y el suministro de alimentos estaban garantizados en todo momento en todos los paí-

ses del Grupo. Gracias a esto, ALDI Nord pudo estar a la altura de su responsabilidad como empleador y proveedor de alimentos incluso durante la pandemia.

## GESTIÓN DE CANDIDATOS

Para garantizar el suministro de productos a la población durante la pandemia, ALDI Nord ha contratado a más trabajadores en 2020. El objetivo sigue siendo apoyar el crecimiento del personal y proporcionar a los solicitantes un acceso rápido y fácil a ALDI Nord. Los programas de incorporación, como los ALDI POWER DAYS, de una semana de duración y enfocados a los nuevos colaboradores y colaboradoras de Compras de ALDI, se llevaron a cabo de forma totalmente digital a raíz de la pandemia del COVID-19.

## FORMACIÓN CONTINUA

La formación sistemática de los colaboradores y colaboradoras es un elemento clave para garantizar el éxito a largo plazo de ALDI Nord. Por eso en 2019 creamos la Academia ALDI. El objetivo es establecer una serie de programas de formación continua en Alemania. Entre otras cosas, hasta ahora hemos ofrecido *coaching* de liderazgo, así como formación sobre cómo dar *feedback*, el liderazgo situacional y la participación activa de los colaboradores. Estos cursos de formación continua ayudan al equipo directivo –y con ello también a toda la plantilla de ALDI– a adaptarse mejor a las necesidades de los clientes. A pesar de los desafíos resultantes

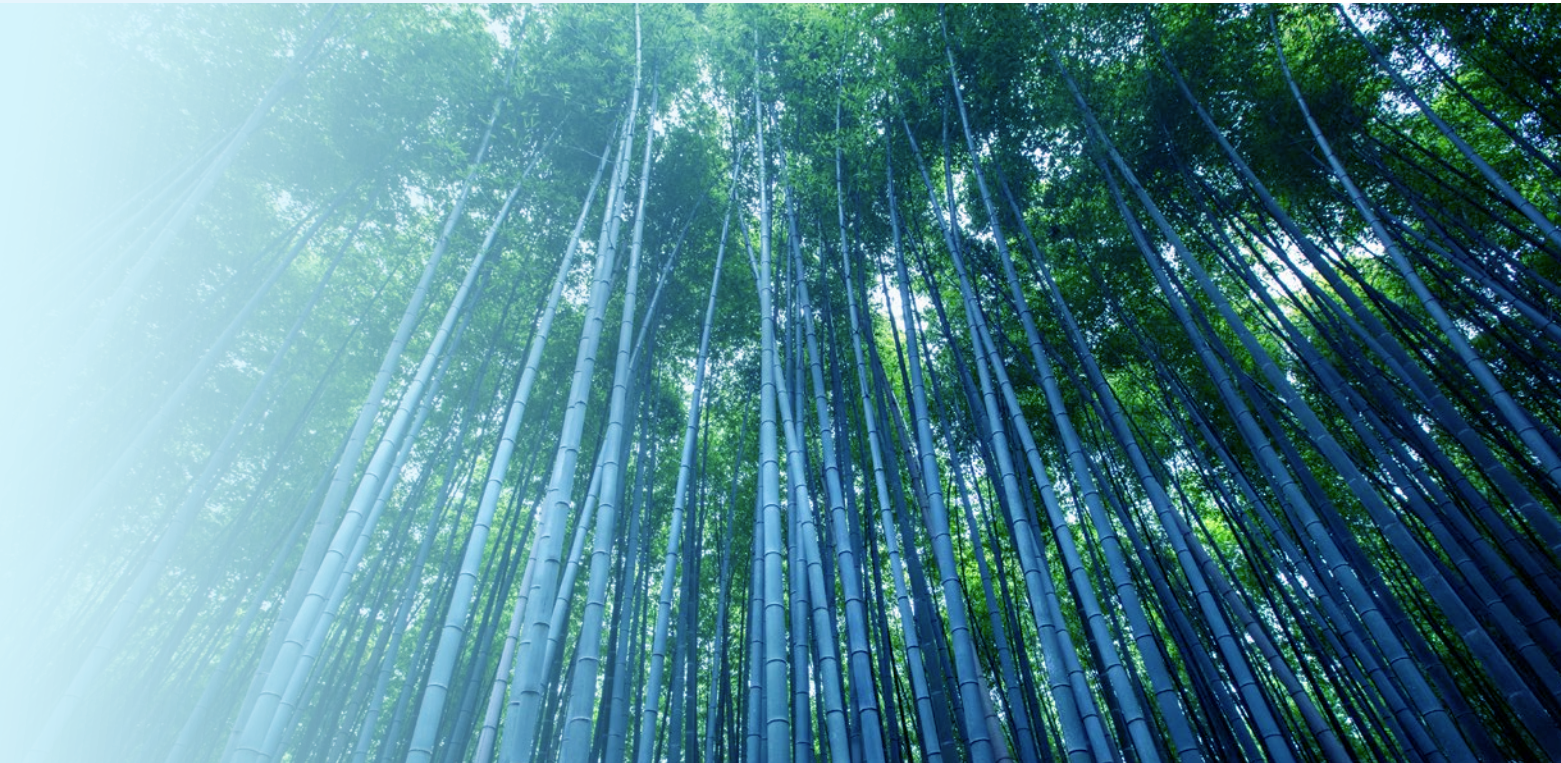
de la pandemia del COVID-19, las ofertas de formación continua se ampliaron a otros grupos de colaboradores en 2020, ya que las ofertas pasaron a formatos de aprendizaje digital. Estos van desde cursos de idiomas on line hasta una amplia formación en gestión de proyectos. El plan de establecer la Academia ALDI en otros países no pudo llevarse a cabo en 2020 debido a la pandemia. Sin embargo, ya existen programas de formación en los demás países y seguirán estando disponibles.

## SISTEMAS DE QUEJAS

Con la introducción de sistemas de quejas, estamos cumpliendo nuestra obligación como empleador de investigar la discriminación. En ALDI Países Bajos, los colaboradores y colaboradoras pueden informar confidencialmente a un consejero sobre la discriminación, el acoso, la intimidación u otros comportamientos indeseables. En España, desde 2019 está activo un nuevo sistema de denuncia (Whistleblowing Line) entre otras posibilidades de denuncia de incidentes de discriminación. A través de este sistema, el personal puede acceder a un protocolo que informa sobre la prevención y el tratamiento de los abusos en el lugar de trabajo. Desde 2020, después de ALDI Nord Alemania y ALDI Francia, ALDI Polonia, ALDI España, ALDI Países Bajos, ALDI Portugal y ALDI Dinamarca también introdujeron sistemas de quejas para denunciar casos de discriminación.

## PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE

Ahorrar energía y conservar recursos: este requisito se aplica en las tiendas, en la logística y en nuestras sedes administrativas. Los objetivos climáticos correspondientes están arraigados en todo el Grupo. También estamos comprometidos con el fomento de la conciencia medioambiental, desde los envases sostenibles hasta evitar el desperdicio de alimentos.



### PRINCIPIO 7

PROTECCIÓN PREVENTIVA  
DEL MEDIO AMBIENTE

---

### PRINCIPIO 8

FOMENTO DE LA  
RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

---

### PRINCIPIO 9

FOMENTO DE TECNOLOGÍAS  
RESPETUOSAS  
CON EL MEDIO AMBIENTE

---





## NUESTRO COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DEL CLIMA

La protección del clima es uno de los mayores retos sociales de nuestro tiempo. Por eso hacemos especial hincapié en reducir nuestro consumo de energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>.

En 2018, publicamos nuestro objetivo climático actual: nos hemos comprometido a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en ALDI Nord en un 40 % en términos absolutos para finales de 2021 en comparación con 2015. Este objetivo se aplica a todas las emisiones de CO<sub>2</sub> que generamos en el curso de nuestras actividades empresariales (emisiones de alcance 1 y alcance 2). De acuerdo a información actual, esperamos alcanzarlo a finales de 2021. Nuestra [política de protección del clima](#) demuestra la importancia de la protección del clima para todos los centros de ALDI. Tenemos previsto informar de nuestros progresos hasta la fecha, así como de los nuevos objetivos climáticos, en una versión actualizada de la Política Internacional sobre el Cambio Climático a principios de 2022 (véase también la sección “Adhesión a la Iniciativa de Objetivos Basados en Ciencia”).

Determinamos anualmente nuestra huella de carbono relacionada con la empresa, que desglosa nuestras [emisiones de gases de efecto invernadero según la fuente de emisión](#). Se elabora de acuerdo con el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol), una norma internacionalmente reconocida.

## ADHESIÓN A LA INICIATIVA DE OBJETIVOS BASADOS EN CIENCIA

En julio de 2020, ALDI Nord se convirtió en uno de los primeros establecimientos de descuento en adherirse a la iniciativa “[Science Based Targets](#)” (SBTi). Al adherirnos, nos comprometemos a establecer objetivos vinculantes y científicamente verificados para reducir nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> en los próximos dos años. Estos objetivos deberían estar en consonancia con el objetivo de 1,5 grados del Acuerdo Climático de París, y tener en cuenta toda la cadena de valor. Por ello, actualmente estamos trabajando en las siguientes medidas:

- Desarrollo y validación de objetivos basados en ciencia (SBT) para la protección del clima en toda la cadena de valor de ALDI Nord (emisiones de CO<sub>2</sub> de alcance 1, 2 y 3)
- Elaboración de un pronóstico de las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 (emisiones de CO<sub>2</sub> relacionadas con la propia empresa)
- Elaboración de un catálogo de medidas adecuadas para alcanzar el objetivo de reducción

Además, trabajamos continuamente en otras medidas y estrategias para reducir nuestras emisiones de CO<sub>2</sub>. En nuestra Política Internacional de Cambio Climático 2022 actualizada, proporcionaremos información sobre las medidas que tenemos previsto adoptar en relación con los SBT como parte de nuestra nueva estrategia climática.

## PROTECCIÓN DEL CLIMA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Además de las emisiones que causamos nosotros mismos, también examinamos las emisiones en la cadena de valor ascendente y descendente. Estas emisiones, denominadas de alcance 3, representan hasta el 95 % del total de las emisiones del sector minorista.

Para reducir estas emisiones de CO<sub>2</sub>, mantenemos un estrecho diálogo con nuestros socios y proveedores más importantes. Para finales de 2024, los proveedores estratégicos –los que son responsables del 75 % de las emisiones de la cadena de suministro– también deberán establecer SBT. Ya se les han ofrecido webinars gratuitos sobre los requisitos de la contabilidad climática operativa y el establecimiento de SBT para apoyarlos. Las formaciones se han llevado a cabo junto con nuestro socio “Climate Partner”. El estado de aplicación y el progreso del compromiso climático de los proveedores es supervisado continuamente por ALDI Nord.

## PROTECCIÓN DEL CLIMA EN EDIFICIOS

Como minorista de descuento, es nuestra convicción utilizar los recursos de forma eficiente. Con una gestión moderna de la energía, estamos contribuyendo a la futura viabilidad de ALDI Nord.

## ILUMINACIÓN

La iluminación de las zonas de venta es responsable de aproximadamente una cuarta parte del consumo eléctrico de una tienda. Para mantener el consumo de electricidad lo más bajo posible, hemos instalado tecnología de iluminación LED en las nuevas tiendas de todos los países desde 2016. Además, en 2020 completamos en Alemania la conversión del alumbrado exterior a LED respetuosos con los insectos; la conversión sigue en marcha en otros países. Se puede encontrar información detallada sobre las medidas y los beneficios de la iluminación LED en la [Memoria de sostenibilidad de 2017](#).

En nuestros centros logísticos, podremos ahorrar un total de hasta 3.000 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> al año en el futuro gracias al cambio a LED. En Bélgica y Dinamarca, el cambio ya se ha producido en los últimos años. Desde 2020, en Alemania sólo se utilizan lámparas LED también para la iluminación interior. La conversión a LED también está prevista o se está llevando a cabo en nuestros centros logísticos de Francia, Países Bajos, Polonia y España. En algunos casos, el alumbrado exterior de los almacenes centrales ya se ha convertido a LED y se ha introducido la iluminación a demanda, es decir, fuentes de luz que se encienden por detectores de movimiento, por ejemplo.



## TECNOLOGÍA DE REFRIGERACIÓN

Otro aspecto importante de los esfuerzos de protección del clima en nuestras tiendas es la tecnología de refrigeración. Hemos empezado a sustituir los refrigerantes que veníamos utilizando por alternativas más respetuosas con el clima. ALDI Bélgica, ALDI Nord Alemania, ALDI Luxemburgo, ALDI Países Bajos y ALDI Portugal están convirtiendo gradualmente todas las neveras y congeladores existentes al propano (R290), un refrigerante natural que tiene un potencial de calentamiento global muy bajo. Todos los sistemas de refrigeración recién instalados ya utilizan CO<sub>2</sub> como refrigerante natural. Desde 2020, esto se aplica a todo el Grupo, ya que todos los países han instalado los nuevos sistemas de refrigeración desde el año de la Memoria.

Entre 2019 y 2020, hemos reducido las emisiones por pérdidas de refrigerantes en un 3 %, hasta aproximadamente 74.000 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente. Esta reducción se debe al cambio de refrigerantes y a la introducción de sistemas digitales de control de fugas, que se utilizan en nuestros centros de Alemania, Polonia y los Países Bajos (para más información, véase [Política de mitigación del cambio climático](#)). ALDI Francia también utiliza un sistema de control digital en todas las tiendas nuevas desde 2018.

## ENERGÍAS RENOVABLES: MÁS ELECTRICIDAD VERDE PARA 2021

Los tejados de muchos establecimientos y centros logísticos están equipados con instalaciones de placas solares fotovoltaicas. En 2020, nuestros sistemas tenían ya una capacidad instalada de más de 95.000 kWp y producían más de 79.800 MWh de electricidad. En 2020, ahorramos entorno a 19.300 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> en todo el Grupo gracias a la ampliación de los sistemas fotovoltaicos.

Hemos superado nuestro objetivo de instalar una potencia nominal adicional de más de 50.000 kWp (en comparación con 2017) mediante sistemas fotovoltaicos adicionales para principios de 2021: se alcanzó una potencia nominal adicional de unos 63.000 kWp. Tenemos previsto seguir adelante con la ampliación de otras plantas en el futuro.

En ALDI Nord, actualmente utilizamos alrededor del 72 % de la electricidad que generamos nosotros mismos; el resto se vuelca a la red. Para aumentar la cantidad de energía para uso propio, seguimos probando la eficacia de las tecnologías de almacenamiento. Esto nos permitiría utilizar la electricidad generada en un momento posterior.

A pesar de los sistemas fotovoltaicos adicionales, seguiremos obteniendo la mayor parte de nuestra electricidad de la red en los próximos años. Para alcanzar nuestro objetivo climático, estamos planeando comprar más electricidad verde para finales de 2021. ALDI Bélgica, ALDI Países Bajos y ALDI España ya obtienen toda su electricidad de

fuentes verdes. Esto nos permitió ahorrar más de 96.000 toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub> en 2020. Para los demás países, estamos desarrollando actualmente criterios estrictos para la compra de electricidad verde.

## MEJORAS SOSTENIBLES EN EL ALGODÓN

Nuestro objetivo es utilizar únicamente algodón sostenible para las prendas de vestir y productos textiles para el hogar de marca propia fabricados a partir de algodón o con algodón para finales de 2025. En el año de la Memoria, volvimos a subrayar este objetivo adhiriéndonos al programa “2025 Sustainable Cotton Challenge” de la organización mundial sin ánimo de lucro Textile Exchange. También publicamos una [Política Internacional de Compra de Algodón](#) a principios de 2020. Constituye el marco de actuación vinculante que se aplica tanto a ALDI Nord como a nuestros socios comerciales.

En el año de la Memoria, vendimos un 64 % de algodón certificado. Para ello, hemos utilizado algodón de “Global Organic Textile Standard (GOTS)”, “Organic Content Standard (OCS)”, “Fair-trade”, algodón proveniente de las iniciativas “Cotton made in Africa” (CmiA) y “Better Cotton Initiative” (BCI), al igual que algodón reciclado.

## REDUCIR LOS PRODUCTOS QUÍMICOS EN LA PRODUCCIÓN

El cambio positivo en la cadena de suministro textil sólo puede tener éxito mediante la acción conjunta de todos los agentes del sector. Por eso queremos armonizar nuestros requisitos de gestión de productos químicos con los principales estándares del sector. Por ello, en 2020 hemos adoptado los parámetros de análisis de aguas residuales y lodos de la iniciativa internacional “Zero Discharge of Hazardous Chemicals” (ZDHC). Además, desde julio de 2020 participamos en la “Bündnisinitiative Abwasser” de la Alianza para la Sostenibilidad Textil, con el fin de contribuir a una mayor normalización de requisitos y medidas.

Además, apostamos por las colaboraciones para reducir el impacto negativo sobre las personas y el medio ambiente. Por esta razón, nos unimos a la Iniciativa “amfori Business Environmental Performance” (amfori BEPI) en 2017. El objetivo de amfori BEPI es promover la protección del medio ambiente a lo largo de toda la cadena de suministro en los procesos de producción con uso intensivo de productos químicos. En el ámbito de la gestión de productos químicos, por ejemplo, amfori BEPI colabora con la ZDHC. La asociación permite a las instalaciones de fabricación participantes acceder a los programas de formación de la ZDHC. Desde 2018, existen Chemical Management Audits (CMA) obligatorios para las centros de producción situados en países de alto riesgo y todos los centros de producción con procesos por vía húmeda registrados (2020: 54 CMA). Los Planes de Acción Correctiva (Corrective Action



## RECICLAJE Y LA CADENA DE SUMINISTRO

Plans, CAP) creados en el marco de las CMA ayudan a los productores a almacenar adecuadamente los productos químicos, por ejemplo. En 2021, se hará un seguimiento de los resultados de las citadas CMA y se aplicarán medidas de mejora. Además, durante la producción de todos los artículos comprobamos el cumplimiento de los valores límite en los análisis de aguas residuales y lodos, así como en el producto final. Desde 2020, también aceptamos como alternativa a los CMA de la ZDHC “Certificados STeP” de “OEKO-TEX®” y asociaciones de sistema “bluesign®”.

Con nuestras medidas, queremos concentrarnos principalmente en los ámbitos en los que se encuentra el mayor riesgo para las personas y el medio ambiente. Por lo tanto, en 2020, eliminamos nuestros requisitos para los países productores de bajo riesgo (Australia, la mayoría de los países europeos y Estados Unidos). A cambio, seguiremos ampliando nuestras medidas en países de alto riesgo como Bangladesh, China, India y Pakistán.

La fabricación de nuestros productos tiene un impacto en el medio ambiente. Intentamos reducir este impacto en la medida de lo posible. Esto incluye utilizar y reutilizar los recursos de la manera más eficiente posible. Por lo tanto, seguimos de cerca el desarrollo del Plan de Acción de Economía Circular a nivel europeo y también estamos atentos a los esfuerzos nacionales, como la diligencia debida de los productos en Alemania. Desde 2020, participamos en el “Grupo de Expertos/as en Economía Circular” de la Alianza para los Textiles Sostenibles (“Bündnis für nachhaltige Textilien”) y queremos trabajar juntos en soluciones sostenibles. Además, en 2020 tuvimos por primera vez en nuestro surtido tres productos fabricados con hilo de algodón reciclado de “WECYCLED®”. En este proceso textil, los residuos de la producción textil se convierten en nuevos hilos de algodón en lugar de en residuos. En los talleres asociados, éstos son separados por personas con alguna discapacidad y luego se procesan junto con el algodón nuevo en hilo WECYCLED® de alta calidad. En 2020, se vendieron en total unos 83.000 artículos con hilo WECYCLED® a nuestros clientes.

## FOMENTO DE LA ECONOMÍA CIRCULAR: NUESTROS OBJETIVOS EN ENVASES

La prevención de residuos es un pilar esencial del desarrollo sostenible. Los residuos de envases representan una proporción significativa del total de residuos en ALDI Nord. Trabajamos continuamente para reducir los envases y satisfacer la creciente demanda de envases más sostenibles. Para ello, nos guiamos por los principios de la economía circular: “Reducir. Reutilizar. Reciclar.” Nuestro objetivo es utilizar el menor material de envase posible y, por supuesto, la seguridad y la calidad del producto deben estar siempre garantizadas. Los envases que utilicemos deben estar diseñados de forma que puedan volver al ciclo.

Hemos adoptado objetivos internacionales de envases para todo el Grupo ALDI Nord en 2020: para 2025, el 100 % de los envases de los productos de marca propia deberán ser reciclables, reutilizables o compostables. Además, nos proponemos reducir el peso total del material de envasado de nuestros productos de marca propia en relación con las ventas en un 15 % para 2025 (año base 2020). Además, ponemos el foco en la fruta y la verdura: para finales de 2025, al menos el 40 % de los productos hortofrutícolas de todos los centros de ALDI se ofrecerán sin envasar. Sin embargo, algunos productos requieren un envase por razones de calidad y seguridad. Para estos productos, sólo utilizaremos materiales sostenibles y respetuosos con el medio ambiente y promoveremos, por ejemplo, el uso de materias primas recicladas o renovables.

Además de estos objetivos internacionales, ALDI también persigue objetivos nacionales, establecidos en nuestras estrategias de plásticos y envases, como la “ALDI Verpackungsmission” (Misión de Envases ALDI). También se reflejan en los compromisos de la industria, como los contraídos en los Países Bajos con el “Plastic Pact NL” (véase Memoria de sostenibilidad 2019). Como parte de nuestra Misión de envases, en Alemania en 2020 imprimimos en casi todos los envases de productos de marca propia instrucciones de separación para la correcta eliminación de los materiales de envasado. También en Polonia y Portugal las instrucciones de separación de ALDI se encuentran cada vez más en los envases de las marcas propias. De este modo, también promovemos la educación de los consumidores sobre la eliminación adecuada de residuos. En algunos países, como los Países Bajos, se utilizan sistemas de etiquetado nacionales comparables. Para el año 2022, el 100 % de las marcas propias de ALDI Países Bajos deberán estar etiquetadas de esta manera. De este modo, cumplimos con una obligación vigente en el sector.





## GUÍA PARA UN ENVASADO MÁS SOSTENIBLE

ALDI publicó en 2019 una guía para un envasado más sostenible. Esto sirve como ayuda y orientación para el diseño de envases respetuosos con el reciclaje y muestra el potencial de mejora para los envases eficientes en cuanto al uso de recursos. A principios de 2021 se envió la versión 2.0 de la guía a nuestros proveedores alemanes. La actualización incluye más ejemplos de envases, recomendaciones para evitar materiales difíciles de reciclar y una actualización de los estándares mínimos definidos por la fundación “Zentrale Stelle Verpackungsregister” (ZSVR). De este modo, no sólo cumplimos con los requisitos legales, sino también con las crecientes expectativas de los clientes de contar con envases más sostenibles.

## EVITAR LOS PLÁSTICOS

En general, consideramos que el plástico es un recurso valioso por sus funciones de garantía de la calidad y sus diversas aplicaciones. Sin embargo, los crecientes volúmenes de residuos plásticos son cada vez más el centro de atención de la opinión pública, así como de los gobiernos y las empresas de todo el mundo. Cada vez hay más conciencia de que hay que atajar el problema de raíz. También en ALDI Nord prescindimos de los envases de plástico siempre que la protección del producto y los requisitos de calidad lo permiten. Así, pudimos evitar en Alemania unas 1.750 toneladas de plástico en nuestros envases de marca propia en 2020 respecto a 2019. Cada medida individual nos acerca un poco más a la consecución de nuestros objetivos.

Cuando tengamos que utilizar el plástico por sus cualidades de protección del producto, queremos asegurarnos de que los recursos utilizados vuelvan al ciclo. Por eso, cada vez más utilizamos plásticos reciclados para los envases de nuestros productos en todo el Grupo. En las bebidas, utilizamos hasta un 50 % de plástico reciclado en todos los países de ALDI Nord para los zumos de frutas en botellas de 0,33 litros, para nuestra bebida de cola y para algunas aguas minerales.

Para finales de 2020 habremos alcanzado nuestro objetivo de acabar con la venta de productos de plástico de un solo uso, como platos, cubiertos, vasos, pajitas y bastoncillos de algodón en todo el Grupo. Los artículos indispensables han sido sustituidos por alternativas más ecológicas o variantes reutilizables. En algunos países hemos seguido así los requisitos reglamentarios nacionales.

En el siguiente paso, queremos complementar de forma coherente nuestros objetivos internacionales en materia de envases de acuerdo con el principio de la economía circular. El objetivo es reducir el peso total de plástico de nueva producción (plástico virgen) en los envases de nuestros productos de marca propia (excluyendo las frutas y verduras) en al menos un 20 % (en relación con las ventas) para 2025. Además –también para finales de 2025– los envases de plástico de nuestros productos de marca propia deberán contener una media de al menos un 30 % de material reciclado.

## BOLSAS DE CAJA, BOLSAS DE MALLA REUTILIZABLES Y BOLSAS DE FRUTA

Ya en 2019 convertimos todas las bolsas de caja en Alemania a reutilizables. Además, las bolsas de plástico de un solo uso se han eliminado a nivel nacional en Bélgica, Alemania, Francia, Luxemburgo, Países Bajos y Polonia. ALDI Dinamarca también ha dejado de utilizar bolsas de plástico de un solo uso desde 2021. Aparte de esto, en 2020 introdujimos en Portugal una bolsa de papel certificada “FSC® MIX”. En 2019, ALDI Francia también lanzó un proyecto piloto en dos centros regionales para cambiar completamente a bolsas de papel con certificación FSC® MIX. En consecuencia, las bolsas de papel se introducirán en todas las empresas regionales de ALDI Francia a partir de enero de 2021. En España y Portugal, las bolsas de plástico (de un solo uso) se sustituyeron por bolsas de plástico 100 % reciclado a partir de 2019. Sin embargo, éstas también se retirarán de la venta en 2021, de modo que a partir de principios de 2022 sólo se entregarán bolsas reutilizables en todo el Grupo.

También ofrecemos bolsas de malla reutilizables para frutas y verduras en las tiendas ALDI de Alemania desde finales de 2019. Las mallas son más respetuosas con el medio ambiente que las bolsas de plástico convencionales para frutas y verduras, son lavables y reutilizables. Estas alternativas ya existen o estarán pronto disponibles en otros países como Dinamarca, Países Bajos, Portugal y España (véase Memoria de sostenibilidad 2019). ALDI Bélgica utiliza desde marzo de 2020 bolsas de papel con certificación FSC® para la fruta y la verdura a granel.

## REDUCIR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS: NUESTROS OBJETIVOS

Nuestro objetivo es garantizar a nuestros clientes la disponibilidad óptima de todos los productos en nuestras estanterías y minimizar la pérdida y el desperdicio de alimentos, tanto en nuestro propio funcionamiento como en toda la cadena de suministro. Desde hace años, ALDI Nord aplica numerosas medidas destinadas a reducir al máximo las pérdidas y el desperdicio de alimentos en todos los ámbitos.

En el año de la Memoria, desarrollamos Directrices internacionales para la prevención de las pérdidas y el desperdicio de alimentos (véase Guideline for the prevention of food losses and food waste) y la publicamos en las páginas web nacionales de ALDI a principios de 2021. Aplica a todos los productos de alimentación vendidos por ALDI Nord. Regula la manipulación de los excedentes de alimentos y es vinculante para las empresas de ALDI y sus socios comerciales. Las directrices se basan en nuestra propia jerarquía para prevenir el desperdicio de alimentos, que hemos desarrollado a partir de modelos existentes. Preferimos vender, donar o reciclar los alimentos antes de utilizarlos como alimento para los animales, por ejemplo. Nuestro objetivo internacional es incluir también productos elaborados a partir de los excedentes de producción de alimentos (reciclaje de alimentos) en el surtido de productos de ALDI. Además, estamos trabajando para que, a finales de 2021, todas las tiendas de ALDI Nord colaboren con organizaciones para reducir el desperdicio de alimentos, como los



## ETIQUETADO DE PRODUCTOS: EL ETIQUETADO NUTRICIONAL AMPLIADO COMO AYUDA PARA LA TOMA DE DECISIONES

bancos de alimentos o la organización “Too Good To Go”. ALDI Bélgica en 2019 amplió aún más su colaboración con los bancos de alimentos. Además en este país los excedentes de comida se congelan antes, por lo que se minimizan los problemas con las fechas de caducidad.

## CÓMO DEFINIMOS LA REGIONALIDAD: NUESTRA DIRECTIVA

Productos del propio país, de la región o de la granja a la vuelta de la esquina: hay muchas definiciones del término regionalidad. Queremos informar a nuestros clientes sobre lo que entendemos por regionalidad en ALDI Nord. Por este motivo, en 2020 elaboramos la “Guideline for Local Food”, que define, entre otras cosas, nuestra forma de entender la regionalidad. También distinguimos entre productos de origen regional y nacional y entre especialidades, marcas, platos y recetas locales. En un principio, estamos probando las directrices internamente y las pondremos a disposición del público a lo largo de 2021. Nuestro objetivo es etiquetar todos los productos de origen nacional para finales de 2021 y ampliar nuestra gama de productos regionales. Al mismo tiempo, nuestros clientes deben ser informados sobre los beneficios de sostenibilidad asociados.

El “Nutri-Score” es una de las etiquetas nutricionales ampliadas más utilizadas en la UE. Esta escala de cinco niveles de colores y letras informa a los consumidores de un vistazo de la composición nutricional de un producto, facilitando las comparaciones dentro de una determinada categoría de productos. Apoyamos la introducción del Nutri-Score y queremos que nuestros clientes puedan tomar decisiones de compra más conscientes con este etiquetado. De acuerdo con los requisitos legales de los respectivos países, el Nutri-Score se aplica a los envases de determinados productos de marca propia. Por ejemplo, ALDI Bélgica y ALDI Francia pudieron etiquetar los primeros productos en 2020. Alemania y España registraron las primeras marcas para el Nutri-Score a principios de 2021 y lanzaron los artículos correspondientes a mediados de ese año. ALDI Portugal registró sus primeras marcas a principios de 2021; en los Países Bajos, se espera el lanzamiento de Nutri-Score a principios de 2022. En otros países, los clientes ya están familiarizados con etiquetas similares. ALDI Dinamarca sigue utilizando la etiqueta “The Keyhole”.

## UN SURTIDO MÁS SOSTENIBLE

Compartimos la responsabilidad de una producción más sostenible de materias primas en toda la cadena de valor. Por eso definimos políticas de compra, directrices internas de compra y catálogos (internacionales) con requisitos de responsabilidad corporativa para nuestros proveedores. También colaboramos estrechamente con nuestros proveedores y les ayudamos a aplicar nuestros requisitos de sostenibilidad y a mejorar la sostenibilidad de la producción y los productos. Nuestro principal objetivo internacional es seguir optimizando los productos de nuestros surtidos: Por ejemplo, queremos cambiar las recetas vegetarianas por veganas, utilizar menos sal, azúcar o grasa en nuestros productos y seguir ampliando los productos ecológicos en muchos países de ALDI Nord.

En la actualidad existen Políticas de compra de materias primas específicas para el té, el cacao, el café, el aceite de palma, el pescado (nacional) y el bienestar animal (nacional e internacional) (Status finales de 2020). En nuestra Política Internacional de Compra sobre Bienestar Animal, nos hemos fijado el objetivo de dejar de comercializar huevos frescos de gallinas enjauladas para 2025. Desde marzo de 2021, ALDI Francia ya comercializa el 100 % de los huevos frescos de gallinas libres de jaulas, alcanzando así antes el objetivo fijado. De acuerdo con los requisitos legales nacionales, ALDI Bélgica y ALDI Países Bajos no venden huevos frescos de gallinas enjauladas

desde hace ya varios años. Algunas políticas nacionales de compra de pescado contienen una lista roja de especies de pescado que no pueden venderse en esos países, como Bélgica y Alemania. Además, en 2020 nos unimos a “Global Tuna Alliance” y “North Atlantic Pelagic Advocacy Group”. Además, participamos en el “Global Dialogue on Seafood Traceability”. En el futuro, también queremos abogar por el uso sostenible de la soja. Por este motivo, desde 2020 somos miembros del “Retail Soy Group” y de la “Round Table on Responsible Soy Association”. ALDI Dinamarca publicó una Política nacional de compra de soja en el año de la Memoria. A lo largo de 2021 se creará una versión internacional para todo el Grupo. En el sector no alimentario, existen Políticas de compra de flores y plantas; madera, cartón y papel, así como una Política Internacional de Compra de Algodón publicada en 2020.

Gracias al Código de Transparencia ALDI (ATC), nuestros clientes pueden rastrear on line el origen de numerosos productos cárnicos de todo el grupo en cualquier momento. En Alemania, los productos de la pesca, los huevos frescos y los textiles fabricados con algodón sostenible también pueden rastrearse hasta su origen a través del ATC.



## LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

“Se puede confiar en nuestra palabra”. Eso es lo que dice nuestra filosofía de empresa. Por ello, esperamos que todos los colaboradores y colaboradoras y empresas comerciales asociadas actúen de forma responsable y fiable. Existen estándares claros de comportamiento ético y de cumplimiento.

## PRINCIPIO 10

### MEDIDAS ANTICORRUPCIÓN

---





## GESTIÓN EMPRESARIAL ORIENTADA A LOS VALORES

“Sencillo. Responsable. Fiable.” Estos son los valores que nos guían. Se establecen en nuestra filosofía de empresa “Sencillamente ALDI” como el estándar de ALDI Nord. Nuestra filosofía ofrece una orientación clara a los cerca de 79.000 colaboradores y colaboradoras de ALDI. Nos comprometemos a actuar en todo momento de acuerdo con nuestros valores corporativos y a no correr nunca riesgos por incumplimiento. Del mismo modo, esperamos que todo el personal de ALDI y las empresas que establecen relaciones comerciales con ALDI actúen de forma responsable y fiable y que cumplan todas las normas, directrices y acuerdos. La mayoría de los países ALDI han fijado objetivos de Compliance en los que se establecen estos requisitos.

## NUESTRA COMPRENSIÓN DEL COMPLIANCE

Nuestra filosofía de empresa y el Sistema de Gestión de Compliance [Compliance-Management-System, CMS] proporcionan al personal de ALDI unas directrices claras sobre el comportamiento ético y conforme a las normas. Actualmente estamos elaborando un “Código de Conducta” global para ALDI Nord, que abarcará todas las cuestiones de Compliance. Las Condiciones Generales de Compra contienen reglas claras que definen la relación entre las empresas proveedoras y los centros de ALDI: Está prohibido el comportamiento anticompetitivo de las empresas

proveedoras y fabricantes. Se prevén sanciones para las infracciones, por ejemplo, el retraso o la no entrega de pedidos. Para garantizar que ALDI Nord cumple con las mismas normas en todos los centros, las Condiciones Generales de Compra también especifican los requisitos de cumplimiento para los socios contractuales. Si hay indicios claros de un incumplimiento de las normas –ya sea por parte de una empresa proveedora o de un/a colaborador/a de ALDI– los responsables de cumplimiento llevan a cabo una investigación exhaustiva.

## SISTEMA ESTRUCTURADO DE GESTIÓN DEL COMPLIANCE

El sistema estructurado de gestión del compliance (CMS, por sus siglas en inglés) está diseñado para ayudar a todos los colaboradores y colaboradoras de ALDI a vivir de acuerdo con los valores fundamentales de ALDI en todo momento. Pero, por encima de todo, el CMS pretende garantizar el éxito a largo plazo de ALDI Nord y prevenir o mitigar los daños y riesgos. Está disponible a nivel internacional para todos los centros de ALDI, pero aún debe introducirse en algunos países.

Como parte del CMS, se han creado sistemas de denuncia para registrar la información sobre las infracciones de cumplimiento en ALDI Nord. Las infracciones de la legislación aplicable y de la normativa interna pueden denunciarse a través

de estos canales, de forma anónima o mencionando el propio nombre. Entre los ejemplos de incumplimiento se encuentran la corrupción, la restricción de la competencia y el comportamiento poco ético, así como el incumplimiento de los estándares medioambientales. En Alemania, el incumplimiento de los estándares sociales –como los derechos humanos básicos o las normas de seguridad laboral– también pueden denunciarse de este modo. Los sistemas de denuncia están disponibles en todo momento en los [sitios web](#) para las partes internas y externas. En el año de la Memoria, ALDI Francia, ALDI Polonia y ALDI Portugal introdujeron sistemas de denuncia y los activaron para su uso. ALDI Dinamarca y ALDI Países Bajos también han adaptado sus canales de notificación, que están disponibles desde 2021. En algunos países también existen sistemas de denuncia y otros canales a los que el personal de ALDI puede recurrir en caso de acoso sexual, intimidación, discriminación, agresión y violencia. Por ejemplo, en los Países Bajos funciona un sistema de denuncias de este tipo.

## ARRAIGO EN LA EMPRESA

Para concienciar a todos los colaboradores y colaboradoras de ALDI sobre la importancia del compliance, se imparten diferentes cursos de formación. Los nuevos colaboradores reciben formación sobre las directrices más importantes de ALDI

Nord al comenzar su empleo. En Alemania, los apoderados y directores de todos los departamentos de Compras también asisten a cursos de formación periódicamente. Se aborda una amplia gama de cuestiones críticas, como la defensa de la competencia, la competencia desleal, la protección de los secretos comerciales, la lucha contra la corrupción y la protección de los datos y la seguridad de la información. Desde 2019, este contenido forma parte de un curso de formación presencial obligatorio en la Academia ALDI. Debido a la pandemia del COVID-19, en el año de la Memoria convertimos los eventos presenciales en virtuales. También se celebran cursos similares cada dos o tres años en ALDI Bélgica, Francia, Países Bajos, Portugal y España. En Dinamarca, las formaciones se llevan a cabo desde 2020. Además, estamos ampliando la comunicación sobre el cumplimiento en los sitios web y participamos en eventos del sector, como el “Bundeskongress Compliance” en Alemania.

Consideramos que la protección de datos fiable es un requisito básico para todas nuestras actividades. Las directrices de los centros de ALDI sobre los principios generales, los objetivos y las responsabilidades pretenden garantizar una seguridad de la información integral y una protección de datos conforme a la ley en todos los procesos empresariales. El personal de ALDI recibe regularmente formación en materia de seguridad de la información y protección de datos. Además, se imparten cursos de protección de datos orientados a grupos específicos, por ejemplo, sobre el tratamiento de datos de colaboradores o clientes.





## AVISO LEGAL Y CONTACTO



## GESTIÓN

### TIENDAS Y COLABORADORES DE ALDI

Número total de tiendas y número total de colaboradores de ALDI por sexo y región a 31 de diciembre

	2018			2019			2020		
	Número de tiendas	Número de colaboradores	de los cuales mujeres	Número de tiendas	Número de colaboradores	de los cuales mujeres	Número de tiendas	Número de colaboradores	de los cuales mujeres
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	461	7.234	5.160	456	7.319 <sup>2</sup>	5.083	456	8.056	5.873
Dinamarca	183	2.367	1.220	182	2.689	1.456	184	2.594	1.195
Alemania	2.219	36.312	25.415	2.206	37.788	25.297	2.210	38.860	26.517
Francia	872	9.526	5.974	870	10.070	6.290	885	10.158	6.628
Países Bajos	496	10.933	6.287	492	11.086	6.444	493	10.104	5.994
Polonia	132	2.142	1.845	138	2.694	2.206	157	3.509	2.812
Portugal	65	1.496	987	73	1.633	1.094	83	2.239	1.544
España	294	3.924	2.560	308	4.357	2.870	328	5.463	3.466
<b>ALDI Nord</b>	<b>4.722</b>	<b>73.934</b>	<b>49.448</b>	<b>4.725</b>	<b>77.636</b>	<b>50.740</b>	<b>4.796</b>	<b>80.983</b>	<b>54.029</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

<sup>2</sup> Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.



### FACTURACIÓN NETA TOTAL DE LAS FILIALES ALDI

Facturación neta total del año contable (en miles de millones de euros)

### PRODUCTOS Y MARCAS PROPIAS EN EL SURTIDO

Número de productos y porcentaje de productos de marca propia en el surtido fijo

	2018		2019		2020	
	Número de productos	Porcentaje de productos de marca propia	Número de productos	Porcentaje de productos de marca propia	Número de productos	Porcentaje de productos de marca propia
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	1.459	95,5	1.479	95,1	1.594	90,0
Dinamarca	1.876	70,8	1.741	61,9	1.624	65,3
Alemania	1.649	86,9	1.739	85,4	1.579	79,4
Francia	1.546	93,7	1.562	93,1	1.775	88,4
Países Bajos	2.007	92,5	2.075	92,3	1.947	90,5
Polonia	2.259	70,1	2.326	67,8	1.991	48,7
Portugal	1.746	84,5	1.908	84,8	2.016	84,4
España	2.311	84,0	2.624	86,1	2.472	85,8
<b>ALDI Nord</b>	<b>1.857</b>	<b>83,9</b>	<b>1.932</b>	<b>82,8</b>	<b>1.875</b>	<b>79,1</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").



# CLIENTE Y PRODUCTO

## DONACIONES DE ALIMENTOS

Número de tiendas que donan alimentos consumibles pero no comercializables a instituciones benéficas. Porcentaje sobre el número total de tiendas.

En general, administramos los productos de tal modo que se eviten las pérdidas en la medida de lo posible. Siempre que sea posible, se deben donar los excedentes. Sin embargo, no en todas las ubicaciones se tiene acceso a socios que acepten donaciones de alimentos.

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	42,7 <sup>2</sup>	50,1 <sup>2</sup>	61,0
Dinamarca	56,3	72,9	61,2
Alemania	98,9	99,1	97,6
Francia	23,9	36,8	55,7
Países Bajos	76,2	81,9	86,4
Polonia	30,3	41,3	92,7
Portugal	100,0	100,0	100,0
España	68,4	64,0	56,1
ALDI Nord	71,6	76,2	80,9

1 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

2 Debido a información entregada con posterioridad para los años 2018 y 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

## PRODUCTOS ECOLÓGICOS Y FAIRTRADE

Número de productos de marca propia con sello Agricultura ecológica de la UE y con certificado Fairtrade de Comercio Justo en surtidos estándar y especiales<sup>1</sup>

	2018		2019		2020	
	Productos ecológicos	Productos Fairtrade	Productos ecológicos	Productos Fairtrade	Productos ecológicos	Productos Fairtrade
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	113	16	121	41	112	27
Dinamarca	213	22	169	75	234	61
Alemania	258	42	305	160	379	174
Francia	151	15	223	42	233	40
Países Bajos	114	34	128	82	106	75
Polonia	105	17	134	87	84	86
Portugal	165	22	244	97	271	92
España	345	7	322	64	314	69
ALDI Nord	1.024	90	1.178	265	1.290	269

1 Los departamentos de compras de ALDI Nord a veces compran artículos individuales para varios países, por lo que el número total de artículos comprados puede ser inferior a la suma de los desgloses por países.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

## FRUTAS Y VERDURAS

Promedio de artículos de fruta y verdura en los surtidos

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	105	106	139
Dinamarca	110	107	95
Alemania	102	110	125
Francia	100	105	128
Países Bajos	122	124	109
Polonia	123	115	112
Portugal	104	111	129
España	140	150	188
ALDI Nord	128	116	115

1 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

## PRODUCTOS VEGETARIANOS Y VEGANOS ETIQUETADOS

Número de productos de marca propia de alimentación y no alimentación etiquetados como vegetarianos o veganos de los surtidos de productos especiales y estándar<sup>1</sup>

Además de los productos etiquetados, ALDI Nord ofrece muchos artículos veganos o vegetarianos sin etiquetar.

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	36	37	57
Dinamarca	15	68	58
Alemania	169	246	385
Francia	8	23	35
Países Bajos	16	27	76
Polonia	9	73	96
Portugal	17	54	126
España	37	66	139
ALDI Nord	271	497	633

1 Los departamentos de compras de ALDI Nord a veces compran artículos individuales para varios países, por lo que el número total de artículos comprados puede ser inferior a la suma de los desgloses por países.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").





### RETIRADAS PÚBLICAS DE PRODUCTOS

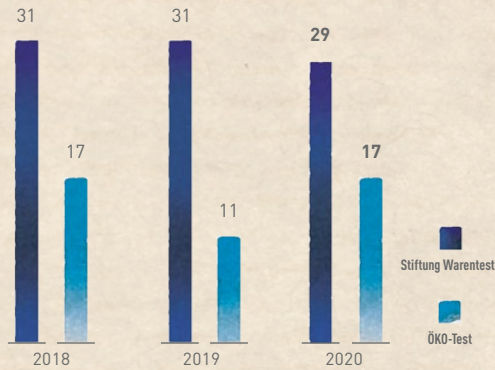
Número de productos retirados públicamente, desglosado por productos de alimentación y no alimentación

	2018			2019			2020		
	Total	Retiradas de productos de alimentación	Retiradas de productos de no alimentación	Total	Retiradas de productos de alimentación	Retiradas de productos de no alimentación	Total	Retiradas de productos de alimentación	Retiradas de productos de no alimentación
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	9	8	1	9	7	2	8	8	–
Dinamarca	4	3	1	11	9	2	3	2	1
Alemania	10	8	2	18	16	2	13	12	1
Francia	13	13	–	9	8	1	18	15	3
Países Bajos	2	1	1	8	6	2	5	5	–
Polonia	1	–	1	4	3	1	11	10	1
Portugal	–	–	–	1	1	–	1	1	–
España	7	6	1	8	7	1	9	7	2
<b>ALDI Nord</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>7</b>	<b>68</b>	<b>57</b>	<b>11</b>	<b>68</b>	<b>60</b>	<b>8</b>

1 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase “Perfil de la Memoria”).

### PRODUCTOS PUBLICADOS EN LA STIFTUNG WARENTEST O EN ÖKO-TEST

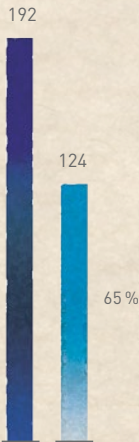
Número de artículos que han aparecido en los análisis de la Stiftung Warentest o la revista de los consumidores ÖKO-TEST<sup>1</sup>



1 Solamente es posible etiquetar productos con resultados de prueba en Alemania; los datos solo se refieren por lo tanto a Alemania.

### PRODUCTOS CON CÓDIGO DE TRANSPARENCIA ALDI (PESCADO Y MARISCO EN ALEMANIA)

Número y porcentaje de productos de marca propia de pescado y marisco o que los contengan marcados con el Código de Transparencia de ALDI (ATC) en Alemania



65 %

El alcance de los datos se ampliará e internacionalizará en los próximos años mediante la introducción del ATC para más grupos de productos y en más países.

Número de productos de pescado/que contienen pescado de marca propia

Número de productos de pescado/que contienen pescado de marca propia con código ATC

### PRODUCTOS CON CÓDIGO DE TRANSPARENCIA DE ALDI (CARNE)

Número y porcentaje de artículos cárnicos de marca propia marcados con el Código de Transparencia de ALDI (ATC)<sup>1</sup>

	2020		
	Total	Productos con ATC	Porcentaje de uso ATC
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	389	324	83,3
Dinamarca	ND	ND	ND
Alemania	781	717	91,8
Francia	606	368	60,7
Países Bajos	466	113	24,2
Polonia	381	19	5,0
Portugal	286	72	25,2
España	265	8	3,0
<b>ALDI Nord</b>	<b>3.174</b>	<b>1.621</b>	<b>51,1</b>

1 En 2020, por primera vez se recopilaban datos a nivel internacional, con la excepción de Dinamarca.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase “Perfil de la Memoria”).





## CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

### PRODUCTOS DE PESCADO Y MARISCO SOSTENIBLES CERTIFICADOS

Porcentaje de artículos de marca propia con certificación MSC, ASC, GLOBALG.A.P. o sello ecológico de la UE sobre el número total de artículos de pescado y marisco, ver desglose por certificación [online](#)

En 2020, aproximadamente el 60 % de nuestros artículos de pescado y marisco (marca propia) fueron certificados según una de los siguientes estándares de sostenibilidad: La mayor parte (alrededor del 65 %) corresponde a MSC, seguido de ASC (alrededor del 27 %), GLOBALG.A.P. (alrededor del 13 %) y artículos con el sello ecológico de la UE (alrededor del 2 %).<sup>1</sup>

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	72,8	76,9	74,3
Dinamarca	77,4	86,8	88,9
Alemania	78,0	80,5	85,8
Francia	43,9	49,1	54,1
Países Bajos	76,4	82,7	80,6
Polonia	44,8	46,6	42,2
Portugal	40,2	51,8	51,0
España	19,3	28,2	37,8
<b>ALDI Nord</b>	<b>53,9</b>	<b>56,5</b>	<b>60,0</b>

<sup>1</sup> Los artículos certificados con varios sellos se registran en consecuencia para cada tipo de certificación, pero sólo se cuentan como un artículo en el número total. Por lo tanto, la suma de los desgloses puede superar el 100 %.

<sup>2</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

### PRODUCTOS CON CERTIFICACIÓN FSC® O PEFC™

Porcentaje de artículos de marca propia certificados según FSC® o PEFC™ sobre el número total de artículos de marca propia en el surtido de productos estándar y especiales con componentes hechos de madera, cartón, papel, viscosa a base de celulosa y tela no tejida, y bambú, ver desglose por estándar de certificación [online](#)

FSC® 100 %, FSC® MIX y PEFC™ se consideran estándares de certificación. En 2020, FSC® MIX representó la mayor parte (alrededor del 43 %), seguido de FSC® 100 % (alrededor del 39 %) y PEFC™ (alrededor del 18 %).

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	79,3	97,8	97,2
Dinamarca	93,1	94,5	95,0
Alemania	92,5	95,3	95,2
Francia	85,2	91,2	92,6
Países Bajos	83,1	89,8	90,7
Polonia	75,7	71,4	89,8
Portugal	92,3	94,5	96,7
España	76,3	93,0	97,5
<b>ALDI Nord</b>	<b>76,4</b>	<b>87,9</b>	<b>93,2</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

### ACEITE DE PALMA CERTIFICADO

Porcentaje del volumen total de aceite de palma utilizado en la producción de nuestros artículos alimentarios y no alimentarios de los surtidos de productos estándar y especiales certificado de acuerdo con un sistema de cadena de suministro física de la RSPO<sup>1</sup>

	2018	2019	2020		
	Total	Total	Total	Alimenta- ción	No alimenta- ción
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	91,9	99,8	100,0	100,0	99,9
Dinamarca	94,0	96,2	90,1	93,8	69,8
Alemania	92,9	99,1	100,0	100,0	100,0
Francia	87,5	100,0	99,9	99,9	100,0
Países Bajos	85,1	98,6	100,0	100,0	100,0
Polonia	79,2	78,0	99,5	99,4	100,0
Portugal	90,1	97,4	99,7	99,9	96,6
España	76,8	85,6	87,6	97,8	56,7
<b>ALDI Nord</b>	<b>90,0</b>	<b>98,6</b>	<b>99,3</b>	<b>99,8</b>	<b>96,9</b>

<sup>1</sup> Algunos datos están basados en extrapolaciones.

<sup>2</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

### ALGODÓN SOSTENIBLE

Porcentaje de algodón sostenible sobre el volumen total de algodón en los productos de ropa de vestir y textiles para el hogar del surtido de productos estándar y especial, ver desglose por estándar de certificación [online](#)

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	33,8	54,7	74,7
Dinamarca	32,9	37,8	63,7
Alemania	35,5	35,3	64,9
Francia	24,5	24,9	52,1
Países Bajos	21,0	25,3	49,5
Polonia	30,9	37,1	64,8
Portugal	37,7	38,6	76,4
España	32,6	42,6	68,7
<b>ALDI Nord</b>	<b>33,2</b>	<b>36,2</b>	<b>64,1</b>

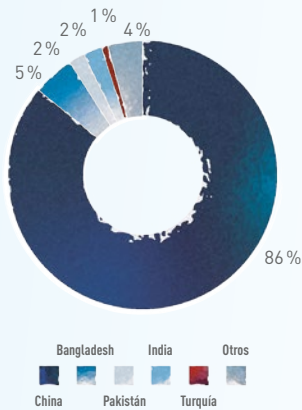
<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").





CENTROS DE PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS NO ALIMENTARIOS POR PAÍS

Porcentaje de centros de producción de artículos de no alimentación utilizados por país de producción



CACAO CON CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD

Porcentaje de cacao sostenible certificado sobre el peso total de cacao comprado para productos de marca propia en el surtido estándar y especial, ver desglose por estándar de certificación [online](#)

En 2020, alrededor del 100 % de los productos de marca propia que contienen cacao utilizaron cacao sostenible certificado. La mayor parte corresponde a la certificación UTZ/Rainforest Alliance (alrededor del 94 %), seguida de Fairtrade (alrededor del 6 %, incluido alrededor del 0,02 % con certificación Fairtrade y el sello ecológico de la UE) y el sello ecológico de la UE (alrededor del 0,005 %).

	2018	2019	2020 <sup>1</sup>
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	99,4	100,0	100,0
Dinamarca	99,0	98,6	97,5
Alemania	97,3	95,4	99,9
Francia	87,8	94,0	93,5
Países Bajos	97,1	97,9	98,4
Polonia	95,7	94,1	99,2
Portugal	98,4	96,8	92,1
España	96,3	97,4	98,7
ALDI Nord	94,9	97,1	99,7

1 La base de cálculo en 2020 ha cambiado respecto a los años anteriores (base de cálculo anterior: Cantidad de artículos). Por lo tanto, la posibilidad de comparar los años es limitada.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

CAFÉ CON CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD

Porcentaje de café sostenible certificado sobre el peso total de café comprado para productos de marca propia en el surtido estándar y especial, ver desglose por estándar de certificación [online](#)

En 2020, aproximadamente el 55 % del café comprado para artículos de marca propia estaba certificado según uno de los siguientes estándares de sostenibilidad: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance y el sello ecológico de la UE. La mayor parte corresponde a la certificación UTZ/Rainforest Alliance (alrededor del 88 %), seguida de alrededor del 12 % con certificación Fairtrade de Comercio Justo y con el sello ecológico de la UE.

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	54,2	54,4	57,0
Dinamarca	81,7	54,8	85,7
Alemania	43,1	47,0	49,5
Francia	58,3	58,1	57,7
Países Bajos	57,5	60,2	63,6
Polonia	46,6	58,2	46,5
Portugal	62,6	66,0	69,4
España	67,3	73,4	71,2
ALDI Nord	50,1	52,5	54,8

1 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

TÉ CON CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD

Porcentaje de té sostenible certificado sobre el peso total de té comprado para productos de marca propia en el surtido estándar y especial, ver desglose por estándar de certificación [online](#)<sup>1</sup>

En 2020, aproximadamente el 68 % del té de marca propia estaba certificado según una de los siguientes estándares de sostenibilidad: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance y el sello ecológico de la UE. UTZ/Rainforest Alliance representó la mayor parte (alrededor del 82 %), seguida por el sello ecológico de la UE (alrededor del 15 %).

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	65,3	67,2	70,1
Dinamarca	64,9	40,4	78,9
Alemania	61,6	61,9	67,3
Francia	82,7	71,6	67,4
Países Bajos	70,4	74,1	73,9
Polonia	46,7	52,4	67,0
Portugal	49,4	49,3	62,1
España	49,1	50,5	61,5
ALDI Nord	62,7	62,7	68,0

1 Se incluyeron tanto los artículos de marca propia que contienen té (artículos que contienen productos la planta de té, como el té negro y el té verde) como los artículos de marca propia que contienen productos similares al té (por ejemplo, infusiones de hierbas y frutas).

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").



HUEVOS FRESCOS  
CON CERTIFICADO KAT

Porcentaje de huevos frescos con certificación KAT sobre el número total de huevos frescos comprados en el surtido estándar y especial<sup>1</sup>

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	89,3	94,9	95,6
Alemania	100,0	100,0	100,0
Países Bajos	100,0	100,0	100,0
Polonia	34,7	35,5	32,2
Total	97,6	99,3	98,7

1 La certificación KAT no se utiliza en todos los países. Por lo tanto, sólo se enumeran aquí los países en los que se utiliza.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

HUEVOS FRESCOS  
PROCEDENTES  
DE LA CRÍA SIN JAULA

Porcentaje de huevos frescos de gallinas libres de jaula sobre el número total de huevos frescos comprados<sup>1</sup>

	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	100,0	100,0
Dinamarca	100,0	100,0
Alemania	100,0	100,0
Francia	25,3	54,6 <sup>3</sup>
Países Bajos	100,0	100,0
Polonia	ND	36,8
Portugal	100,0	100,0
España	100,0	100,0
ALDI Nord	96,0	96,1

1 Los datos se recogieron por primera vez en 2020, y con carácter retroactivo para 2019 si están disponibles.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

3 ALDI Francia alcanzó su objetivo de obtener el 100 % de sus huevos frescos libres de jaulas en marzo de 2021, mucho antes del objetivo fijado para 2025.

PRODUCTOS DE MARCA  
PROPIA QUE CONTIENEN  
HUEVOS PROCEDENTES DE  
LA CRÍA SIN JAULAS

Porcentaje de productos que contienen huevo de gallinas libres de jaulas sobre el número total de productos comprados que contienen huevo<sup>1</sup>

	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	99,7 <sup>3</sup>
Dinamarca	100,0
Alemania	99,5
Francia	79,3
Países Bajos	100,0
Polonia	49,7
Portugal	62,9
España	64,4
ALDI Nord	80,1

1 Los datos se recogieron por primera vez en 2020.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

3 Los datos se refieren únicamente a las empresas de ALDI Bélgica. En los próximos años, se llevará a cabo una ampliación a las sociedades de ALDI Luxemburgo.

AUDITORÍAS SOCIALES  
DE ALDI (ASA)

	2018	2019	2020
Número de países en los que se realizaron ASA	8	6	10
Número de ASA,	327	348	307
de las cuales en China	240	242	156
Porcentaje de centros de producción de artículos no alimentarios en países de riesgo en los que se detectaron riesgos sociales, con relación al número total de ASA realizadas	30,6	22,4	19,2





## CLIMA Y MEDIOAMBIENTE

### CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA POR FUENTE

Consumo directo de energía en edificios y logística por fuente de energía (en MWh)<sup>1</sup>

	2018	2019	2020
Gas natural	399.292	393.052 <sup>2</sup>	382.216
Fueloil	26.925	28.889	22.455
Biogás	116	131	101
Diésel (incl. generadores diésel)	347.637	347.894	346.954
Gasolina	11	338	854
Gas líquido	498	389	402

1 Los datos se basan en parte en estimaciones y extrapolaciones.

2 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

### CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA

Consumo directo de energía en edificios y logística por país (en MWh)<sup>1</sup>

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	110.758	112.820	105.946
Dinamarca	19.658	19.471	18.828
Alemania	394.921	391.645	384.431
Francia	143.871	138.007 <sup>3</sup>	132.214
Países Bajos	79.812	80.503	77.286
Polonia	18.949	21.373	27.143
Portugal	1.427	1.560 <sup>3</sup>	2.015
España	5.081	5.314	5.118
<b>ALDI Nord</b>	<b>774.478</b>	<b>770.693</b>	<b>752.981</b>

1 Los datos se basan en parte en estimaciones y extrapolaciones.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

3 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

### CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA

Consumo de electricidad y calefacción urbana (en MWh)<sup>1</sup>

Con casi 1.119 GWh, el consumo de electricidad es responsable de la mayor parte de la demanda de energía en nuestros centros. Ha aumentado alrededor de un 6 %. El aumento se debe a varios factores, como la apertura de nuevas tiendas, la venta adicional en carpas y unas condiciones meteorológicas menos favorables.

	2018			2019			2020		
	Total	Electricidad	Calefacción urbana	Total	Electricidad	Calefacción urbana	Total	Electricidad	Calefacción urbana
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	96.325	96.325	–	103.691	103.691	–	103.126	103.126	–
Dinamarca	47.769	36.545	11.224	49.875	37.921	11.954	51.465	39.700	11.765
Alemania	495.474	476.032	19.442	502.075 <sup>3</sup>	482.226 <sup>3</sup>	19.849	503.570	483.730	19.840
Francia	199.372	195.753	3.619	207.224 <sup>3</sup>	196.093	11.131 <sup>3</sup>	218.076	207.287	10.789
Países Bajos	90.922	89.947	975	106.734	105.810	924	108.000	107.185	815
Polonia	28.588	25.027	3.561	32.993	29.106	3.887	35.291	30.880	4.411
Portugal	21.621	21.621	–	24.183	24.183	–	23.577	23.577	–
España	108.441	108.441	–	113.353	113.353 <sup>3</sup>	–	123.203	123.203	–
<b>ALDI Nord</b>	<b>1.088.512</b>	<b>1.049.691</b>	<b>38.821</b>	<b>1.140.128</b>	<b>1.092.383</b>	<b>47.745</b>	<b>1.166.308</b>	<b>1.118.688</b>	<b>47.620</b>

1 Los datos se basan en parte en estimaciones y extrapolaciones.

2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

3 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.





## EMISIONES DE GASES INVERNADERO DE ALCANCE 1 Y 2

Emissiones de gases de efecto invernadero de alcance 1 y 2 (en toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>)

Las emisiones de gases de efecto invernadero se calcularon a partir del consumo de energía y combustible, así como de las fugas de refrigerante. El cálculo se lleva a cabo según los requisitos del Protocolo sobre Gases de Efecto Invernadero (GEI), utilizando los factores de emisión DEFRA o GEMIS para las emisiones de los sistemas de calefacción urbana. De acuerdo con el Protocolo de GEI, las emisiones de alcance 2 procedentes del consumo de electricidad se calcularon por separado por primera vez en 2019 utilizando factores de emisión basados en criterios geográficos y de mercado. Mientras que el método basado en criterios geográficos utiliza los factores de una región específica (por ejemplo, un país), los factores basados en el mercado utilizan –en la medida de lo posible– el mix eléctrico individual de electricidad de una empresa basada en las emisiones reales generadas por el productor de energía. El cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero basadas en criterios geográficos se basa en los factores de la Agencia Internacional de la Energía (AIE).

	2018			2019			2020		
	Alcance 1 <sup>1</sup>	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios geográficos"	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios de mercado"	Alcance 1 <sup>1</sup>	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios geográficos"	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios de mercado"	Alcance 1 <sup>1</sup>	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios geográficos"	Alcance 2 <sup>2</sup> "basadas en criterios de mercado"
Belgica/Luxemburgo <sup>3</sup>	37.445	16.200	22.312	34.338	17.093	17.136	35.055	20.424	–
Dinamarca	9.297	8.784	15.472	8.849	7.153	16.208	7.434	8.128	16.243
Alemania	114.111	209.197	196.088	108.556	195.358 <sup>4</sup>	203.716 <sup>4</sup>	109.476	198.196	140.970
Francia	67.738	10.948	10.499	56.316 <sup>4</sup>	15.344 <sup>4</sup>	11.658 <sup>4</sup>	49.954	13.222	9.325
Países Bajos	25.961	41.730	126	28.867	45.964	120	26.248	44.716	106
Polonia	8.727	19.253	18.558	7.138	22.986	24.603	7.694	24.475	28.754
Portugal	3.455	5.674	5.711	2.857 <sup>4</sup>	7.675	5.316	2.398	6.958	4.576
España	8.376	26.202	169	11.295	31.621 <sup>4</sup>	57 <sup>4</sup>	13.609	31.811	–
<b>ALDI Nord</b>	<b>275.110</b>	<b>337.988</b>	<b>268.935</b>	<b>258.216</b>	<b>343.194</b>	<b>278.814</b>	<b>251.868</b>	<b>347.930</b>	<b>199.972</b>

1 Alcance 1: Emisiones procedentes del consumo directo de energía en edificios, consumo de combustible con fines logísticos y fugas de refrigerante.

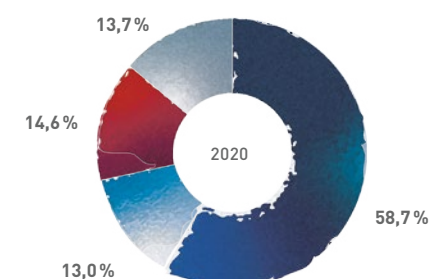
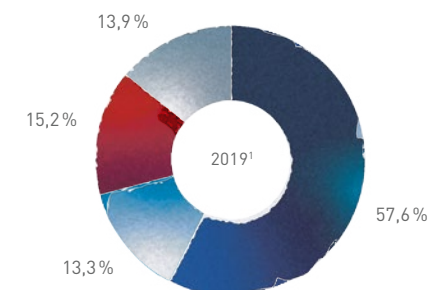
2 Alcance 2: Emisiones procedentes del consumo de electricidad y calefacción urbana, desglosadas por emisiones basadas en criterios geográficos y de mercado desde 2015.

3 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

4 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado

## EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO DE ALCANCE 1 Y 2 POR FUENTES

Porcentaje total de emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 1 y 2 por fuente (teniendo en cuenta las emisiones basadas en criterios geográficos)



Electricidad Refrigerantes Energía de calefacción Logística

1 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

## NÚMERO DE VEHÍCULOS

Número de vehículos a fecha 31 de diciembre, por tipo de vehículo

	2018			2019			2020		
	Número de camiones	Número de Coches	Otros vehículos <sup>1</sup>	Número de camiones	Número de Coches	Otros vehículos <sup>1</sup>	Número de camiones	Número de Coches	Otros vehículos <sup>1</sup>
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	226	236	8	230	259	8	235	279	8
Dinamarca	52	128	5	48	140	5	46	137	4
Alemania	710	1.104	72	690	1.197	71	673	1.262	67
Francia	223	392	18	225	438	20	243	505	19
Países Bajos	165	238	8	166	276	9	169	316	9
Polonia	–	91	2	–	165	2	–	356	2
Portugal	–	66	1	–	61	1	–	120	1
España	–	204	5	–	203	5	–	280	5
<b>ALDI Nord</b>	<b>1.376</b>	<b>2.459</b>	<b>119</b>	<b>1.359</b>	<b>2.739</b>	<b>121</b>	<b>1.366</b>	<b>3.255</b>	<b>115</b>

1 Incluyen las carretillas industriales (carretillas elevadoras) y los vehículos con GLP.

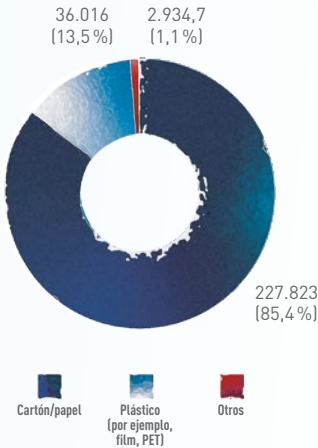
2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").





### RESIDUOS DE ENVASES Y EMBALAJES POR CATEGORÍA EN EL GRUPO ALDI NORD

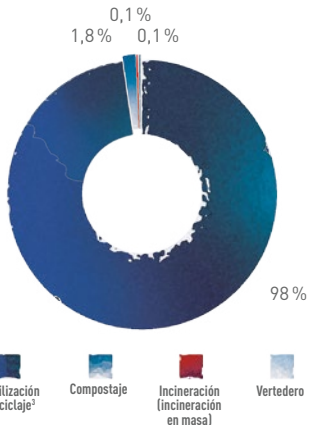
Peso y porcentaje de residuos de envases y embalajes por categoría en 2020 (en toneladas y porcentaje)



### CANTIDAD DE RESIDUOS SEGÚN EL MÉTODO DE REVALORIZACIÓN EN ALEMANIA

Porcentaje de residuos en Alemania por tipo de valorización (en porcentajes)<sup>1,2</sup>

Con cerca del 98 %, la mayoría de los residuos no peligrosos fueron reciclados o reutilizados en 2020.



- 1 La asignación a los tipos de eliminación se basa en parte en estimaciones o extrapolaciones.
- 2 El alcance de los datos se internacionalizará en la medida de lo posible en los próximos años.
- 3 Incluyendo la incineración para la recuperación de energía.

### CONSUMO DE AGUA

Consumo de agua (en metros cúbicos)<sup>1</sup>

El aumento del consumo en los países en 2020 se debe a varias razones, entre ellas, las nuevas aperturas de tiendas, el mantenimiento y llenado de aspersores, las fugas importantes, el uso de agua para cumplir con las medidas del COVID-19 y el riego exterior debido al calor.

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	50.419	51.048	55.991
Dinamarca	12.031	14.726	15.418
Alemania	260.258	264.138	271.369
Francia	151.072	166.618 <sup>3</sup>	186.900
Países Bajos	51.504	62.527	65.601
Polonia	24.295	25.578	33.478
Portugal	54.381	87.838	96.104
España	127.306	136.858	132.780
ALDI Nord	731.267	809.330	857.642

- 1 Los datos se basan en parte en estimaciones y extrapolaciones.
- 2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").
- 3 Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

### CONSUMO DE COMBUSTIBLES

Consumo de combustibles de camiones, coches y otros vehículos (en litros o kilogramos de GLP)

	2018			2019			2020		
	Diésel <sup>1</sup> (l)	Gasolina (l)	GLP (kg)	Diésel <sup>1</sup> (l)	Gasolina (l)	GLP (kg)	Diésel <sup>1</sup> (l)	Gasolina (l)	GLP (kg)
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	4.520.097	–	–	4.570.082	–	–	4.483.859	–	–
Dinamarca	1.418.630	1.068	63	1.446.716	3.901	45	1.400.522	1.902	22
Alemania	17.735.451	107	24.030	17.442.870	572	17.584	17.348.437	43	19.209
Francia	6.427.933	–	11.058	6.600.170	–	9.955	6.486.941	3.906	9.844
Países Bajos	3.823.673	–	–	3.740.935	19.068	–	3.559.980	57.633	–
Polonia	227.094	–	1.188	287.321	13.895	–	673.910	31.162	–
Portugal	142.393	–	66	156.477	–	66	201.038	–	66
España	450.342	–	2.560	485.950	–	2.778	471.979	–	2.228
ALDI Nord	34.745.613	1.175	38.965	34.730.521	37.436	30.428	34.626.666	94.646	31.369

- 1 Incluido el consumo de fueloil para el funcionamiento de los motores de enfriamiento (fuera de Alemania)
- 2 La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").



## GENERACIÓN DE RESIDUOS

### Generación de residuos por tipo de residuo (en toneladas)<sup>1</sup>

Los residuos de envases y embalajes representan la mayor parte de nuestra generación de residuos. Los residuos peligrosos, con 1.057 toneladas, sólo representan un 0,3 del volumen total de residuos. Se trata, sobre todo, de aceites usados, filtros de aceite, baterías de vehículos y tubos fluorescentes que contienen mercurio. 2020 es el primer año en el que se recogen y comunican datos a nivel internacional, con la excepción de ALDI Polonia. En años anteriores, los datos sólo se recogían y comunicaban para las sociedades de ALDI Alemania.

	2018	2019	2020									
	Total	Total	Total	Residuos peligrosos	Papel/cartón	Residuos urbanos <sup>2</sup>	Residuos de la producción y el procesamiento de alimentos <sup>3</sup>	Aparatos usados	Residuos de envases. Total	de los cuales: plástico (p. ej., film, PET)	de los cuales: papel/cartón	de los cuales: otros <sup>4</sup>
Belgica/Luxemburgo <sup>5</sup>	ND	ND	39.860	69	–	4.304	6.533	5	28.949	1.193	27.756	–
Dinamarca	ND	ND	8.918	–	–	1.095	2.987	–	4.836	–	4.836	–
Alemania	214.093	262.608	239.237	903	705	23.266	55.193	44	159.126	29.118	129.524	484
Francia	ND	ND	35.744	24	109	3.855	406	18	31.332	1.420	27.519	2.393
Países Bajos	ND	ND	38.179	28	277	5.396	7.624	26	24.828	3.474	21.354	–
Polonia	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Portugal	ND	ND	4.412	14	115	395	ND	–	3.888	148	3.689	51
España	ND	ND	15.990	18	27	1.403	716	10	13.816	664	13.146	6
<b>ALDI Nord</b>	<b>214.093</b>	<b>262.608</b>	<b>382.340</b>	<b>1.056</b>	<b>1.233</b>	<b>39.714</b>	<b>73.459</b>	<b>103</b>	<b>266.775</b>	<b>36.016</b>	<b>227.823</b>	<b>2.935</b>

ND = no disponible

<sup>1</sup> Los datos están parcialmente basados en estimaciones y extrapolaciones.

<sup>2</sup> Residuos comerciales. Incluyen los "residuos remanentes", los alimentos envasados, los residuos voluminosos, la madera y la chatarra.

<sup>3</sup> Incluyen los residuos de las cantinas y los productos de panadería.

<sup>4</sup> Incluyen otros residuos de envases, como macetas o bandejas de plantas.

<sup>5</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

<sup>6</sup> Datos sólo de puntos de venta y logística, excluyendo la sede central.





## COLABORADORES Y SOCIEDAD

### COLABORADORES SEGÚN ÁREA DE TRABAJO

Número de colaboradores de ALDI según el área de trabajo y el sexo, a 31 de diciembre (plantilla)

	2018		2019		2020	
	ALDI Nord	de los cuales mujeres	ALDI Nord	de los cuales mujeres	ALDI Nord	de los cuales mujeres
Ventas	59.620	44.891	61.970	45.561	63.733	47.659
Almacén	5.903	1.359	6.251	1.414	6.988	1.997
Flota de vehículos	2.796	58	2.867	63	2.851	86
Oficina	2.829	2.483	3.379	2.848	4.361	3.249
Alta dirección	646	165	732	198	924	290
Mandos inferiores	1.360	420	1.693	595	2.002	721
Otros <sup>1</sup>	780	72	744 <sup>2</sup>	61	124	27
<b>Total</b>	<b>73.934</b>	<b>49.448</b>	<b>77.636</b>	<b>50.740</b>	<b>80.983</b>	<b>54.029</b>

<sup>1</sup> Esta categoría también incluye a los colaboradores liberados por el comité de empresa y el personal de mantenimiento.

<sup>2</sup> Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.

### BAJAS LABORALES

Bajas laborales por enfermedad remuneradas (en porcentaje)

	2018 <sup>1</sup>	2019 <sup>1</sup>	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	4,2	4,1	5,0
Dinamarca	2,8	2,7	3,2
Alemania	4,7	4,8	4,8
Francia	5,8	5,6	7,0
Países Bajos	4,3	4,1	4,8
Polonia	3,2	2,7	5,0
Portugal <sup>3</sup>	ND	ND	ND
España	3,3	3,6	5,0
<b>ALDI Nord</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>	<b>5,0</b>

<sup>1</sup> Como existía otro método de cálculo, los valores de 2018 y 2019 se han corregido parcialmente en relación con la información publicada en la Memoria del año anterior.

<sup>2</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

<sup>3</sup> No hay bajas por enfermedad remuneradas en Portugal (ND = no disponible).

### COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO LABORAL

Número de colaboradores de ALDI por tipo de contrato laboral y el sexo, a 31 de diciembre (plantilla)

	2018				2019				2020			
	Tiempo completo	de los cuales mujeres	Tiempo parcial	de los cuales mujeres	Tiempo completo	de los cuales mujeres	Tiempo parcial	de los cuales mujeres	Tiempo completo	de los cuales mujeres	Tiempo parcial	de los cuales mujeres
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	2.649	1.168	4.585	3.992	2.710 <sup>2</sup>	1.152	4.609	3.931	3.551	2.101	4.505	3.772
Dinamarca	1.093	438	1.274	782	1.145	489	1.544	967	1.090	405	1.504	790
Alemania	7.375	3.015	28.937	22.400	8.093	3.062	29.695	22.235	8.163	3.351	30.697	23.166
Francia	6.156	3.054	3.370	2.920	6.278	3.161	3.792	3.129	6.111	3.277	4.047	3.351
Países Bajos	2.004	383	8.929	5.904	2.120	462	8.966	5.982	2.073	473	8.031	5.521
Polonia	1.640	1.346	502	499	2.210	1.769	484	437	2.904	2.258	605	554
Portugal	432	230	1.064	757	475	241	1.158	853	634	341	1.605	1.203
España	1.590	770	2.334	1.790	1.878	977	2.479	1.893	2.238	1.148	3.225	2.318
<b>ALDI Nord</b>	<b>22.939</b>	<b>10.404</b>	<b>50.995</b>	<b>39.044</b>	<b>24.909</b>	<b>11.313</b>	<b>52.727</b>	<b>39.427</b>	<b>26.764</b>	<b>13.354</b>	<b>54.219</b>	<b>40.675</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

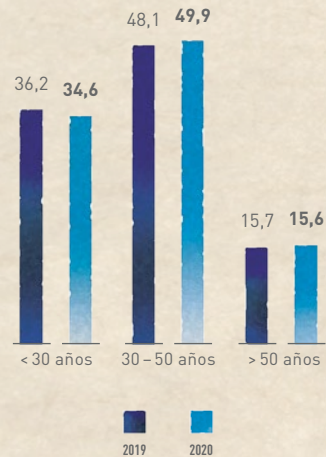
<sup>2</sup> Debido a información entregada con posterioridad para el año 2019, hubo algunos ajustes en comparación con la Memoria del año pasado.





## COLABORADORES POR GRUPOS DE EDAD

Porcentaje de colaboradores de ALDI por grupos de edad, a 31 de diciembre



## ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA

Antigüedad media en las filiales (en años)

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	12	12	12
Dinamarca	4	4	3
Alemania	10	10	10
Francia	6	6	6
Países Bajos	7	6	7
Polonia	2	2	3
Portugal	2	2	2
España	3	4	4
<b>ALDI Nord</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

## MUJERES EN CARGOS DIRECTIVOS

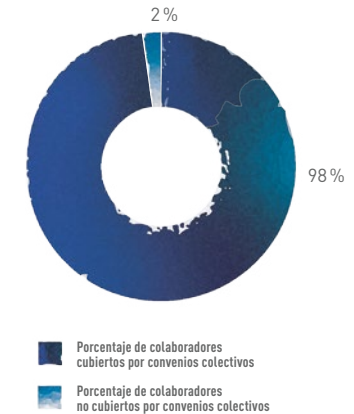
Porcentaje de mujeres que ocupan cargos directivos en ALDI, a 31 de diciembre

	2018	2019	2020
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	31,1	33,1	38,0
Dinamarca	27,0	30,9	35,3
Alemania	28,4	31,8	30,3
Francia	21,7	29,3	37,3
Países Bajos	17,7	19,2	24,5
Polonia	33,7	37,2	34,7
Portugal	50,0	41,8	38,4
España	36,3	42,0	39,2
<b>ALDI Nord</b>	<b>28,0</b>	<b>31,7</b>	<b>33,5</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

## COLABORADORES CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS

Porcentaje de colaboradores de ALDI cubiertos por convenios colectivos, a 31 de diciembre<sup>1</sup>



<sup>1</sup> La proporción de empleados se ha calculado excluyendo a ALDI Polonia, ya que allí no se han suscrito convenios colectivos.

## COLABORADORES POR CONTRATO LABORAL

Porcentaje de colaboradores de ALDI por contrato laboral y sexo, a 31 de diciembre

	2018				2019				2020			
	temporal	de los cuales mujeres	indefinido	de los cuales mujeres	temporal	de los cuales mujeres	indefinido	de los cuales mujeres	temporal	de los cuales mujeres	indefinido	de los cuales mujeres
Belgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	14,9	66,1	85,1	74,3	10,5	62,7	89,5	67,0	14,7	62,3	85,3	65,2
Dinamarca	7,1	52,7	92,9	52,4	1,2	67,7	98,8	54,3	16,4	46,4	83,6	48,8
Alemania	17,3	60,3	82,7	71,4	18,7	61,1	81,3	72,5	16,8	59,1	83,2	70,0
Francia	11,7	68,1	88,3	65,1	10,6	66,6	89,4	64,8	10,3	64,2	89,7	64,4
Países Bajos	53,5	53,7	46,5	61,1	50,4	53,4	49,6	61,3	30,6	57,1	69,4	60,6
Polonia	59,1	85,0	40,9	84,3	61,2	76,0	38,8	81,9	53,3	80,7	46,7	79,2
Portugal	53,0	64,4	47,0	57,3	58,6	64,5	41,4	70,6	58,2	67,2	41,8	67,6
España	7,0	57,2	93,0	65,2	4,6	69,2	95,4	65,2	16,9	20,6	83,1	65,2
<b>ALDI Nord</b>	<b>22,9</b>	<b>61,0</b>	<b>77,1</b>	<b>68,8</b>	<b>22,5</b>	<b>60,9</b>	<b>77,5</b>	<b>68,7</b>	<b>21,4</b>	<b>61,5</b>	<b>78,6</b>	<b>67,1</b>

<sup>1</sup> La información relativa a las empresas legalmente independientes de ALDI Bélgica y ALDI Luxemburgo se ha combinado a efectos de simplificar la presentación (véase "Perfil de la Memoria").

## APRENDICES Y ESTUDIANTES DE GRADO DUALES

Número de aprendices y estudiantes de grado duales a 31 de diciembre

El modelo de formación profesional alemán no se utiliza en todos los países, por lo que los datos sobre el número de aprendices se limitan a Dinamarca, Alemania, Francia, Países Bajos y España. En Alemania y España también se ofrece formación dual.

	2018		2019		2020	
	Aprendices	Estudiantes duales	Aprendices	Estudiantes duales	Aprendices	Estudiantes duales
Dinamarca	46	–	48	–	40	–
Alemania	1.684	143	1.759	179	1.688	196
Francia	221	–	241	–	199	–
Países Bajos	54	–	53	–	53	–
España	–	–	–	–	12	5
<b>Total</b>	<b>2.005</b>	<b>143</b>	<b>2.101</b>	<b>179</b>	<b>1.992</b>	<b>201</b>



## PERFIL DE LA MEMORIA

Con la presente Memoria de Seguimiento, proporcionamos a nuestros grupos de interés internos y externos información transparente sobre los avances en materia de sostenibilidad realizados por los centros del Grupo ALDI Nord. La Memoria y su estructura se basan en las recomendaciones del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UNGC) y se corresponden con los informes de progreso exigidos. La Memoria abarca los cuatro ámbitos de derechos humanos, normas laborales, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción, así como los diez principios de sostenibilidad correspondientes. La próxima Memoria de Sostenibilidad se presentará en 2022.

El editor de esta Memoria es ALDI Einkauf SE & Co. oHG, Essen (en adelante, ALDI Einkauf); el alcance de esta Memoria es el Grupo ALDI Nord. En Alemania, el Grupo ALDI Nord se compone de sociedades regionales jurídicamente independientes, cada una de ellas bajo la forma jurídica de una GmbH & Co. KG o SE & Co. KG (sociedad comanditaria con una sociedad de responsabilidad limitada o SE como socio colectivo), constituido como un grupo horizontal de empresas. Las empresas extranjeras de ALDI, jurídicamente independientes, son licenciatarias de la marca ALDI, cuya licencia es concedida por ALDI Einkauf y, por tanto, forman parte del Grupo ALDI Nord a efectos de esta Memoria.

Las desviaciones en los indicadores o contenidos se señalan adecuadamente. La compra de productos para ALDI Luxemburgo la realiza el departamento de compras y logística de ALDI Bélgica. Sin embargo, ALDI Luxemburgo y ALDI Bélgica son empresas jurídicamente independientes cuyas cifras normalmente se suman en las tablas de esta Memoria por razones de simplificación.

Los servicios *online*, como los de viajes, fotografía, música, telefonía móvil, los envíos de flores, los juegos *online*, los libros electrónicos y las entregas a domicilio de ALDI no forman parte de la Memoria de Sostenibilidad.

El período de la Memoria abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2020. La fecha de cierre de redacción es el 31 de marzo de 2021.

Todo el contenido de la Memoria puede encontrarse también en nuestro sitio web <https://www.aldi.es/somos-responsables.html>. Allí encontrará documentos descargables e información adicional explicativa, así como nuestras anteriores Memorias de Sostenibilidad (2015-2020).



## AVISO LEGAL Y CONTACTO

### EDITOR

**ALDI Einkauf SE & Co. oHG**  
Eckenbergstraße 16A  
45307 Essen

### RESPONSABLE

**Rolf Buyle**  
Managing Director  
International Buying  
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

### GESTIÓN DEL PROYECTO

**Dr. Nora Verfürth**  
Directora Corporate Responsibility  
Quality Assurance International  
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

### Judith Hochköppler

Manager Corporate Responsibility  
Quality Assurance International  
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

### CONTACTO

[cr-reporting@aldi-nord.de](mailto:cr-reporting@aldi-nord.de)

### CONCEPTO/REDACCIÓN/DISEÑO

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

### CRÉDITOS DE LAS FOTOS

iStock: amtitus, Stock illustration ID: 1168846666,  
foto de portada; Shutterstock: AtlasStudio, Stock  
illustration ID: 1552213949, inicio de capítulo  
derechos humanos;

### CIERRE DE EDICIÓN

**31 de marzo de 2021**

Queremos dar las gracias a todos nuestros colaboradores, en particular a **Julia Rose** y **Daria Kurczyk**, así como a todos los demás que han contribuido a la elaboración de esta Memoria.

### Idioma de la Memoria

La Memoria está disponible en PDF en alemán y otros idiomas. En caso de discrepancias entre las versiones, el documento alemán será el determinante y decisivo. En aras de la legibilidad, no se indica la forma jurídica de las empresas.

La Memoria de Seguimiento 2020 (PDF) está disponible en los siguientes idiomas: alemán, inglés, francés, portugués y español.

### Exención de responsabilidad

Esta Memoria contiene declaraciones relacionadas con el desarrollo futuro de ALDI Nord. Estas afirmaciones representan valoraciones que se han realizado sobre la base de la información de que dispone ALDI Nord en el momento actual. La evolución real puede diferir de las estimaciones actuales. Por lo tanto, ALDI Nord no se hace responsable de estas afirmaciones.