

Memoria
Anual
Covirán
2013



COVIRAN



Pasos que
refuerzan el
mañana

Pág. 19

La Cooperativa,
principios que
funcionan

Pág. 34

RSE: El
Compromiso
Covirán

Pág. 64

Las Cifras | 20

Decisiones de futuro | 22

Expansión internacional:
Efecto Portugal | 24

Eficiencia en la distribución | 28

Inversiones para crecer | 30

Más y mejores que nunca | 38

Pleno rendimiento | 41

El poder de la comunidad | 42

La onda expansiva | 44

Covirán Iberia | 46

El éxito de cada Socio
es de Covirán | 48

Nuevas tecnologías para
nuevos tiempos | 54

La solución centralizada | 56

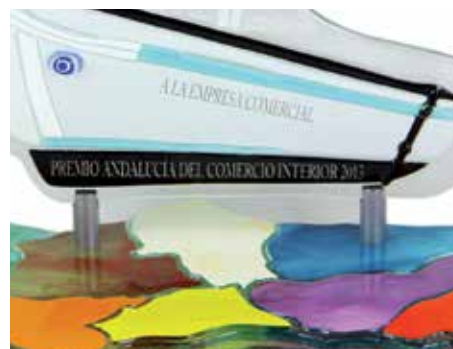
El justo reconocimiento | 57

Marketing: el poder de
la seducción | 57

Compromiso con la Accesibilidad
Universal: Plaza de La Ilusión | 66

Campañas responsables | 68

Espíritu de Cooperación | 74



Medio
Ambiente:
eficacia
responsable

Pág. 78

Prácticas energéticas eficientes | 80

Acciones de sensibilización | 86

Un Horizonte
de proyectos

Pág. 89

La Escuela de Comercio Covirán | 90

NCC, una apuesta con recorrido | 96

El ADN tecnológico de Covirán | 102

Nuevo Modelo Logístico:
Horizonte 2020 | 106

Reconocimientos
al esfuerzo

Pág. 109

Premios que son de todos | 110

CARTAS

JOSÉ M^a URBANO

Estimados Socios:

Un año más, Covirán termina el ejercicio económico avanzando para hacer de nuestra Cooperativa una enseña cada día más fuerte y con unos supermercados capaces de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Después de finalizar un año realmente duro, podemos echar la vista atrás y valorar el esfuerzo que hemos realizado todos los que componemos esta gran empresa y sobre todo vosotros, los Socios de la Cooperativa, a los que desde aquí, agradezco su compromiso ante este continuo reto y felicito por dar lo mejor de sí mismos cada día al frente de nuestros negocios.

Las cooperativas han demostrado la flexibilidad de su modelo empresarial, que es el nuestro. Cooperativas como Covirán hemos seguido, a pesar de la dificultad, no sólo manteniendo, sino apostando por la creación de un empleo de calidad; así, junto con el resto de componentes del sector de la economía social, somos uno de los ejes que más está ayudando en la salida de la crisis y en la recuperación económica y nos hemos convertido en un buen ejemplo a seguir dentro de la sociedad.

Por esta razón, los organismos nacionales e internacionales están incorporando medidas dirigidas a nuestro sector y a nuestro modelo, ayudando a otras empresas a que

innoven o a que inicien procesos de internacionalización, algo en lo que una vez más, nuestra empresa, ha sabido ir por delante.

En un ejercicio marcado por el decrecimiento generalizado, Covirán ha seguido ofreciendo a sus Socios argumentos y herramientas para seguir siendo la mejor opción para el detallista independiente de nuestro sector. Así lo ha confirmado la incorporación de la cooperativa leonesa Euroada, que ha apostado por nosotros este año, integrándose a Covirán. Las aperturas de las plataformas de distribución en Santiago de Compostela y en Sintra (muy cerca de Lisboa), significan también el convencimiento de la Cooperativa de estar cerca de sus Socios, de darles el

mejor servicio y apostar por la mejora continua. Además, estas aperturas son la consecuencia del incremento de nuestra masa social y de la cuota de mercado en España y Portugal, algo reseñable en los tiempos que corren.

Y fue en Portugal en el mes de noviembre, bajo el eslogan “Juntos, más Covirán”, donde tuvo lugar un importante hito: el primer encuentro de los Socios lusos, con motivo de la apertura de nuestra tercera plataforma en este país, en Sintra, y que completa la expansión geográfica de Covirán en Portugal. Un proyecto de internacionalización cada vez más maduro y que abre puertas al futuro a todos aquellos pequeños y medianos empresarios que quieran sumarse a un proyecto ilusionante y en el que cada uno de nosotros es la razón de ser.

Como ilusionante es también uno de los principales hitos de 2013, pensado por y para el Socio: la Escuela de Comercio Covirán, ubicada en la granadina Plaza de La Ilusión.

Los Socios han de ver en esta Escuela una oportunidad de oro para crecer, de la mano de una formación cualificada; una oportunidad para ser



más rentables, más eficientes, y contar con el personal mejor preparado al frente de nuestros negocios. Eso, sin duda, nos ayudará a diferenciarnos de cara a los competidores y contribuirá a dar el mejor servicio a nuestros clientes, algo por lo que nos hemos caracterizado a lo largo de los años.

Un centro formativo a nuestra medida, para que nosotros, los Socios, y nuestros empleados, alcancemos la capacitación profesional óptima y dar así respuesta a las necesidades de quienes nos visitan a diario.

Me gustaría, un año más, mencionar la buena acogida que me habéis brindado en las reuniones celebradas en las Plataformas, en las que la Cooperativa apuesta por es-

cuchar de primera mano las necesidades del Socio. Un paso imprescindible éste, para seguir avanzando en sintonía con vosotros y en línea con las necesidades de vuestros negocios.

Por último, me gustaría hacer hincapié en algo vital hoy día si queremos seguir en la senda ascendente: el compromiso.

Compromiso de la Cooperativa hacia sus Socios. Compromiso en seguir haciendo todo lo posible para que vuestros negocios sean más rentables y competitivos y os demos las mejores herramientas para que podáis dar la mejor respuesta ante el cliente. Y compromiso también, del Socio hacia la Cooperativa, vuestra Cooperativa. Compromiso para que os suméis a las iniciativas que desde aquí se pongan en marcha, porque no tienen

otro fin que vuestro beneficio. Compromiso para incrementar la integración y el grado de fidelidad hacia nuestra enseña, que es la vuestra. Compromiso en aunar esfuerzos en la misma dirección: Covirán.

Esa, es la única vía para seguir evolucionando y hacer grandes cosas, y eso, solo es posible con la unión del Socio y la Cooperativa. No hay secretos, pero sí, trabajo y compromiso.

Un fuerte abrazo.

José M^a Urbano

LUÍS OSUNA

Estimados Socios,

Un año más, Covirán presenta su memoria anual, donde hacemos un balance de la evolución de nuestra Cooperativa en los últimos doce meses.

En primer lugar, hay que reseñar que nos encontramos aún en un entorno marcado por la crisis económica que dio comienzo seis años atrás. Ante este escenario, Covirán, sus Socios y empleados, han seguido trabajando unidos para alcanzar unas cifras muy positivas, en un sector cada vez más competitivo, en un mercado que no crece.

Sin embargo, el tiempo nos viene dando la razón. En un contexto prolongado de reducción drástica del consumo y crisis en todos los sectores, nuestro modelo cooperativista se ha reafirmado en 2013 como la fórmula de crecimiento más acertada, justa y sostenible dentro del entorno donde se ubica. No solo porque la Cooperativa

cerrará el ejercicio con saldos positivos en lo económico y en lo social, o porque las inversiones realizadas el año pasado, tanto tecnológicas como productivas, nos aseguran recoger frutos en años venideros, sino porque además, Covirán está siendo capaz de ofrecer soluciones rentables para sus Socios, soluciones de futuro y a la vez, lo estamos haciendo sin dejar de lado nuestro compromiso con la sociedad. Estamos contribuyendo a generar empleo en cada territorio donde nos asentamos, cohesión social en las comunidades donde estamos presentes y revertimos nuestros beneficios con el fin de seguir creciendo. Sin duda, un ejemplo de responsabilidad en los tiempos actuales.

En esta memoria se recogen los datos que demuestran algo que en Covirán sabemos bien: una Cooperativa unida con un objetivo bien trazado, que revierte su beneficio en los Socios y empleados, y sabe adaptarse a su entorno, nunca se detiene.

Así es como el pasado año, y adentrándonos en el plano social, se consiguió ampliar y consolidar nuestra presencia en España y Portugal. 2013 acaba con Covirán liderando la península ibérica con 2.700 Socios y con 3.200 puntos de venta, siendo la PRIMERA COOPERATIVA DE DETALLISTAS DE ALIMENTACION EN ESPAÑA Y PORTUGAL. Del total del colectivo, 2.500 Socios y 2.947 supermercados corresponden a España, donde nuestra presencia se prolonga a 46 provincias y 16 Comunidades Autónomas, además de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

En el país vecino, Portugal, hemos logrado hacernos con un lugar destacado dentro de la distribución de alimentación, ocupando un quinto puesto del ranking portugués en número de supermercados bajo una misma enseña en sólo 3 años. A pesar de nuestra corta trayectoria allí, la enseña Covirán cuenta con 203 Socios y 250 supermercados, y ha experimentado un crecimiento del 50% en volumen de negocio en el último año.

El balance social de la compañía, por tanto, arroja datos positivos, ya que cerramos 2013 con un 8% más de Socios que el ejercicio anterior y un 5% si hacemos referencia al incremento de supermercados.

Nuestro colectivo, supera ya las 14.000 personas, si tenemos en cuenta los empleos de la Cooperativa a través de su central y plataformas, y de los puntos de venta de nuestros Socios.

Desde el punto de vista financiero, Covirán consolidó en este ejercicio un 5% de crecimiento en su volumen de negocio: 600 millones de euros, frente a los 575 de 2012. El beneficio neto aumentó un 20% con respecto al año anterior, alcanzando los 0,91 millones de euros. El Cash Flow se situó en 2013 en 5,1 millones de euros, un 4% superior al del año anterior. El Ebitda, con 6,23 millones de euros, creció un 1,5% respecto a 2012.

Estos datos confirman la SOLIDEZ FINANCIERA DE COVIRAN y la buena marcha de nuestro MODELO COOPERATIVO, garantizando la ejecución de los proyectos que tenemos marcados de cara a 2014, un año en el que la compañía prevé crecer en torno al 6%.

En estos resultados ha sido determinante la apuesta por el mercado gallego con la apertura de la nueva plataforma de Santiago de Compostela así como el proceso de expansión internacional iniciado por la Cooperativa en Portugal, país que ha experimentado en 2013, un crecimiento del 50% de su volumen de negocio, convirtiéndose en una apuesta segura para el detallista independiente luso e incrementándose cada vez más el reconocimiento y la confianza que el cliente portugués tiene de Covirán.



Otro de los hitos destacables en 2013 ha sido la firma del primer convenio colectivo único de Covirán, que contribuye a garantizar la estabilidad y el crecimiento de la compañía en el largo plazo. Es una gran satisfacción para mí afirmar que este convenio fue sometido a votación y un 90% de esos votos fueron a favor, poniéndose de manifiesto una vez más, el compromiso de todos nuestros trabajadores con el proyecto Cooperativo de Covirán.

Dentro del ámbito societario hemos puesto en marcha nuestra Corporación Empresarial Covirán, sociedad que gestiona y aglutina los servicios corporativos centralizados del grupo de empresas que dan servicio a la Cooperativa (Covirán Supermercados, Covirán Servicios, Graseda Correduría de Seguros, Covioil) además de haber constituido la Fundación Covirán como eje del desarrollo formativo y de nuestra Escuela de Comercio Covirán.

La apuesta por la economía social y la responsabilidad social este año, ha sido tan

ilusionante como la plaza donde se ubica nuestra Escuela de Comercio Covirán. Con ella, damos un paso decisivo de cara a la profesionalización de todo nuestro colectivo ya que ésta nos ayudará a fortalecer nuestros valores y señas de identidad, aquellos atributos que nos hacen únicos y que a lo largo de los años, nos han hecho valedores de la confianza de miles de clientes. Este entorno, la Plaza de la Ilusión, se ha convertido además en un referente de buenas prácticas sociales, al haber obtenido la certificación de AENOR en accesibilidad universal. Covirán se convierte así, en la primera enseña de distribución en España con un supermercado certificado por AENOR en Accesibilidad Universal, ejemplo para nuestro colectivo de Socios y referente dentro del sector. La certificación de Accesibilidad Universal garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso, uso y disfrute de los entornos y servicios a todas las personas, con

independencia de su edad o discapacidad. Este reconocimiento acredita un trabajo que repercute positivamente en la sociedad en su conjunto y supone un paso más en nuestro compromiso con ella. En definitiva, en 2013, una vez más, Covirán ha demostrado que puede ser sostenible económicamente, atendiendo a las necesidades de sus Socios, y de los diferentes públicos con los que trabajamos en nuestro día a día.

De cara al futuro, nuestro grupo empresarial ha de seguir creciendo, de la mano de sus Socios en el ranking de la distribución ibérica. Una formación a medida, vinculada a la Escuela de Comercio, impulsará sin duda este crecimiento, al igual que la modernización de nuestros puntos de venta, donde avanzamos con nuestro Nuevo Concepto de tienda, que en 2013 ha evolucionado un paso más, o la inversión en tecnologías de la información que nos garantice una toma de decisiones certera, sin olvidar la expansión de nuestra

enseña, dentro y fuera de España. Todo ello, sin perder de vista las necesidades de nuestros Socios, escuchando sus requerimientos para seguir ofreciéndoles todas las herramientas necesarias para incrementar con competitividad y eficiencia.

2013 ha sido un año de reconocimientos para Covirán por los premios que nos han concedido, y todos ellos son premios al esfuerzo de sus Socios. Además, también hemos sido la enseña líder en satisfacción del consumidor (Índice STIGA) por encima de todos nuestros competidores, por lo que doy la enhorabuena a nuestros Socios, ya que su apuesta por Covirán, su homogenización y el buen servicio ofrecido al cliente, nos ha permitido alcanzar tal distinción.

De cara a 2014, la compañía seguirá en esta línea de compromiso con la sociedad, materializando los proyectos establecidos en su Plan Estratégico. La internacionalización, la

innovación, la modernización en el punto de venta y una orientación plena al cliente final, son los principales retos que afronta esta Cooperativa en el corto plazo, que, sumados a la formación y profesionalización del colectivo de la mano de nuestra Escuela de Comercio, nos permitirán ser mejores cada día y seguir liderando la solución detallista independiente de nuestro sector en la Península, y por supuesto, ofrecer cada día a nuestros Socios, todas las herramientas necesarias para gestionar sus negocios y ser competitivos.

Un afectuoso saludo.

Luis Osuna, Consejero delegado.

CONSEJO RECTOR





Tomás Muñoz Arjona
Manuel Barrios Delgado
Javier Vidondo Ilincheta
Marcial Ros Muros (Vicepresidente del Consejo Rector)
Antonio Rodríguez López
Vicente Robles García
José María Urbano Pérez (Presidente del Consejo Rector)
Pedro Félix Lavín Poveda
Luís Osuna Hervás (Consejo Delegado-CEO)
Juán Antonio Rodríguez Fernández
Antonio Robles Lizancos (Presidente de Honor)
Francisco de Paula Torres García (Letrado Asesor)
Francisco Javier López Romero (Secretario del Consejo Rector)
José Muñoz Domínguez
Enrique López Sánchez
José Luís Bravo González

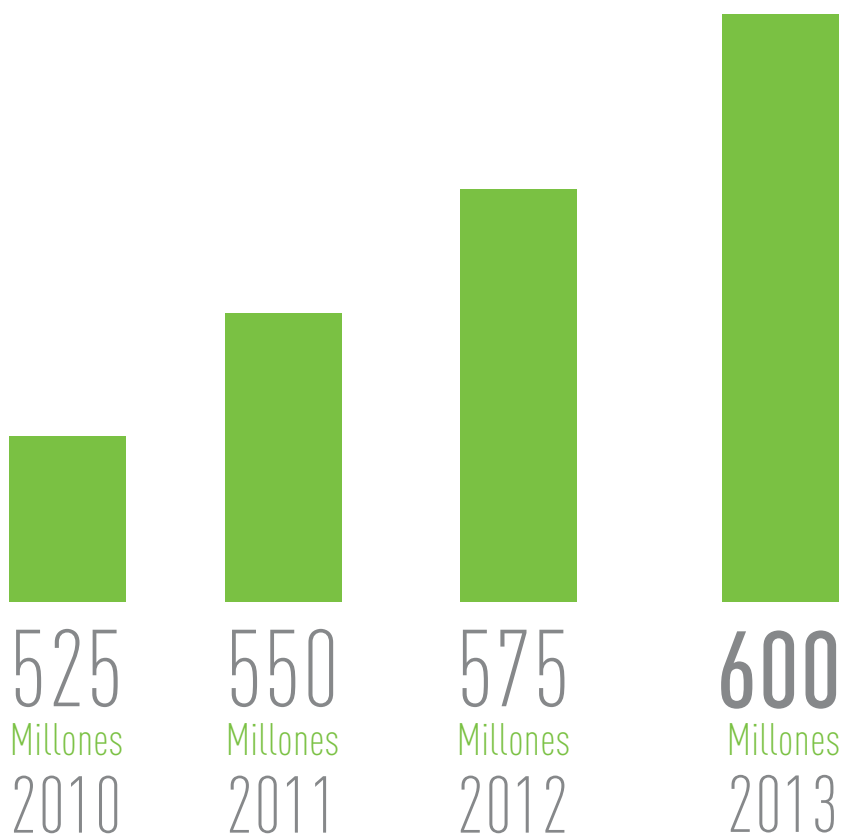
DE IZQUIERDA A DERECHA

2013,
PASOS QUE
REFUERZAN
EL FUTURO

Las cifras

DATOS FINANCIEROS

- Covirán consolidó en este ejercicio un **5%** de crecimiento en su volumen de negocio: **600 millones** de euros frente a los 575 de 2012.
- Los resultados antes de impuestos fueron similares a los de 2012, algo más de **900.000 euros**.
- El beneficio neto aumentó un **12,7 %** respecto a 2012, hasta alcanzar los 910.341 euros.
- El Cash Flow se situó en 2013 en **5,1 millones** de euros, un 4% superior al del año anterior.
- El Ebitda, con 6,23 millones de euros, creció un **1,5%** respecto a 2012.
- El retorno cooperativo asciende a **408.617 euros**, un 16,9% superior que el año pasado.



5%

INCREMENTO DE
VOLUMEN DE
NEGOCIO RESPECTO
A 2012



0,91



Millones
BENEFICIOS
ANTES DE
IMPUESTOS

5,10



Millones
CASH FLOW

6,23



Millones
EBITDA

190



Millones
BALANCE
TOTAL

EXPECTATIVAS 2014

Estos datos confirman la **solidez financiera de Covirán** y su modelo cooperativo y garantizan la ejecución de los retos marcados para 2014, un año en el que la compañía prevé crecer en torno al 6%, en sintonía con ejercicios anteriores.

En estos resultados ha sido determinante el proceso de expansión internacional iniciado por la Cooperativa, una ampliación que hace de rompehielos para el sector español. El 'Efecto Portugal' fue un dinamizador del incremento global experimentado en 2013, año en el que Covirán creció un 50% en el país vecino.

Además de en Portugal, Covirán volvió a crecer en territorio español. En un entorno tremendamente competitivo la Cooperativa registró en 2013 un incremento del 5% en su volumen de negocio. Un crecimiento no solo asentado en la incorporación de Socios y la apertura de nuevos supermercados. En un año durísimo, tal vez uno de los más difíciles de la crisis, la mayoría de los Socios ha mantenido su cuota de mercado. Los supermercados de la enseña Covirán generaron ventas en 2013 por importe de 1.200 millones de euros.

El balance social de la compañía también arroja datos positivos. La Cooperativa cerró 2013 con 2.700 Socios, un 8% más que el ejercicio anterior. El crecimiento en número de supermercados es porcentualmente similar, con un total 3.200 puntos de venta distribuidos entre España (2.947), Portugal (250) y Gibraltar (3).

La Cooperativa mantiene la **segunda posición en el ranking nacional** de la distribución por número de establecimientos en España y ocupa ya el quinto lugar en Portugal. La aspiración es seguir subiendo puestos.

MENTALIDAD COLECTIVA

La cifras de Covirán en 2013 demuestran que el **modelo cooperativo de empresa es sostenible económica y socialmente**.

El beneficio que se genera en toda la cadena es redistribuido entre todos sus miembros, beneficiándose sus Socios por igual, con independencia de su tamaño o de sus volúmenes. Dicho de otro modo, la Cooperativa es sinónimo de igualdad, de justicia y de unión en torno a un objetivo común.

Hay cientos de detallistas independientes, los Socios, que están generando economía en todo el territorio español, en Portugal y Gibraltar. Y no solo generan economía, también cohesión territorial. Los supermercados Covirán están en los barrios de las ciudades, pero también en pequeños pueblos cuyos habitantes, gracias a estos puntos de venta, pueden acceder a productos de calidad a precios competitivos, que tienen en cuenta la diversidad y las necesidades y gustos de cada territorio. Y por supuesto, de la mano de productores locales.

Decisiones de futuro

A lo largo de 2013, la Cooperativa ha seguido dando los pasos necesarios para que su horizonte se intuya tan prometedor como lo ha sido a lo largo de su historia. Un futuro que estará marcado por los retos y que ha de abordarse estratégicamente, con decisiones meditadas, como se ha venido haciendo hasta la fecha, decisiones de hoy que repercuten en un mañana mejor para su colectivo de Socios y empleados.



Un buen trabajo

En 2013 y de la mano del primer convenio colectivo general, la empresa ha contribuido a consolidar los puestos de trabajo de la compañía y a asegurar **un futuro con garantías**, con una contención salarial que preserva el poder adquisitivo y pretende impulsar un crecimiento planificado. Es lo que hace distinta a Covirán: hacer sostenible un modelo que genera más empleo y de mayor calidad que los modelos de la competencia, además de maximizar la redistribución de beneficios.



Un concepto innovador

La apuesta por la economía social y la responsabilidad social empresarial es tan ilusionante como la plaza donde se ubica el primer supermercado con accesibilidad universal certificada de la red de tiendas Covirán, primero en España y único. Un proyecto desde el cual la Cooperativa podrá testar, en un entorno controlado, cómo repercuten en el resultado del negocio las acciones que ponen el foco en la integración social.

El Supermercado de la Plaza de la Ilusión ha servido para hacer evolucionar el 'Nuevo Concepto Covirán' con nuevas fórmulas que den respuesta a las necesidades del cliente actual, para luego, ofrecerlas al resto del colectivo, una vez verificadas.



Expansión internacional: efecto Portugal

Las empresas de economía social que trabajan su diversificación geográfica están llamadas a atravesar la crisis económica en mejores condiciones que las que permanecen inmóviles.

La expansión a Portugal, en este sentido, aportó en 2013 grandes satisfacciones a la Cooperativa. Es un hecho que refuerza la singularidad de Covirán, la primera empresa española de distribución de alimentación que ha iniciado un proceso de internacionalización. Esta apuesta significará a medio plazo una ventaja competitiva y permitirá acumular una experiencia decisiva a la hora de iniciar nuevos procesos expansivos.

En 2013, Covirán ha celebrado el primer encuentro de Socios de Portugal, con motivo de la inauguración de su tercera plataforma de distribución. Este, tuvo lugar los días 6 y 7 de noviembre en Lisboa, y supuso un momento muy emocionante compartido con toda la masa social de este país.

**JUNTOS,
MAIS
COVIRAN**



Sintra

En 2013 Covirán duplicó en Portugal el número de Socios y de puntos de venta. Aunque la compañía inició la expansión al país vecino en 2010, el ejercicio 2013 marcó un punto de inflexión en el proceso. La apertura de una plataforma logística nodriza en Sintra (Lisboa) se sumaba a las plataformas ya abiertas de Algoz (Algarve) y Aveiro, completando así el dibujo de la red que dará soporte a los detallistas independientes sumados a la Cooperativa; un refuerzo que se complementa con el cambio de operador logístico. En Portugal Covirán ha apostado por un operador de primer nivel, un especialista en distribución y coordinación de sistemas a largas distancias que ha introducido importantes novedades para elevar las expectativas. La apertura de Sintra, en noviembre de 2013, fue la puesta

en escena de lo que significa Covirán en Portugal, un territorio al que la Cooperativa ha llegado para quedarse. Desde ese momento se empieza a hablar de Covirán como un operador importante dentro del sector agroalimentario portugués.



Sintra

Conocida por sus palacios románticos y sus bellos paisajes, esta singular villa portuguesa de casi 400.000 habitantes es la segunda más poblada de Portugal, solo por detrás de la capital del país, y tiene una posición estratégica clave, justo en la 'punta de la nariz' de la Península Ibérica. Está declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco desde 1995 y en los últimos años otros sectores como el metal o el mármol han realizado importantes inversiones en su capital empresarial. No está solo bien situada de cara a la distribución en Portugal, sino que es un enclave desde el que poder levantar la vista hacia el océano Atlántico y divisar más posibilidades en otros países.



Adaptación al mercado

La implantación en Portugal llevó aparejado un proceso de adaptación de la compañía al mercado luso, con 150 referencias específicas, que en 2014 se incrementarán con otras 47. Fiel a la filosofía de adaptar el surtido a las necesidades del Socio y sus clientes, Covirán ha alcanzado acuerdos con proveedores locales, que representan ya el 70% de la facturación en el país vecino. Al igual que en España, se ha realizado

también un importante esfuerzo por parte de la Cooperativa para la identificación de las tiendas de la cadena, fortaleciendo la imagen de marca en este país, lo que ha hecho que su difusión sea mayor. El Socio empieza a entender que lo que vende es la enseña Covirán, el modelo de negocio. Además, en 2013 se facilitó el acceso a crédito de los Socios portugueses con acuerdos con las principales entidades financieras.



Entorno digital

La adecuación del software de gestión ha venido acompañado del lanzamiento del portal web específico para ese país www.coviran.pt así como del portal exclusivo para Socios, herramienta fundamental en el día a día de los asociados para agilizar su trabajo.

En esta expansión, la puesta a disposición de todos los servicios relacionados con la dimensión tecnológica de la Cooperativa ha sido crucial.

El objetivo era que en pocos meses los nuevos Socios lusos estuvieran integrados en el sistema de transmisión de información y comunicación de la compañía y se ha conseguido con creces.

La oportunidad vecina

La completa oferta de servicios de Covirán, que incluye el reparto en la puerta del establecimiento, una marca propia muy competitiva, el software de punto de venta y la formación a medida, supone una oportunidad para los detallistas independientes lusos, que habían sufrido una reducción del modelo cooperativo en este país, tras la quiebra de muchas de las principales cooperativas portuguesas. Covirán aparece y se posiciona así como una alternativa sólida para dinamizar el sector en el país vecino, que se había quedado sin referencias.

Eficiencia en la distribución

Ante un entorno en continuo cambio y con un mercado altamente exigente, el área de actividad logística en Covirán está en permanente adaptación. Los cambios en las exigencias del consumidor, la expansión geográfica y las continuas incorporaciones de nuevos Socios, obligan a replantear constantemente el sistema de suministro, adecuándolo a las particularidades de los Socios y negocios. Ganar esa agilidad y flexibilidad en la logística permite unas ventajas competitivas que se traducen en ser más eficientes.

Asumir el cambio de forma natural reconstruyendo los procesos cada vez más rápido y de manera más óptima, es la manera de garantizar el futuro. Es fundamental el despliegue de iniciativas en toda la cadena de suministro, y la innovación en todas las áreas de la empresa.

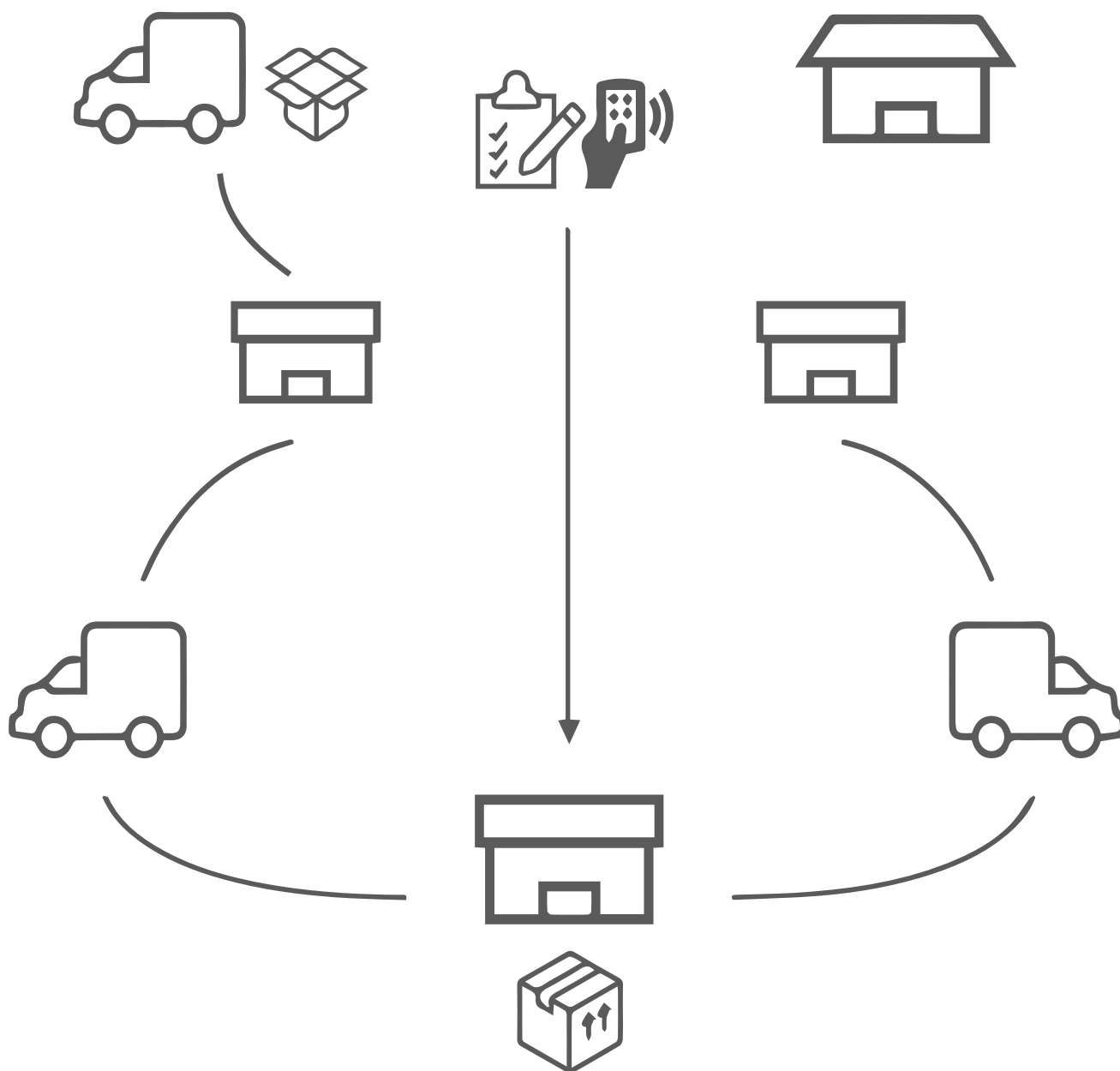
Covirán sumó en 2013 tres plataformas a su red logística: Ponferrada (León), Santiago de Compostela (Galicia) y Sintra (Portugal). Estos tres nuevos puntos contribuyen a consolidar la red que da soporte a los Socios y sus supermercados. La insignia cerró el ejercicio con 29 centros logísticos distribuidos por toda la Península Ibérica.



Preparación y reparto

En 2013 la Cooperativa ha profundizado en el desarrollo de un nuevo modelo logístico basado en el 'cross docking' y la combinación de plataformas nodrizas y satélites que da respuesta a uno de los servicios más demandados por los detallistas independientes. Muchos de los Socios, sobre todo los de nueva incorporación, prefieren concentrarse en la gestión de su negocio y aprovechar las ventajas de los servicios que presta Covirán.

El servicio de preparación y reparto representa ya el 63% del modelo logístico, con un incremento del 6% frente al ejercicio anterior.



Ventajas del cross docking

Una de las funciones clave de las plataformas logísticas es la preparación de pedidos. El cross docking consiste en eliminar el almacenaje innecesario y la mayoría de los costes asociados a estas operaciones y permite agilizar la distribución de los productos, para que lleguen antes a los puntos de venta. Como valor añadido, contribuye a mejorar la situación del stock, disminuyendo el nivel de roturas y productos caducados.

Ganar agilidad en las operaciones de la cadena de suministro es claramente una necesidad en la actualidad para todas las enseñanzas de la distribución y Covirán, trabaja en un nuevo horizonte 2014-2020, que le permitirá un incremento exponencial de su eficiencia y una importante mejora de cara al Socio.

Inversiones para crecer

Invertir para seguir creciendo sigue siendo el planteamiento base de la Cooperativa. Junto a las inversiones productivas realizadas en Portugal, en 2013 Covirán adquirió una nave industrial en Santiago de Compostela de más de 9.000 metros cuadrados, con una inyección de presupuesto que supera los 4 millones de euros y que representa una solución de futuro para la distribución en Galicia, una comunidad con grandes perspectivas y que está experimentando un crecimiento importante. Todo, orientado a la mejora del Socio.



La Ilusión

Importante también ha sido la apuesta por el proyecto de la Plaza de la Ilusión, con un valioso componente productivo. Cuenta con un supermercado que contribuirá, a través de la experimentación, a seguir evolucionando dentro de su modelo de negocio, el NCC, que permite mejorar la rentabilidad y el retorno de los supermercados de los Socios. La inversión en la Es-

cuela de Comercio Covirán, cuya sede física se encuentra emplazada aquí, se suma también a este objetivo, que favorecerá la generación de beneficios que refuercen la enseña Covirán y todos los valores a ella asociados, a través de una formación cualificada.



Apoyo a la modernización

Durante 2013 la Cooperativa mantuvo su línea de inversión recurrente de apoyo a los Socios. La empresa continúa aportando capital a fondo perdido a aquellos detallistas independientes adscritos a Covirán que han querido modernizar sus tiendas bajo un marco y patrones estándares que buscan la mejora de la rentabilidad y, al mismo tiempo, una homogenización de la imagen de marca, con el NCC como buque insignia.

LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

Cifras alcanzadas en 2013

El Socio es la esencia de Covirán. Sus necesidades, su evolución y su modernización son el objetivo por el que la plantilla trabaja cada día. Una plantilla con una cultura basada en el servicio y la atención al Socio, que garantizan su crecimiento.

En esta Cooperativa no hay comercios pequeños o grandes, andaluces o manchegos, españoles o portugueses. Hay Socios de Covirán. Y posiblemente, una de las claves del éxito de esta compañía, sea este trato igualitario que todos reciben, algo que conocen bien los trabajadores que, a lo largo de los años, han convertido al Socio en su razón de ser y al servicio de calidad, en su prioridad.



2.700
Socios



3.200
Supermercados



250
Supermercados
en Portugal
3
En Gibraltar



1.076
Empleados
Cooperativa



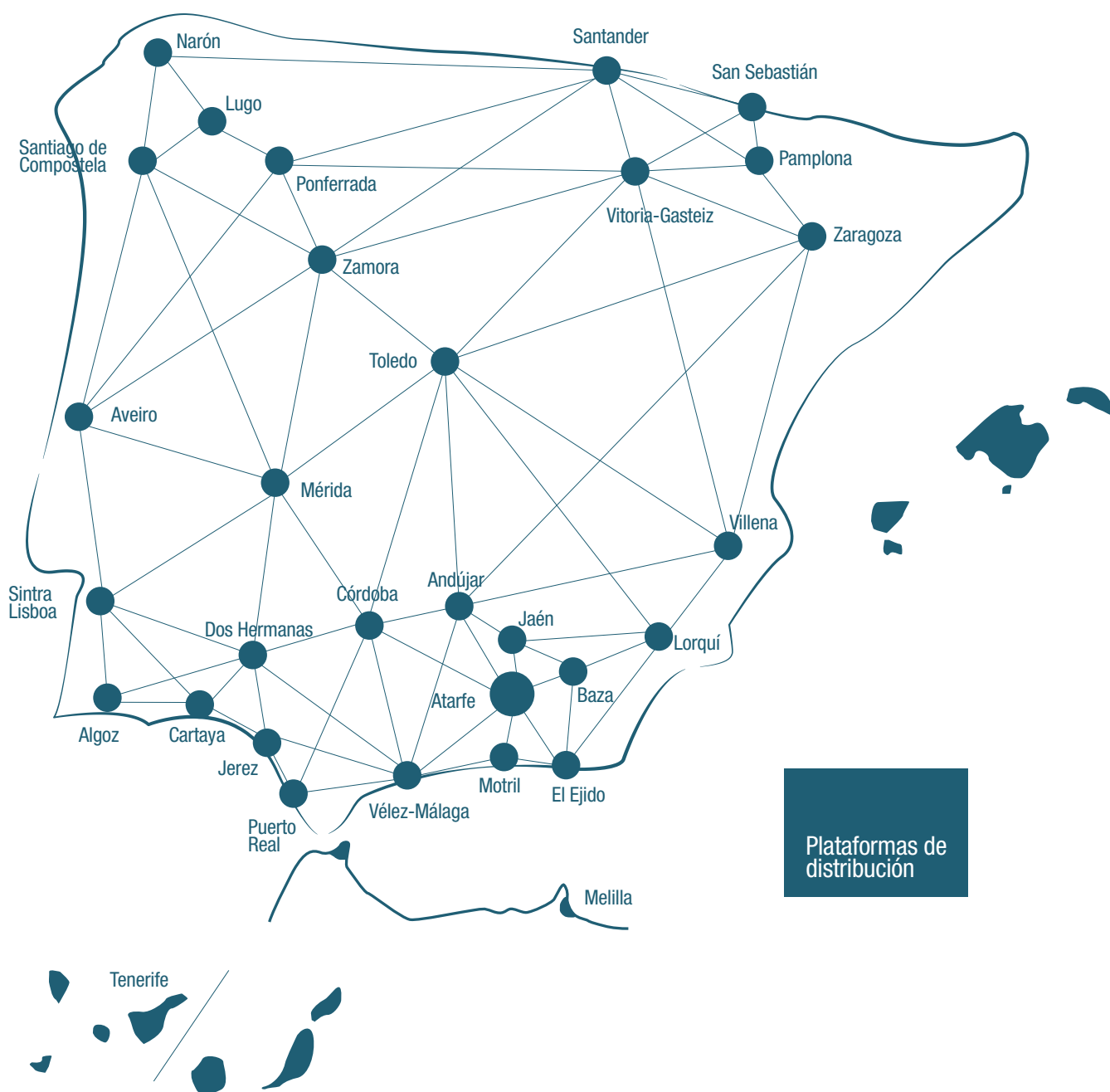
46

Provincias españolas
con presencia



12.976

Empleados
Puntos de
Venta



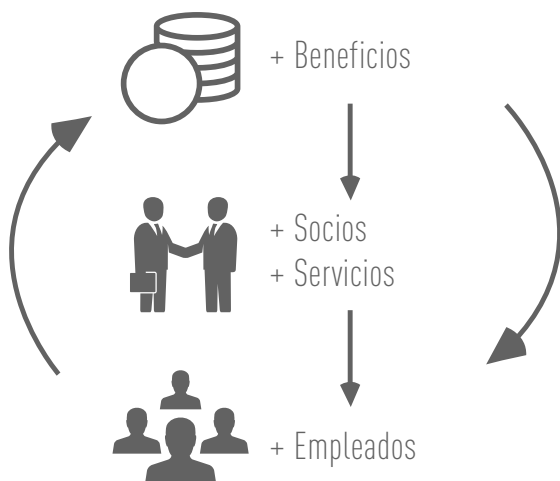
Trabajadores: el factor humano importa

Todo el crecimiento logrado en 2013, el que ha posibilitado la expansión internacional de Covirán y el desarrollo de nuevos proyectos, habría sido imposible sin el mejor capital que una Cooperativa puede y debe tener: el capital humano. Detrás de la atención al Socio y al cliente, de las campañas de marketing o de fidelización, del control de calidad de sus productos, de la búsqueda de las mejores tarifas o de la distribución logística, hay personas que han vuelto a demostrar que tienen un nivel de compromiso con la misión de la Cooperativa muy por encima de la media del sector. Lo han demostrado con cifras y con un hito que marca un antes y un después en los 52 años de historia de la empresa: el nuevo convenio laboral.



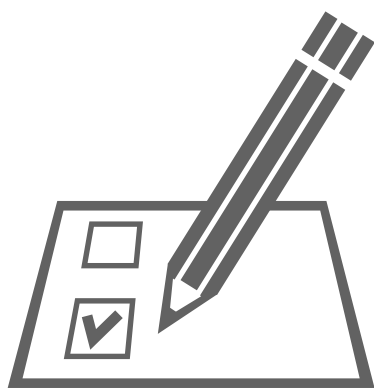
Un convenio
para todos,
una nueva era

En junio de 2013 se firmó un acuerdo histórico para la Cooperativa. El nuevo convenio único de empresa supone la consecución de un objetivo que por fin cimenta las bases necesarias para garantizar el futuro de la compañía. Un documento ajustado a la realidad que vive el país, que ha permitido homogeneizar los beneficios sociales que el personal de la compañía disfrutaba de distintas maneras en cada punto del mapa, debido a que hasta ese momento, la adecuación a los convenios laborales existentes en cada provincia generaba desigualdades.



Dinámico

El acuerdo colectivo es un cambio de paradigma con objetivos realistas. Aun manteniendo unas tablas salariales que siguen por encima de la media del sector, una empresa con espíritu social debe aspirar a enfrentarse a la situación económica y seguir creando empleo desde la responsabilidad. **Covirán es así más sostenible, más competitiva y más emprendedora**, y frente a otros modelos empresariales que siguen buscando una salida adecuada, está demostrando que el cooperativismo genera riqueza cuando crece. Si hay más beneficios, repercuten en un incremento de Socios y de servicios para estos, así como en la contratación de más empleados, y la cadena termina generando más beneficios de nuevo, en un círculo virtuoso que no se detiene. Poder integrar en esta ecuación un convenio laboral que iguala las condiciones de los trabajadores, permite seguir creciendo y hacerlo de una manera sostenible.



Colectivo

El éxito de la campaña de información y la votación de este nuevo convenio no deja lugar a dudas. Después de realizar presentaciones puntuales en las plataformas y de atender las consultas necesarias con una transparencia absoluta, tras negociar con los principales sindicatos desde septiembre de 2012, el acuerdo debía someterse a votación por los mismos empleados, y el sí fue rotundo. Votó más del 97% de la plantilla, y el 90% de esos votos fueron a favor. Estas cifras solo pueden significar una cosa: los trabajadores de Covirán han sabido valorar la importancia de este paso y estar a la altura de este reto.



Social

Fiel a la filosofía que una cooperativa debe tener y a la que Covirán nunca va a renunciar, el nuevo convenio ha volcado toda su importancia en los **beneficios sociales de sus empleados**. Sin que ningún trabajador haya perdido derechos. Se ha creado un fondo social dirigido a los empleados. Dicho fondo concede préstamos especiales para necesidades perentorias que cualquier trabajador puede solicitar y con un interés mínimo, cuyos beneficios revierten de nuevo en el propio fondo para que siga creciendo.

Más y mejores que nunca

En Covirán, el crecimiento de la compañía se acompaña de un crecimiento del empleo. Ha sido un ejercicio en el que otras empresas han destruido puestos de trabajo, mientras este modelo social ha confirmado que se puede crear más empleo si se gestiona correctamente.

Así, las cifras de Covirán en el ejercicio 2013, dan muestra de su compromiso por un empleo de calidad, a tenor del importante porcentaje de trabajadores fijos, así como de la capacidad de retención de talento y de la buena gestión llevada a cabo en la selección de personal.



Otra forma de contratar

Este éxito se debe a una política de contratación abierta, solidaria con programas integradores de personas en riesgo de exclusión a través de la responsabilidad social corporativa, y gobernada bajo una máxima que también diferencia a Covirán de otras compañías: nadie puede ser discriminado en un proceso de selección. Hombres y mujeres, jóvenes y adultos, todos pueden aportar competitividad en cualquier área de una gran firma que lo sepa valorar como es debido. Los jóvenes cuentan con una formación y una capacidad de adaptación que en esta Cooperativa pueden poner en práctica para su propio desarrollo. Pero los mayores de 45 años, que

son personas con una rica experiencia que solo la trayectoria profesional puede forjar, también deben contribuir al crecimiento de una empresa y la sociedad en la que se encuentra. Y así cruzamos las curvas de aprendizaje con las curvas de enseñanza de unos y de otros.

En años tan duros como los que estamos viviendo, la tasa de contratos que en 2013 se han convertido en indefinidos tras el periodo de prueba supera el 90%, y casi el 100% de los mismos son a jornada completa. Muy pocas empresas pueden dar cifras así. En 2013, el 90% de la plantilla es indefinida



Formación y desarrollo continuo

Formación y desarrollo continuo. Contamos con equipos de profesionales preparados que se mantienen en evolución permanente. La formación interna es uno de los factores que logra que la plantilla esté tan cohesionada y siga evolucionando de forma sólida y uniforme. En este campo, 2013 ha supuesto un año de récords en la formación a empleados.

Se han realizado 149 acciones formativas, un 12% más que en 2012.

- Los cursos han contado con 1.225 asistencias, un 10% más que en 2012.

- Se han impartido 63.122 horas de formación, un 51% más que en 2012.

- El presupuesto destinado a formación ha crecido un 19%.

Buena parte de estos aumentos se deben a una apuesta que en 2013 ha sido más decidida que nunca: el e-learning o aprendizaje electrónico a distancia, una opción necesaria y eficaz para una empresa que está cada vez más expandida por el país y aspira a implantarse en otros lugares.

La formación dirigida a los empleados de Covirán es tan variada como son las necesidades de la empresa; no obstante destacan cuatro áreas formativas que aglutinan el porcentaje más alto de participantes y de esfuerzos:

Nuevas tecnologías

Sobre el uso y explotación de los datos que las nuevas tecnologías nos proporcionan y nos permiten mejorar la toma de decisiones.

Mejora de productividad

Técnicas y acciones que reorganizan los esfuerzos y los recursos de la plantilla. El objetivo es incrementar la productividad en los distintos procesos, aplicando principios de lean management.

Frescos

Un bloque importante y destacado al ser un área estratégica para la cooperativa, en la que además, Covirán es ya una referencia.

Ventas

Cualquier departamento, desde el relacionado con la imagen hasta el de recursos humanos, pasando por los departamentos específicos de comercialización, deben tener esa orientación a ventas y a una decidida atención al cliente.

A estas áreas concretas hay que añadir las acciones de formación a demanda que se realizan todos los años, con un perfil más técnico y especialmente diseñado para grupos concretos con una necesidad formativa puntual.



¿Qué es el lean management?

En los procesos productivos a gran escala se pueden generar duplicidades, desaprovechar recursos o realizar esfuerzos innecesarios. El lean management, a través de técnicas y estrategias propias, permite localizar esos defectos, depurar el sistema de trabajo y agilizar el flujo productivo. La filosofía de optimización Lean proviene de las estructuras de producción japonesas, y comenzó su aplicación empresarial en los años 50.

LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

Pleno rendimiento

Los pasos dados para fortalecer el equipo de más de 1.000 profesionales de Covirán, con un nuevo convenio en el que puedan implicarse, con una inversión creciente en formación, una contratación estudiada y políticas de prevención de riesgos eficaces, pueden resumirse a través de una sola cifra que es algo más que un buen síntoma: Un bajo absentismo laboral del 3%.

A esto se suma que dentro de ese absentismo, solo el 0,28% se debió a un accidente laboral, un dato que siempre preocupa y que cada año se acerca un poco más al cero absoluto como ideal de referencia. La seguridad en los puestos de trabajo del personal de Covirán es una prioridad permanente y se exportará a las nuevas contrataciones e instalaciones en España y Portugal.



LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

El poder de la comunidad

Definir por datos demográficos o sociales la comunidad de Socios de Covirán es una tarea imposible. En cada región se encuentra una premisa distinta, porque mientras en Cantabria se está produciendo un movimiento de relevo generacional, en Cataluña o Levante se están produciendo nuevas incorporaciones en territorios donde la enseña tenía una menor presencia hasta la fecha. En definitiva, cada día y a lo largo del territorio ibérico, nuevos Socios

se incorporan a Covirán, sumando con ello riqueza y diversidad a la Cooperativa.

Estos son algunos de los rasgos de la casa que suelen encontrarse en el perfil del Socio de Covirán, combinados o de forma aislada. Con todo, cada miembro de la Cooperativa es un mundo. Hay, en realidad, 2.700 tipos de Socio, tantos como hay en la compañía hasta la fecha.

Covirán de toda la vida

En entornos rurales de municipios pequeños o de tamaño medio, el detallista es un agente social indispensable, con varias décadas de experiencia y dedicación. Al propietario de estos comercios Covirán sus clientes le conocen por su nombre.



COVIRAN

Retrato del
Socio



Pedro

Socio
de Sintra



Antonio

Socio de
Toledo



Los supermercados del siglo XXI

Situados en capitales de provincia (aunque en municipios menores también), los comercios modernizados aprovechan los recursos tecnológicos y de I+D de la Cooperativa y luchan por diferenciarse en áreas de competencia más dura.



Covirán familiar

Padres, hijos y hermanos trabajan en un mismo Covirán como negocio de familia, y comparten en sus casas los éxitos de cada día y las necesidades de las épocas difíciles.



Reciclaje y relevo

La crisis económica también está empujando a muchos ciudadanos a tomar las riendas de su futuro, y la cantidad de nuevos Socios que quieren formar parte de una Cooperativa que respalde su proyecto sigue creciendo. De hecho, la recién creada Escuela de Comercio Covirán está dedicada a la profesionalización de los nuevos Socios, vengan de un reciclaje profesional o de un relevo generacional.

Migración



Otros profesionales del sector de la distribución y venta de alimentación se han integrado recientemente en Covirán provenientes de otras cadenas del sector. Lo habitual es que sean experimentados trabajadores, con la intención de cambiar de un modelo franquiciado a uno cooperativo, en el que van a ser el centro del sistema y van a poder poner en práctica sus conocimientos de forma autónoma. Pero también lo son los miembros de otras cooperativas que por acuerdo se integran en bloque en esta compañía.

Y todos, reúnan una o varias de estas características, coinciden en un mínimo común denominador: comparten la filosofía de una empresa de economía social preocupada por su ámbito de influencia, por la sociedad que les rodea y por un objetivo compartido que les lleve al crecimiento colectivo.

La onda expansiva

Cada año la comunidad de Socios de Covirán es más grande y más fuerte. Mientras asistimos al nacimiento de nuevos comercios todos los meses, los ya existentes siguen evolucionando hacia el Nuevo Concepto Covirán o modernizan sus instalaciones hasta situarse muy cerca de este.

2012

5%



2013

8%

El número de Socios y de comercios de la Cooperativa creció en 2013 un 8 %, pasando de 2.500 a 2.700, siendo un incremento superior al de los últimos años, en los que el aumento rondaba el 5%. El año pasado se alcanzó la cifra de 3.200 supermercados Covirán por toda Iberia.

En Portugal, con la apertura de la plataforma de Sintra, ha supuesto 100 incorporaciones anuales. Covirán está así ya presente en 17 distritos en Lisboa, incluidas las Azores.

Detrás de estas cifras hay varios factores importantes:

Área de ventas

Un equipo de profesionales se encarga en exclusiva de recibir y atender a todos los nuevos Socios de Covirán. Captadores y gestores que apoyan al recién llegado en todo lo que necesite, orientando a los menos expertos y colaborando a la vez, con los Socios que ya forman parte de la compañía y poseen más experiencia. Esta área acompaña a los asociados en sus diferentes etapas, convirtiéndose en un pilar fundamental desde que una persona da el primer paso de aproximación a la Cooperativa, y durante toda su trayectoria en la misma.

A esto se suma la estrategia puesta en práctica por el Área de ventas, con un plan de visitas personalizadas para las nuevas incorporaciones, seleccionando grupos de Socios con necesidades comunes o específicas, a los que hacer un seguimiento aún más intenso.

Formación, reciclaje y relevo generacional

En una Cooperativa con 53 años de historia la actualización de sus Socios y la herencia de sus comercios es una corriente intrínseca al crecimiento. Incluso los más experimentados, en algunas áreas de especialización, se están formando y profesionalizando para poder innovar en su negocio y en su gestión. Además, son muchos los descendientes y familiares de negocios Covirán que están tomando el relevo y que cuentan con el apoyo de la compañía para profesionalizar aún más la gestión del negocio, renovar su imagen y beneficiarse de todo lo que le ofrece Covirán, introduciendo nuevos aires en la Cooperativa.

La apertura de la Escuela de Comercio Covirán

La apertura de la Escuela de Comercio Covirán en 2013 ha hecho posible un salto cualitativo en la formación ofrecida a los Socios, inédito en la historia de la Cooperativa. No solo se presenta la filosofía y el modelo de Covirán a los nuevos Socios; también imparte formación especializada para que el Socio mejore la gestión de su negocio, logre especializarse en las áreas más estratégicas del supermercado, y aprenda a utilizar todo lo que ofrecen las nuevas tecnologías hoy día. Todo ello, repercutirá en lograr clientes más satisfechos, clientes más fieles, siendo esta una de las marcas de diferenciación de la compañía.

Migración desde la competencia

Se está incrementando una tendencia de incorporaciones de nuevos Socios que vienen de otras cadenas, con un modelo distinto al de Covirán. Son nuevos miembros que desean dejar atrás el formato franquiciado tradicional para pasar a un sistema cooperativo, en el que asumen el protagonismo como profesionales y propietarios de sus establecimientos. Las condiciones que se les ofrecen para poder integrarse en esta compañía y con un mayor grado de libertad y flexibilidad, son los principales atractivos que motivan su decisión.

Autoempleo

Dada la actual coyuntura económica, nos son pocas las personas que ven en el autoempleo una buena opción para encontrar una salida laboral. En este sentido, la Cooperativa se ha convertido en un referente para muchas familias que encuentran en los supermercados Covirán, el vehículo para emprender una nueva etapa profesional, rodeados de profesionales que les asesoran y con una inversión asumible.

La opinión de todos cuenta

Uno de los objetivos que se marcaron, un año más, en 2013 fue el de mantener dos reuniones generales con los Socios a través de las plataformas. En ellas, los Socios trasladan de primera mano sus problemas, inquietudes, necesidades y sugerencias. En dichas reuniones, además de generarse un diálogo enriquecedor, se informa a la masa social de los nuevos proyectos, de las mejoras y de las innovaciones implantadas. Escuchar al Socio es clave en el crecimiento de la compañía.

Covirán Iberia

Covirán se ha convertido en 2013 en la primera Cooperativa de detallistas del sector de la distribución de alimentación, no en la península ibérica, sino en todo el espacio que actualmente denominados Iberia: la península y los territorios que forman parte de los países que la integran, como son Ceuta y Melilla, Islas Canarias y las Azores. Un logro histórico que ha marcado el año y que ha sido posible gracias al empuje de los Socios y al compromiso de los empleados. Cada región de este espacio geográfico ha presentado una evolución importante en este periodo.

La enseña ha seguido dando pasos en cada una de las poblaciones de España y Portugal donde se asienta, consolidando más si cabe los mercados ya maduros, y avanzando de forma sólida en los territorios donde aún tiene un mayor recorrido.

Destaca en 2013 el desarrollo en algunas regiones por diversos factores, como pueden ser el número de aperturas o por el papel estratégico que estos lugares desempeñan en la hoja de ruta de la compañía, pero sin duda, si hay algo reseñable, es el liderazgo de Covirán en el mapa peninsular.



El pilar andaluz

La empresa continuó ampliando en 2013 su presencia en las diferentes provincias andaluzas y aumentando su número de tiendas. Ya son 1.410 los supermercados que abren cada día en esta comunidad autónoma, manteniendo su posición como importante dinamizador de la

economía andaluza y generando riqueza en sus zonas de influencia. Esto también se consigue potenciando la comercialización de productos locales de calidad. Los datos del año pasado son:

6.523

Empleos en
plataformas y
puntos de venta

85

Millones de euros
en compras a
220 proveedores
andaluces

1.410

Puntos de venta a
cierre de 2013

95

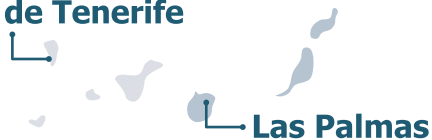
Nuevas tiendas
Covirán



Cataluña, Aragón y Canarias, zonas estratégicas

En 2014 se prevé el inicio de actividad de una plataforma en Tenerife, que ahora mismo recibe atención desde la Península, para así dar cobertura a todas las Islas Canarias. Cataluña se está consolidando con fuerza, siendo sus Socios atendidos desde la plataforma de Zaragoza, con un incremento importante de demanda. En Aragón, mientras tanto, la citada plataforma de reciente creación está dando ya sus frutos y cada día la enseña es más fuerte.

Santa Cruz de Tenerife



El crecimiento gallego y la integración leonesa de Euroada

En Galicia se ha realizado una fuerte inversión que ha dado sus frutos consolidándose la presencia de la Cooperativa en esta comunidad autónoma, a la que en 2013, se suma una plataforma en Santiago. El pasado 3 de febrero, la asamblea general de Socios de la Cooperativa Euroada, Agrupación de Detallistas de Alimentación con 30 años de historia, aprobó su integración en Covirán S.C.A., con la incorporación de 25 trabajadores a la plantilla, nuevos Socios y una plataforma en Ponferrada. Son más de 120 los Socios que ya forman parte de la Cooperativa en territorio leonés.



Madrid

Desde la plataforma de Toledo se atiende a los Socios de Madrid, así como a Ávila, Segovia y Guadalajara. Madrid, logísticamente, une el Norte y Sur de la Península, por lo que su desarrollo es vital y estratégico. Una plataforma que refuerce el servicio en la zona central del país, se prevé cada vez más cercana.

Consolidación de Mercados

Los mercados donde actualmente opera Covirán, son objetivo permanente de evolución y mejora de los servicios, consolidando su posición.

El éxito de cada Socio, es el de Covirán

La fórmula que hay marcada en el ADN de Covirán es tan sencilla como irrefutable: el éxito de cada comercio, de cada Socio, supone el éxito de la Cooperativa. Por ello se invierten los máximos recursos en mantener un nivel óptimo en los servicios ofrecidos a los Socios, en seguir situando los productos frescos como diferenciación de calidad y en aplicar técnicas innovadoras de marketing adaptadas a los tiempos y la sociedad.

Sin embargo, son los Socios y el uso que hacen de estos servicios los que provocan el buen funcionamiento de toda la maquinaria. A lo largo de 2013, la Cooperativa ha seguido trabajando en la mejora de las herramientas ofrecidas a sus Socios y en crear otras nuevas que aporten valor y diferenciación.



Una apuesta comercial ganadora

La marca propia se impone con fuerza en los puntos de venta de cualquier cadena de supermercados. Covirán trabaja en este sentido por introducir productos ganadores por su combinación calidad/precio. Todo ello, sin olvidar un equilibrio tanto de su marca como de otros fabricantes, para dar libertad de elección al consumidor frente al lineal.

Su estrategia comercial se adapta a la realidad actual, a las necesidades de un cliente que apuesta por una compra inteligente y a las particularidades de un Socio poco homogéneo y disperso geográficamente. Un reto que en 2013 ha cubierto las expectativas de la compañía.

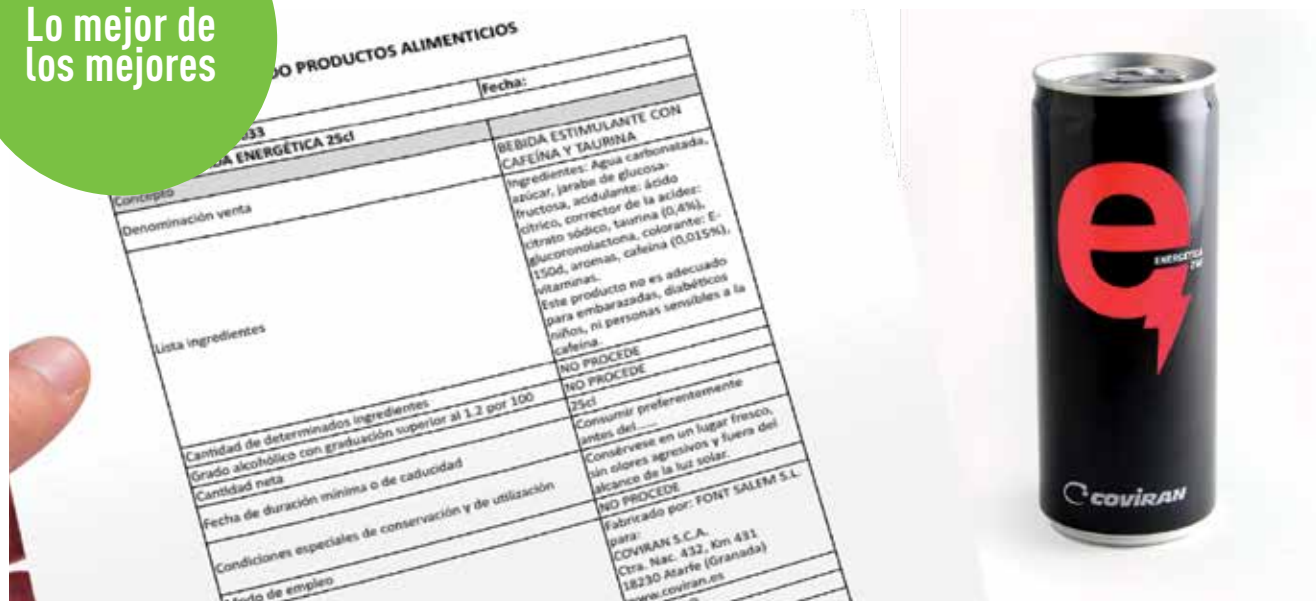
Marca propia
competitiva



La Cooperativa cerró 2013 con 1.161 referencias en el mercado, de las que 78 fueron nuevas apuestas. En Portugal el surtido contiene 911 referencias y 70 de ellas se han agregado durante el año 2013. En la incorporación de productos de marca propia, Coviran mantiene también su compromiso con la salud y el bienestar de los consumidores. Casi la mitad de los productos de la marca Coviran (el 48%) son aptos para celíacos. De ellos, 417 son productos verdes. En los supermercados de la enseña ya se pueden comprar, por ejemplo, huevos ecológicos.

La incorporación de referencias tiene en cuenta también las tendencias en consumo. Pese a la situación de crisis, los clientes mantienen el gasto en productos de cuidado personal. Por ello Coviran ha seguido introduciendo productos que satisfagan estas necesidades. En 2013 se incorporaron lacas, espumas, mascarilla capilar y gel para el afeitado, junto a cremas corporales apreciadas por sus texturas y aromas y por la composición a partir de productos naturales como el aceite de oliva o el de rosa mosqueta.

Lo mejor de
los mejores



La Cooperativa mantiene acuerdos con proveedores contrastados para la elaboración de los productos de su marca. Los productos Covirán se someten a estrictos controles de calidad para cumplir con uno de los parámetros que nos distingue: la relación calidad/precio. En 2013 se realizaron 318 análisis de productos, 67 catas comparativas contra productos de la competencia y 53 auditorías de instalaciones de proveedor. De la mano del fabricante. Covirán apuesta por la libertad de elección del consumidor frente al lineal, y para ello, el trabajo con los principales fabricantes de la distribución, un año más, ha sido constante. Esta unión que genera importantes sinergias, se materializa en diversas campañas y folletos promocionales en apoyo a las principales marcas de fabricante en las que Covirán participa a lo largo del año.

Los 400
principales



Durante 2013 la Cooperativa llevó a cabo la campaña 'Los 400 principales', que persigue que cada Socio tenga en su tienda los productos principales de la marca propia, tras un estudio personalizado de cada supermercado. Son productos de calidad contrastada, con muy buena aceptación entre los consumidores también por su precio y que contribuyen a fidelizar clientes en un segmento tan volátil como el del retailer o la distribución minorista.

Optimizar el surtido



Desde 2012 la Cooperativa viene trabajando en un proyecto que persigue optimizar el surtido, clasificado por el nivel de rotación del producto y adaptado a la tipología de cada tienda, según su tamaño. Es un proceso implantado ya en la mayoría de plataformas y que está previsto completar en junio de 2014. La idea es ampliar el surtido disponible para el Socio a través de sus plataformas nodrizas, agilizar las altas y bajas de productos y reducir el porcentaje de rotura de stock, con un surtido más eficiente y más ajustado a las necesidades reales de cada punto de venta.

Potenciar lo local y lo fresco



Como parte de su política comercial, Covirán sigue trabajando en la incorporación de productos locales en sus tiendas, especialmente de frescos, para fomentar el consumo de productos de temporada. Fiel al espíritu colaborativo que debe estar presente en toda empresa de economía social, la Cooperativa potencia las economías locales de los territorios donde se asienta. Por ejemplo, en 2013 y gracias a la campaña 'Andalucía sabe', en colaboración con Landaluz, 997 supermercados de la enseña en Andalucía y Extremadura incorporaron productos de calidad con sello andaluz como aceites de oliva y aceitunas, arroces, vinos, embutidos, dulces y conservas.



Los protagonistas de Covirán

En los supermercados Covirán los consumidores hacen sobre todo compras de proximidad, de conveniencia. Ello explica que las referencias que tengan mayor aceptación sean productos como la leche, el aceite, los huevos, los yogures, la cerveza, los refrescos y el agua. Son los productos protagonistas en la mayoría de los puntos de venta, dada la excelente calidad a buen precio.

Mira que Chollo y 'Practica cholling'

La política promocional es un aspecto importante dentro de la estrategia comercial de Covirán de apoyo a los pequeños detallistas independientes. En 2013 se realizaron 24 promociones, que incluyeron monográficos de marca Covirán, acciones de 'todo

a un euro', artículos con regalo y campañas específicas de marketing y fidelización. A través de la acción Mira que Chollo y 'Practica cholling', a lo largo de 2013 se mantuvieron ofertas muy agresivas en precio, con valor diferencial sobre los competidores.



Política de precios

Como parte de los servicios que la Cooperativa ofrece a sus Socios para hacer competitivos sus negocios, se realizan chequeos de competencia mensuales, para garantizar un buen posicionamiento de cara al consumidor.

El fresco

Los alimentos frescos de calidad son una seña de identidad de los comercios Covirán y deberán seguir siéndolo en su crecimiento nacional e internacional, atendiendo a las riquezas y a las particularidades de cada zona, porque cada Covirán, en cada punto geográfico, debe ser distinto y propio. El Socio y el cliente buscan fiabilidad y calidad, en una promesa que no puede ser incumplida.

Un año más, las ventas de productos frescos han crecido en los comercios, esta vez un 7%, gracias a que la expansión de la Cooperativa ha ido paralela a la adaptación del surtido y a que el portfolio de oferta comparte espacio con la producción local de cada territorio.

En 2013 la gestión de los productos frescos ha contado con cinco grandes apuestas que la configuran como estandarte de la marca:

1



Refuerzo del equipo.
Se incorpora una nueva dirección de frescos en Covirán, con una experiencia certificada.

2



Agresividad comercial.
Más ofertas, más frecuentes y competitivas.

3

Segmentación detallada.
Adaptación al cliente y a su entorno, previo estudio de costumbres y de consumo de los usuarios y las familias.

4



Comunicación extendida.
La oferta comercial de frescos ha de llegar al cliente sin pérdidas de información ni de poder de atracción.

5

Control riguroso.
Los productos frescos son sometidos a análisis y pruebas exigentes desde las plataformas nodriza para satisfacer las expectativas de los receptores.



Nuevas tecnologías para nuevos tiempos

Sobre digital

Los servicios financieros y las nuevas tecnologías se unen en una plataforma tecnológica en la que el Socio puede hacer uso del Sobre Digital de Covirán. Este incluye un modelo de factura electrónica, permitiendo que el responsable de

cada comercio pueda recibir información semanal y acceso a toda la documentación y datos económicos propios en un sistema privado online que facilita gestiones y estudio de la información.



Covigés

La herramienta fundamental de gestión electrónica de los comercios, Covigés, ha evolucionado mucho en los últimos años, pasando de ser un TPV electrónico a un programa completo de gestión que se ha ido amoldando a la innovación del mercado y a las sugerencias y necesidades de los Socios. El último paso ha sido la implantación de la versión 3.0 de este software, que ya está en marcha.

En esta línea, el año pasado se cerró una importante alianza con Vodafone a nivel corporativo. Este acuerdo ha permitido a la Cooperativa pa-

sar a ser la proveedora de comunicaciones de sus Socios, a los que también suministra software y hardware.

En virtud de este acuerdo, Covirán ofrece la solución a nivel empresarial más competitiva del mercado. Para que sus Socios puedan beneficiarse de sus ventajas, la cadena está inmersa en su implantación masiva como proyecto para 2014.

Tecnología también en Portugal

La web pública dirigida a clientes y una intranet que conecta a los Socios con la Cooperativa, se han convertido en canales de comunicación prioritarios, que ayudan a fortalecer la imagen de marca en este país, acercando los servicios de la cooperativa a miles de clientes, y por supuesto, a sus Socios.

Así, desde el último trimestre del año 2013, los Socios portugueses disponen de su portal corporativo.

Su objetivo es el mismo que en España, una herramienta que aporte valor en el día a día del Socio, ayudándole a optimizar su tiempo y a realizar una serie de gestiones que redunden en beneficio para su negocio y le permita ahorrar tiempo y esfuerzo en muchas actividades diarias; además, a través de este Portal puede informarse puntualmente sobre el desarrollo de la Cooperativa y conocer las últimas novedades. Su desarrollo irá en paralelo al crecimiento de Covirán en este país.



La solución centralizada

Para que una gran empresa como Covirán siga funcionando sin perder cercanía en todos los puntos por los que va expandiendo su influencia y asegurando la independencia de cada Socio es necesario disponer de un recurso que centralice necesidades y soluciones. Ese elemento coordinador es el Centro de Atención al Socio y al Cliente (CASC), un call center que puede canalizar en un primer contacto desde la petición más básica hasta el problema más específico, con la suficiente entidad y agilidad como para atender la llamada de un Socio o arbitrar la reclamación de un cliente final.



- En dirección al Socio. El teléfono del CASC ha sonado en 2013 un total de 182.372 veces, para responder consultas, realizar gestiones y proporcionar soluciones. A través de este servicio los Socios se han asesorado en todo lo necesario para sus negocios.

- En dirección al cliente. A través de este centro, se han presentado un total de 500 reclamaciones, convirtiéndolo en el recurso al que hay que acudir ante cualquier problema. Las quejas y reclamaciones presentadas por este canal tienen ya un tiempo medio de atención y gestión inferior a los cuatro días y supone un respaldo fundamental para el Socio. En Covirán, cada queja atendida es una oportunidad para mejorar.

LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

El justo reconocimiento

El trabajo y el esfuerzo de los Socios se merecen un premio que va más allá de prestarles un buen servicio. Con esta mentalidad nació el Bonus de Covirán, que premia a los comercios en función de las compras que realicen en su plataforma con un retorno de esa inversión que llega a alcanzar el 5%. Este sistema de recompensa es además equitativo y proporcional, otorgando a cada participante el justo valor de su aportación con independencia del tamaño del mismo, puntuando también la integración y el crecimiento de cada Socio.

Si en la primera oleada trimestral del Bonus, 291 Socios recibieron este incentivo, en la segunda se llegó a prácticamente el doble de beneficiarios, superando los 500 y la previsión es que este número siga creciendo.

Además, la edición de 2013 de la Coviliga, que premia a los Socios por sus compras en productos de marca propia, acabó con un viaje a Lanzarote entre el 6 y el 9 de mayo para los 20 primeros de la clasificación. Los siguientes 200 Socios recibieron un bono de Paradores.



Marketing, el poder de la seducción

Las distintas y numerosas vías por las que las nuevas tendencias del marketing se ponen en práctica en los comercios Covirán, sea de forma general, o particular, son también un símbolo de esta Cooperativa. En las campañas de marketing se aplica toda la información recabada sobre las necesidades de los clientes y sus características, y la experiencia del propio Socio está siendo determinante para comprobar su efectividad y su potencial. Los regalos de productos promocionales, las campañas de ahorro o los cupones, son iniciativas dirigidas a determinados colectivos que han tenido gran éxito a lo largo del año, posibilitado el crecimiento en ventas. El cliente se ha convertido en un consumidor experto, confía en Covirán y reconoce el esfuerzo que la Cooperativa hace al escucharlo y satisfacerlo.



Club Familia, la fidelización crece

La familia, es cada vez más de Covirán. La tarjeta Club Familia, con sus cheques trimestrales, sus cupones descuento y sus regalos, ha llegado a más comercios y, por extensión, a más personas. En 2013 se ha dado un paso importante en su dinamización, ya que son los propios Socios de Covirán los que han percibido los beneficios de una fidelización eficaz y los que promueven su extensión. La tarjeta Club Familia ayuda a vender más, de forma inequívoca, e impulsa el crecimiento de la Cooperativa en sí misma, teniendo como aliados a los principales fabricantes y en especial, a los “colaboradores champions” del Club Familia.

En 2013 el Club Familia:

- Opera ya en 819 tiendas, un 20% más que en 2012.
- Ha llegado a 322.500 hogares, un 21% más que en 2012.
- Dispone un ahorro de 3.276.209 euros para sus usuarios.
- Ha entregado 1.312.392 euros de descuento a las familias.
- Ha llevado 2.000 premios a los beneficiarios.

Marketing relacional, conociendo a los vecinos

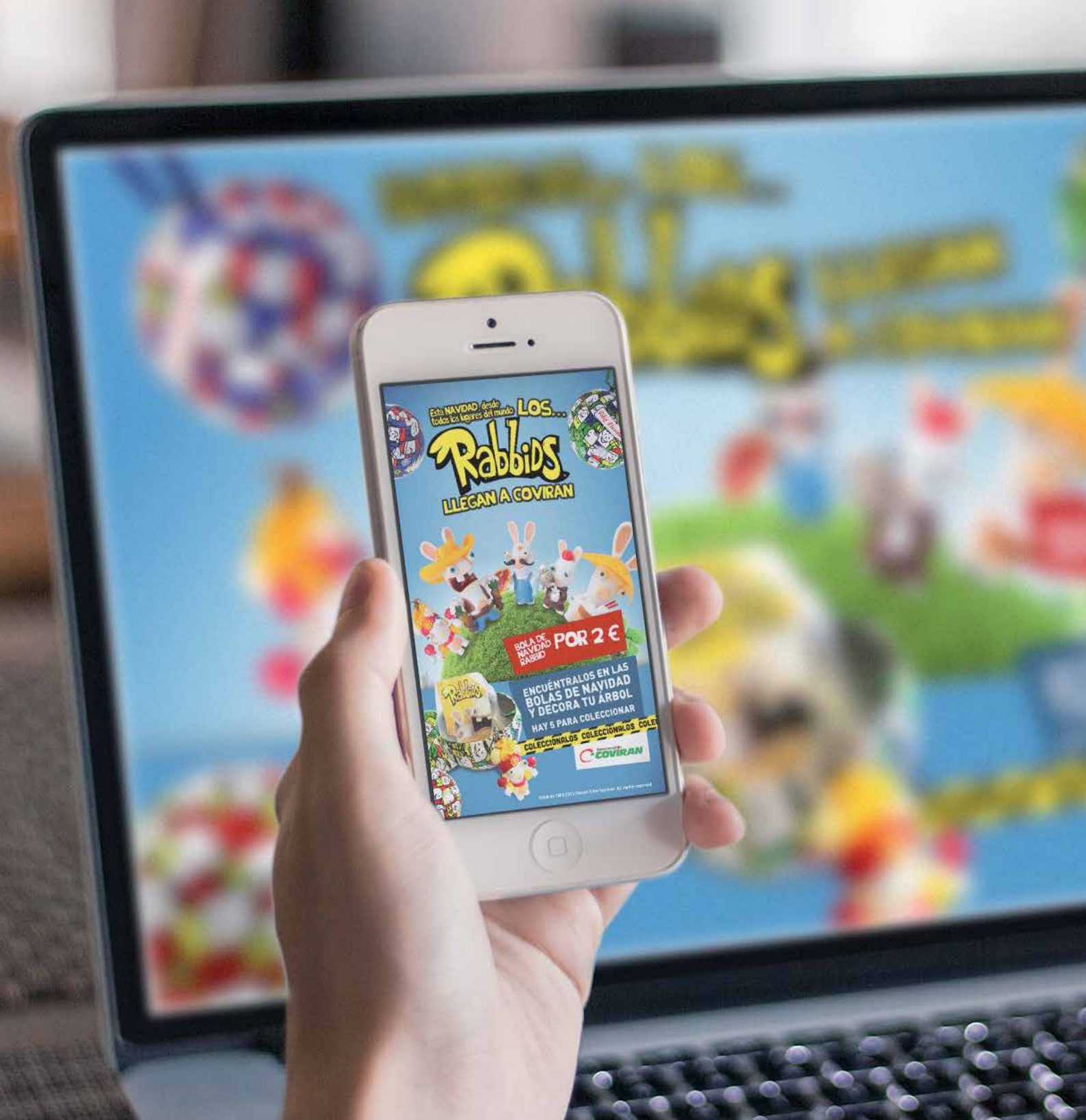
Han sido los propios Socios los que han emprendido en cada Covirán, con el conocimiento de la realidad de su comunidad y de su cotidianeidad, acciones promocionales de marketing relacional que han convertido el consumo en sus negocios en una experiencia real y cercana para sus compradores y vecinos. Desde la propia Cooperativa se ha asesorado y coproducido muchas de estas campañas. Son las lecciones de marketing que los Socios nos dan a pequeña escala y que, en ocasiones, acaban convirtiéndose en iniciativas de mucha más proyección.

Así, las aperturas, los aniversarios, las necesidades de colectivos concretos, las promociones para desempleados, las festividades locales y otros momentos del año 2013 se han convertido en 171 acciones de marketing relacional que hacen de Covirán una marca especial.



¿Qué es el marketing relacional?

Este tipo de estrategia comercial es la que más se identifica con la filosofía de una Cooperativa, buscando un beneficio colectivo. Se basa en la colaboración y la inclusión del cliente como pieza clave para definir una campaña, para que éste perciba la acción como hecha a medida. Produce un efecto de atracción por confianza y referencia estable y con efectos que perduran a largo plazo.



Trade marketing, proveedores y amigos

Trade marketing, proveedores y amigos. En Covirán contamos con otra área de colaboración que ha puesto a disposición del Socio y de sus clientes campañas a gran escala que en 2013 han confirmado el éxito de esta estrategia y su posibilidad de exportación a otros territorios de expansión. Con 1.532 implantaciones que han conseguido atraer a clientes con promociones y regalos, algunas de estas acciones son ya parte de la identidad de la Cooperativa.

- **Campañas por puntos.** Las sartenes Magefesa y las toallas Pierre Cardin de primera calidad que se han distribuido con puntos y descuentos, han contado con una participación absoluta.

- **Cartillas y carros.** Los carros de la compra de primeras marcas que se han distribuido a través de un periódico líder han sido un gran éxito y una experiencia trasladable a otras zonas de interés.



- Participaciones de lotería. Covirán es también un símbolo de suerte, y su asociación con la Bruixa D'Or con participaciones de un euro en el Sorteo de Navidad -que se agotaron- ha ayudado a fortalecer esa imagen de buen augurio, generando tráfico a las tiendas.

- 25 cruceros, la campaña estrella. Con la colaboración de P&G y sus productos, los usuarios del Club Familia han podido participar en 2013 en el sorteo de 25 cruceros, en una acción inédita en la historia de Covirán que marca un antes y un después en la recompensa a la fidelidad de sus clientes. Se recibieron más de 200.000 participaciones y las ventas de los productos del grupo colaborador fueron mayores durante la campaña que en el resto del año.

¿Qué es el trade marketing?

Las campañas de colaboración con proveedores forman parte de una línea de acción que ha beneficiado a la Cooperativa y a sus Socios desde hace años. La premisa fundamental para su éxito es que tanto el promotor de la campaña como la empresa colaboradora recojan frutos en igualdad de condiciones, y aquí es donde Covirán introduce además al cliente, que tiene que ser el tercer beneficiado de dichas experiencias.

EL COMPROMISO COVIRAN

El compromiso Covirán

Una empresa de economía social como Covirán se preocupa día a día en buscar nuevas oportunidades, en dinamizar proyectos innovadores para ofrecer servicios a Socios y clientes, y en mantener su compromiso con la sociedad a través de campañas de sensibilización que contribuyan a mejorar el bienestar de colectivos que lo necesitan.

Hay mucho de innovación social en su estrategia como Cooperativa. Todo el trabajo referido a la Responsabilidad Social de Empresa se resume con un enunciado que dice mucho del vínculo que mantiene con la sociedad: El Compromiso Covirán.

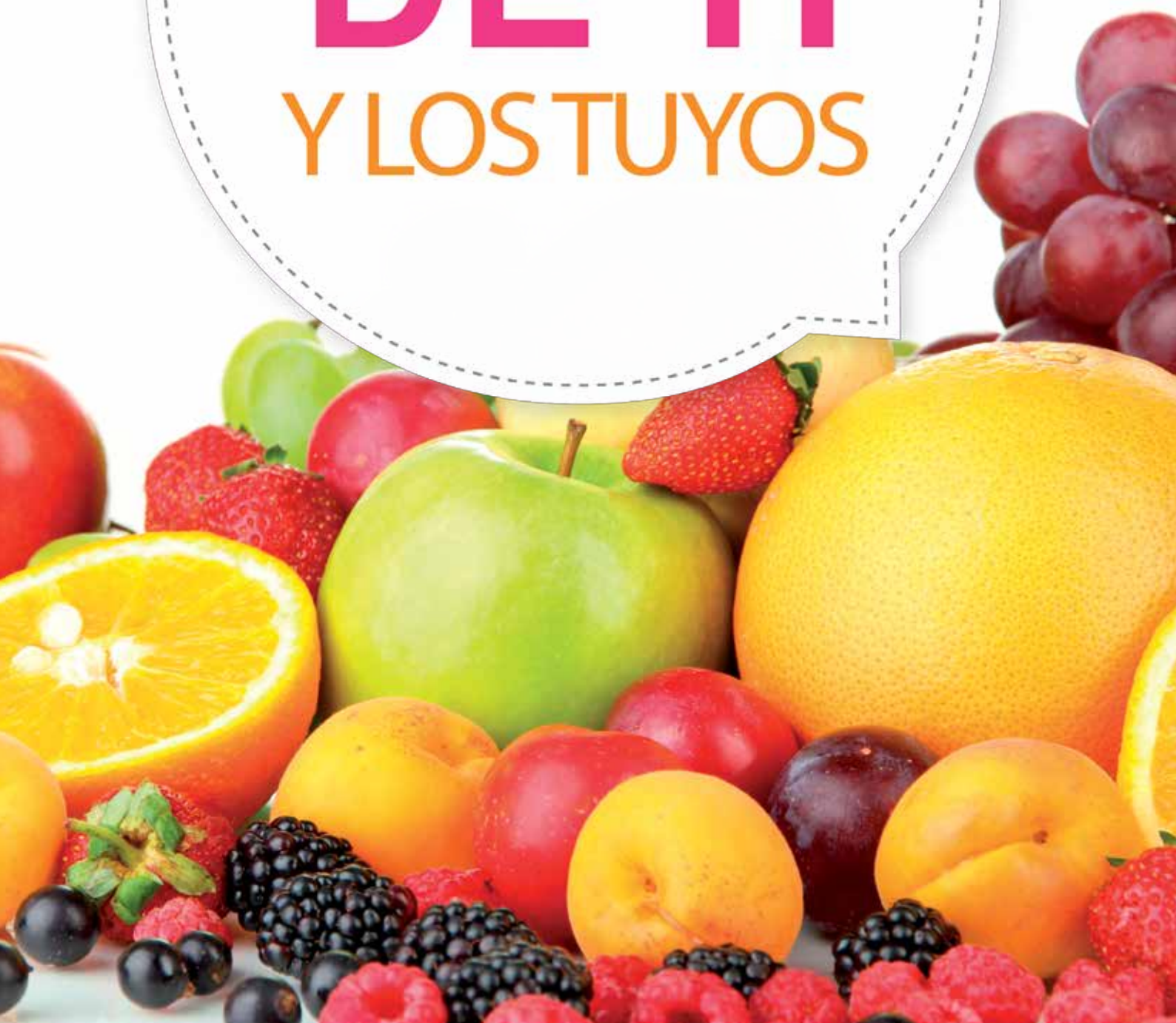
Por compromiso se entiende **fomentar los hábitos más saludables** mediante campañas de concienciación que son una declaración de intenciones ('Cuidamos de ti y de los tuyos'), por mantener el apoyo a la infancia a través de iniciativas que buscan hacer felices a los niños ('Vuelta al cole' y 'Un juguete, una ilusión'), o apostar por la igualdad de oportunidades con medidas integradoras que son un ejemplo en España (accesibilidad universal), al igual que lo es su activa implicación con los Bancos de Alimentos, con quienes colaboran codo con codo para apoyar a miles de familias con problemas para acceder a una alimentación básica.

No menos importante es el esfuerzo que Covirán lleva a cabo en política de empleo, tratando de incorporar al mercado laboral a personas en riesgo de exclusión. O capacitando a su personal con nuevos conocimientos y habilidades, con una formación adecuada y personalizada que mejore la atención al cliente.

Son en definitiva los pilares de un plan director en el que se trabaja de forma transversal con toda la organización para intentar dinamizar políticas que aporten más valor a toda la estructura de la Cooperativa y a la sociedad.



CUIDAMOS
DE TI
Y LOS TUYOS



Compromiso con la accesibilidad universal: Plaza de la Ilusión

El proyecto de la Plaza de la Ilusión, situado en Granada, ha sido el pionero en abanderar uno de los proyectos más importantes de la Cooperativa en materia de RSE.



Ocupa un total de 8.000 metros cuadrados y se trata de una superficie comercial desarrollada bajo un concepto integral de sostenibilidad y accesibilidad orientada al fomento de los hábitos de vida saludables, compuesta por una serie de espacios que dan respuesta a una necesidad real de los vecinos de la zona.

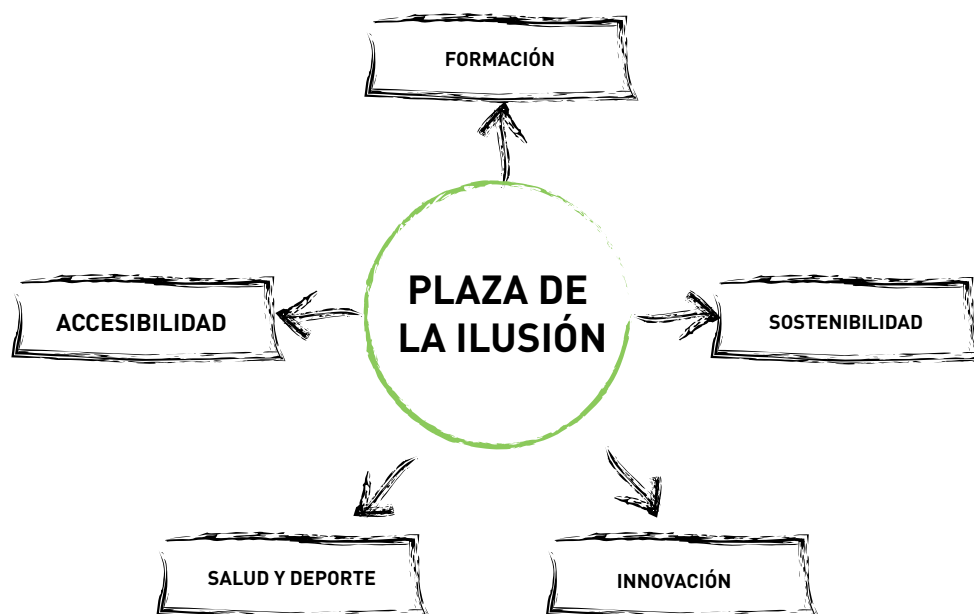
Este centro, además de ofrecer un supermercado de 800 metros, incluye un parking público de 165 plazas con acceso directo a la tienda, una zona deportiva con 9 pistas de pádel y 1 pista de tenis, una acogedor restaurante-cafetería abierta a sus clientes y otro de los proyectos estrella de la Cooperativa, no menos importante: la Escuela de Comercio Covirán.

Esta superficie ha trabajado a lo largo de 2013 para obtener la certificación de Accesibilidad Universal de AENOR, que garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso, uso y disfrute de los entornos y servicios a todas las personas, con independencia de su edad o discapacidad. Este reconocimiento acredita que los entornos y servicios

de La Plaza de la Ilusión, son accesibles, algo de lo que se beneficia la sociedad en su conjunto.

Y no es casualidad que el primer supermercado de España certificado por AENOR como universalmente accesible se encuentre en la Plaza de la Ilusión de Granada. La ilusión siempre ha formado parte de los cimientos que soportan esta gran Cooperativa que es Covirán, capaz de transformar la ciudad para hacerla más accesible a todos.

El supermercado Covirán la Ilusión está diseñado para integrar a todos los colectivos, en especial los que tienen algún tipo de discapacidad (física, movilidad reducida, sensorial e intelectual). Se ha hecho un esfuerzo en la instalación de rampas de entrada, el parking directo a tienda cuenta con escalera eléctrica, los carros de la compra se encajan a las sillas, la anchura de los cajeros y de los pasillos facilita el acceso de personas en sillas de ruedas y se ha instalado un elevador de cestas para evitar esfuerzos a las personas mayores. Todo está perfectamente etiquetado y señalizado, y aún así



hay repartidos dispositivos electrónicos para la consulta de precios; también se ha habilitado una zona de descanso mientras se espera la vez. El supermercado también cuenta con un plan de emergencia adaptado para desalojar con garantías a todos los perfiles de públicos. El cliente que accede al interior del supermercado se encuentra con un espacio confortable y único que afianza, más si cabe, las señas de identidad de la Cooperativa, los cuatro pilares sobre los que se cimenta su éxito: calidad, confianza, cercanía y servicio. Además, todo el personal de la Plaza de la Ilusión ha recibido una formación específica en esta materia, para que su labor integradora sea plena. El conjunto de los trabajadores cuentan con un diploma acreditativo y tienen asignada la ayuda o asistencia que deben prestar al cliente en función de su discapacidad. Igualmente, Covirán desarrollará en 2014 su Servicio de asistencia en compra, pionero en el sector y dirigido a mejorar la calidad de vida de sus clientes con diversas capacidades.

Servicio de asistencia en compra. El equipo humano del punto de venta, así como el personal de atención al público del resto de ser-

vicios que ofrece el entorno comercial de Covirán Plaza de la Ilusión, ha recibido formación específica en atención a Diversidad de Usuario y Accesibilidad Universal; en este sentido, han sido formados e informados sobre los diferentes tipos de discapacidades, así como atención al cliente específica dirigida a atender correctamente a todo tipo de clientes.

Ahora, Covirán pretende exportar este sello de calidad al Socio para mejorar la gestión en términos de rentabilidad, como un espejo al que mirarse para proyectar el futuro. El proyecto, se ampliará en 2014 al resto del colectivo de Socios, maximizando las bondades de la accesibilidad universal en cada territorio, a través de los supermercados de la enseña.

Campañas responsables

‘Cuidamos de ti y de los tuyos’. Para Covirán es fundamental fomentar un estilo de vida saludable, sensibilizar desde los puntos de venta y concienciar al consumidor sobre la necesidad de llevar una alimentación y unos hábitos que favorezcan una vida sana.

En 2013 se consolidó su reputación corporativa con la campaña dedicada a la ‘Semana de la Salud Covirán’ que coincidió con el Día Nacional de la Nutrición. Entre las acciones más destacadas figuraron las siguientes:

Puntos de
consejos
saludables
en los súper
Covirán



Se han convertido en una herramienta muy valiosa de comunicación con el cliente final. Se realizó entre los meses de mayo y septiembre en distintos puntos de venta repartidos por toda España, y se puso el acento en el fomento del consumo de frutas y hortalizas.



Acciones de
sensibilización
sobre
alimentación
saludable



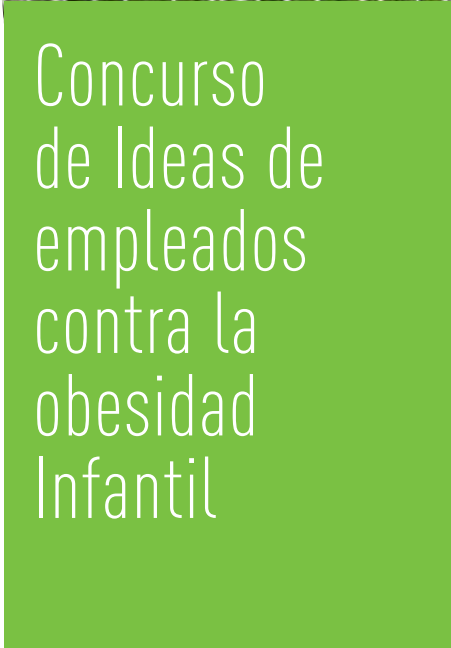
En colaboración con el proveedor Unilever se abrió un espacio para informar al Socio y al cliente de la necesidad de controlar el riesgo cardiovascular y llevar una alimentación equilibrada y saludable. Los resultados, en el ámbito local, fueron muy positivos.



EN COVIRÁN NOS COMPROMETEMOS A

LUCHAR CONTRA LA OBESIDAD INFANTIL

QUEREMOS CONTAR CONTIGO, CON CADA UNO DE LOS TRABAJADORES. POR ESO MÁNDANOS TUS IDEAS PARA FOMENTAR LOS BUENOS HÁBITOS ALIMENTICIOS ENTRE LOS NIÑOS.



69



¿TE APETECE PARTICIPAR CON TU HIJ@ EN UN TALLER DE MERIENDAS SALUDABLES?

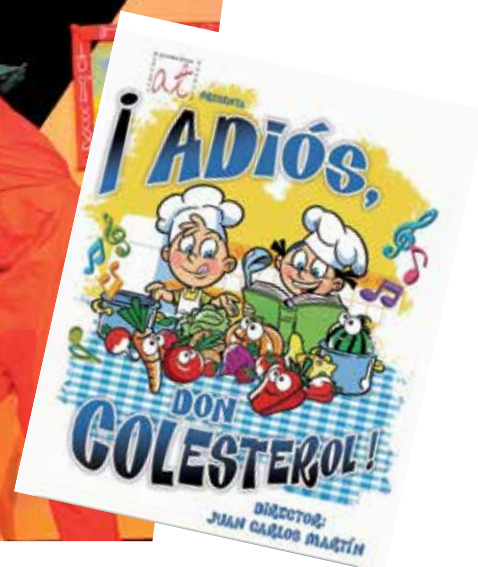
Taller de meriendas saludables



Otra de las acciones dirigidas al público infantil que contó con el compromiso de los empleados fue un taller infantil en julio, donde padres y niños participaron en la elaboración de meriendas saludables. Una excelente ocasión para dar a conocer los productos de temporada y sus beneficios para la salud.



Colaboración en acciones de sensibilización del público infantil



La originalidad de las iniciativas también ayuda a acercarse al público. Con motivo del Día Internacional de la Alimentación que se celebra el 16 de octubre se puso en escena una divertida obra de teatro, '¡Adiós, Don Colesterol!', y donde Covirán colaboró con 550 desayunos saludables, una fórmula distinta y exitosa de acercarse al público infantil.

Cooperación en la lucha contra el cáncer



Desde Covirán se viene participando en campañas para concienciar y sensibilizar a la población de la necesidad de luchar contra esta enfermedad. Así lo entiende también el cliente final y la sociedad en general, además del propio Socio, interesado cada vez más en promover iniciativas que ponen el acento en la prevención desde la alimentación saludable.



ALIMENTACIÓN ONCOSALUDABLE
De la creencia a la evidencia
Cuestiones nutricionales y gastronómicas

Auditorio Caja Rural de Granada
Avda. Don Bosco n.º 2
25 de Febrero de 2012
De 9:00 a 14:00 h.

ORGANIZA:
Asociación Española Contra el Cáncer-IP, Granada
CPIEP Burjassot de Valencia

COLABORA: **COVIRAN** **aecc**



Colaboración con la Asamblea Provincial de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) de Granada. Se desarrollaron dos concursos con alimentos en Loja y Padul para concienciar al público adolescente.

Jornada de alimentación oncosaludable impartida por la AECC y la Escuela de Hostelería de Granada. Esta iniciativa se viene repitiendo en los últimos dos años con gran aceptación. Se persigue que el público asocie la marca Covirán a la lucha contra el cáncer.

Carrera popular contra el cáncer de mama en Granada y Santander. La presencia de Covirán como patrocinador en estas carreras, con una importante participación en ambos lugares, permite reforzar la marca Covirán, manteniendo el compromiso de la Cooperativa con la salud de los ciudadanos.

Colaboración con la Federación española de Banco de Alimentos

Desde 2009, Covirán viene colaborando con los Bancos de Alimentos repartidos por todo el país para destinar alimentos a los colectivos más desfavorecidos y en riesgo de exclusión social.

'Gran recogida de alimentos' en Navidad



Covirán y el Granada CF unieron sus fuerzas para animar a los clientes a donar alimentos. Más de 300 supermercados se sumaron a esta iniciativa, en la que participaron jugadores del equipo roji-blanco. La acción pretendía llegar a más de un millón de personas y recaudar 10 toneladas para su distribución entre organizaciones caritativas. El resultado fue excelente y, ayudó a reforzar la imagen de compromiso Covirán. Otra acción significativa fue la entrega, en colaboración con el diario Ideal, de 524 lotes de alimentos.



Deporte solidario

Deporte solidario. La apuesta por el deporte y la solidaridad sigue respondiendo a las expectativas. Covirán estuvo presente en el Campus Hermanos Callejón, de los célebres futbolistas de Motril, que apoyó la iniciativa solidaria 'Gol Solidario Covirán'. Se obtuvieron 800 kilos de alimentos destinados al Banco de Motril y participaron más de 100 niños.



Campaña
'Kilo Solidario'



Gracias a la aportación de los clientes y a la contribución de Covirán se hizo entrega al Banco de Alimentos de **6,2 toneladas de alimentos**. Con esta iniciativa benéfica de ámbito nacional, con gran repercusión mediática, se logró ayudar a los que más lo necesitan y consolidar la imagen de marca y reputación de Covirán que también se ha comprometido a optimizar los excedentes alimentarios y a evitar el desperdicio de las mercancías, colaborando con el programa "Más alimentos, menos desperdicio" del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Infancia

La Cooperativa Covirán mantiene su defensa de la infancia mediante el desarrollo de campañas que tienen como finalidad hacer felices a los niños más necesitados. Sin la implicación de los Socios y empleados, y la complicitad de los clientes hubiese sido imposible obtener los resultados de 2013.

‘Vuelta al Cole’



Un total de 114 puntos de venta de Covirán se prestaron a participar en la campaña de recogida de material escolar a beneficio de Aldeas Infantiles.

‘Un juguete, una ilusión’



Covirán se ha sumado a la campaña solidaria que promueve Radio Nacional de España y la Fundación Crecer Jugando para el reparto de juguetes entre niños con problemas. Los Socios pueden colaborar poniendo ‘displays’ de venta de bolígrafos.



La Gestión de la Diversidad ya no es una opción, es un imperativo empresarial para toda organización que quiera mantener un crecimiento sostenido en el nuevo orden socio-económico. Las empresas logran diferenciarse y tener un éxito mayor si gestionan eficientemente la riqueza y la diversidad de las personas que trabajan en ellas. La Gestión de la Diversidad es un compromiso corporativo y es también la estrategia integral basada en la integración y gestión de perfiles diversos en la organización.

Durante el año 2013 se han dado pasos para mejorar la gestión de la diversidad tanto en la Cooperativa como en los puntos de venta. Las líneas de trabajo en materia de diversidad han dado los siguientes frutos:

Herramienta de gestión de personal para Socios. El Plan Incorpora ofrece una herramienta de selección de personal, de la que se benefician personas con dificultades para acceder al mercado laboral (discapacitados, jóvenes, mayores de 45 años, inmigrantes, parados de larga duración y mujeres afectadas por la violencia de género). A través de este programa en 2013 se iniciaron las contrataciones dirigidas a los puntos de venta, si bien es en 2014 cuando se espera impulsar esta herramienta.

Empleo. Covirán mantiene líneas de colaboración de ámbito regional y nacional para reclutar personal a través de organizaciones sociales como Cáritas, el Secretariado Gitano, la Fundación Grupo Gureak o el programa Inserta de la Once. Con alguna de ellas, como son los casos de Cáritas o la ONCE, se han establecido acuerdos para impartir formación que complementen las prácticas en la Cooperativa. La responsabilidad de Covirán es la de integrar a colectivos que tengan mayor dificultad para incorporarse al mercado laboral.

Gestión de la Diversidad

LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

Espíritu de colaboración

La Cooperativa contribuyó, con más de cien actividades, en pro de un bien social, ayudando a cumplir los objetivos que organizaciones, colectivos, e instituciones se marcaron en distintas ciudades donde Covirán tiene implantación. En definitiva, Covirán se compromete con la sociedad en la que se implanta, con sus clientes y vecinos.

Eventos deportivos, festejos, acciones solidarias y benéficas, actividades culturales, concursos, comidas populares y campañas relacionadas con una vida mejor centraron un año más la política de colaboración de Covirán, que llega a la sociedad a través de los Socios y los puntos de venta:

- Más de 100 acciones para apoyar a distintos colectivos sociales, entidades sin ánimo de lucro, Universidades y centros educativos, Ayuntamientos y actuaciones promovidas por Socios.

- Las acciones de los Socios se desarrollaron en 16 ciudades españolas, incrementándose este número respecto a 2012.



LA COOPERATIVA: PRINCIPIOS QUE SÍ FUNCIONAN

Cultura y deporte

Covirán ha apostado a lo largo de su historia por la cultura y el deporte como elementos integradores de la sociedad, contribuyendo a mejorarla y a que sus ciudadanos tengan una mayor calidad de vida, afrontando en mejores condiciones los retos cotidianos de nuestro tiempo. Estos son elementos que construyen el mejor camino para hacer crecer a la sociedad.

Para Covirán también es una manera única y diferenciadora de conectar con sus públicos. Por eso patrocina o colabora con aquellas acciones que ayudan a la promoción cultural, y deportiva en los lugares donde está asentada: el Festival Internacional de música y danza de Granada, que exporta la imagen de Covirán dentro y fuera del país, así como múltiples actividades deportivas no profesionales como el apoyo al CB Granada, que necesitan el respaldo de empresas que impulsen el deporte base e incentiven la práctica deportiva entre los más pequeños, algo que repercute muy favorablemente en su estilo de vida.

Iniciativas de promoción e integración especialmente entre los más jóvenes, a través del deporte, siempre tiene cabida en Covirán. El deporte, usado como vehículo de conexión educativa con los jóvenes y de transmisión de valores, como el respeto, la tolerancia, la integración y la superación, es una de las herramientas usadas por Covirán para interactuar con la sociedad.



MEDIO
AMBIENTE:
EFICACIA
RESPONSABLE

MEDIO AMBIENTE: EFICACIA RESPONSABLE

Medio ambiente: eficacia responsable

Un objetivo claro que define el espíritu de desarrollo de Covirán es la conciencia medioambiental, que además de ser uno de los pilares fundamentales de su política de empresa ha tenido un importante calado a nivel interno. Las cifras dan clara cuenta de ese compromiso con el entorno y el resultado de unas prácticas energéticas eficientes han permitido reducir el gasto y, con ello, disminuir las emisiones de CO2.

El desarrollo de acciones en beneficio de la sostenibilidad medioambiental traspasa incluso el ámbito interno para hacer llegar el mensaje de concienciación a los propios clientes de los establecimientos, a quienes en 2013 se dirigieron distintas campañas de sensibilización para propiciar el respeto al entorno y los recursos naturales desde los distintos eslabones de la cadena. Y **Covirán sigue dando pasos para mejorar la sostenibilidad medioambiental** y contribuir con ello, a un mañana mejor.



CON ESTE SISTEMA DE APERTURA

LOGRAMOS UN CONSUMO
ENERGÉTICO MÁS RESPONSABLE

GRACIAS POR COLABORAR

Prácticas energéticas eficientes

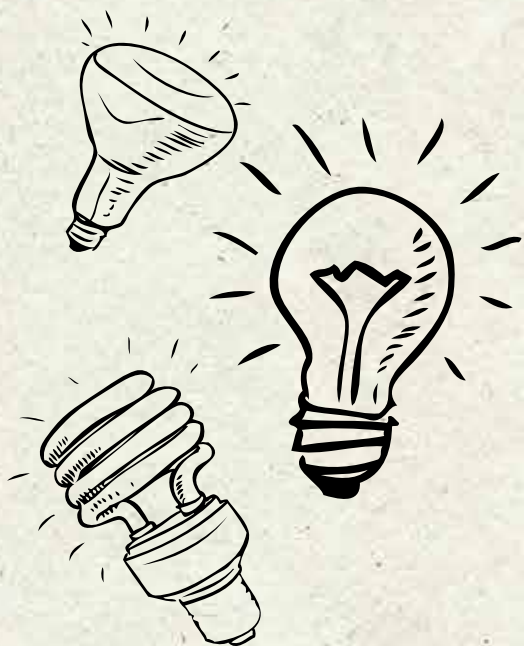
Menos consumo. A lo largo de 2013 Covirán ha llevado a cabo acciones orientadas a reducir el consumo energético en sus centros. alguna de estas medidas en sus instalaciones ha consistido en la sustitución de la totalidad del alumbrado interior y exterior por sistemas más eficientes, y las luminarias y equipos de aire acondicionado de la zona de oficinas.

La instalación de luminarias más ecológicas, unida a introducción de sencillos hábitos cotidianos para reducir el consumo a partir de la concienciación y a la incorporación de equipos más competitivos en la cadena de frío en sus plataformas de distribución, son algunas de las medidas adoptadas para reducir el impacto medioambiental.

A ello ha contribuido también la construcción del **primer punto de venta 100% sostenible**, el Covirán de la Plaza de la Ilusión, y se han intensificado

las campañas de concienciación sobre ahorro energético en colaboración, por ejemplo con la Diputación de Granada, en el programa denominado 'Vecinos por el clima'. Además de la propia actividad de la Planta Fotovoltaica instalada en la central de Atarfe (Granada), que ha supuesto en total la no emisión a la atmósfera de 3.840 toneladas de CO₂ y 1.076 Kg de anhídrido sulfuroso y que ha alcanzado los 165.000 kw.

Luz convencional



Ventajas de los sistemas de iluminación LED

- **Ahorro:** Permiten ahorrar hasta un 50% en comparación con las bombillas incandescentes o halógenas. La energía consumida se transforma en luz y no en calor.
- **Durabilidad:** Tienen una vida media muy superior a los dispositivos de iluminación. Pueden llegar a durar hasta 25 veces más que una bombilla incandescente.
- **Ventajas medioambientales:** No contienen mercurio ni otros elementos contaminantes, y se reciclan con mayor facilidad.

Led

Más durabilidad
50% Ahorro
Más luz menos calor
NO MERCURIO
RECICLAJE FÁCIL



Residuos peligrosos

En 2013 se reciclaron 2.040 kg de residuos peligrosos: 1.000 kg de hidrocarburos de gasolina y lodos; 625 kg de pilas; 240 kg de luminarias y 220 kg de aceites usados y baterías. En el caso de las pilas y los aceites usados y baterías la cifra se ha duplicado respecto a 2012.



Residuos no peligrosos

Residuos no peligrosos. El reciclaje de residuos no peligrosos ha alcanzado las 1.171 Tm en 2013: 845 Tm de cartón y papel; 204 Tm de plástico y 122 Tm de palets. Solamente a través del reciclaje de cartón se ha permitido la conservación de 2.030 árboles, se han creado 42 puestos de trabajo y se han dejado de emitir 527 Tm de CO2 a la atmósfera.

Además de facilitar los medios para promover el reciclaje de residuos, se han desarrollado campañas de concienciación para la gestión responsable con el fin de reducir el impacto que provoca la actividad de la Cooperativa y se ha realizado una clara apuesta por la introducción de sistemas que aumentan el rendimiento, aprovechan los recursos naturales en detrimento del consumo energético y reducen las emisiones.

Residuos peligrosos

Los residuos peligrosos son todos aquellos que contienen en su composición una o varias sustancias que les confieren características peligrosas por cuanto representan un riesgo para la salud humana, los recursos naturales o el medio ambiente.

Entre los grupos de residuos peligrosos se encuentran las luminarias, los aceites, las baterías, las pilas y los hidrocarburos de gasolina y lodos.

Para hacerse una idea de la importancia de reciclar este tipo de residuos, basta saber que una sola pila de óxido de mercurio es capaz de contaminar 2 millones de litros de agua en los niveles nocivos para la salud.





En Covirán estamos comprometidos con el medio ambiente, por eso, nuestro material promocional se elabora con celulosa procedente de bosques certificados.



Material sostenible

El compromiso medioambiental de Covirán está presente en cada una de sus acciones y se materializa, incluso, en la apuesta por la sostenibilidad de los folletos promocionales que llegan al cliente. Desde comienzos de 2013, estos folletos publicitarios, se elaboran con celulosa procedente de bosques certificados, una acreditación que garantiza una gestión forestal sostenible.

Para la concesión de este sello de distinción a los bosques se evalúa la salud del bosque y se exigen parámetros de calidad a distintos niveles, como el agua, la protección del suelo e incluso la garantía de seguridad de los trabajadores en la explotación y la existencia de unas condiciones dignas de trabajo.



Mobiliario eficiente y materiales sostenibles

Covirán apuesta por una introducción progresiva de acciones, materiales y sistemas orientados a reducir el consumo energético y favorecer el reciclaje y la sostenibilidad. Para ello es necesaria una formación constante que permita conocer los métodos y procesos de recuperación y retorno. Uno de los ejemplos más claros de esa apuesta es la sustitución de los tradicionales carros de la compra de varillas metálicas por otros fabricados con materiales biodegradables a partir de plástico reciclado, o la renovación de la flota vehículos de empresa por otros más eficientes para ahorrar combustible y reducir emisiones.

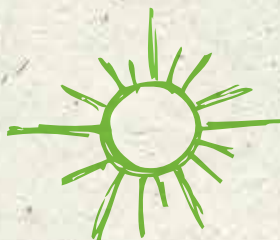
También en los procesos de envasado y embalaje de los productos hay un seguimiento por parte de la Cooperativa, que trabaja en colaboración con sus principales proveedores para incorporar aquellos elementos que son más respetuosos con el medio ambiente. La introducción de sistemas de iluminación LED, no solo en los establecimientos y plataformas comerciales, sino también en la maquinaria de frío; o la instalación de puertas en la zona de refrigeración de algunos supermercados son otras buenas prácticas medioambientales llevadas a cabo por Covirán.

MEDIO AMBIENTE: EFICACIA RESPONSABLE

Buenas prácticas medioambientales



Reciclaje de residuos.



Luminarias de tecnología LED en establecimientos, plataformas comerciales y mobiliario de frío.

Uso de materiales biodegradables.



Seguimiento de los procesos de envasado y embalaje de los productos para incorporar materiales respetuosos con el medio ambiente.



Supermercados
COVIRAN



Incorporación de puertas en la zona de refrigeración de algunos establecimientos para evitar pérdidas energéticas y optimizar el consumo.



Folleto publicitarios elaborados con celulosa procedente de bosques certificados.

Renovación de la flota de vehículos de empresa para ahorrar combustible y reducir las emisiones de CO₂.



Apuesta por la sensibilización de sus públicos.



Rutas logísticas más eficientes.

Durante 2013, el Área de Operaciones de Covirán ha realizado una revisión de las rutas de distribución con el fin de optimizarlas. La capilaridad de la red logística, que combina plantas nodrizas con satélites, no solo contribuye a mejorar el servicio al Socio y al cliente final, también pone su grano de arena en el cuidado al medioambiente al reducir sensiblemente los kilómetros de transporte y, con ello, las emisiones de CO₂ a la atmósfera.

Acciones de sensibilización

Para conseguir que la política medioambiental de la Cooperativa llegue a todos los grupos de interés y forme parte de la filosofía colectiva de Socios y empleados, Covirán ha desarrollado a lo largo de 2013 distintas campañas de sensibilización.

La concienciación interna persigue la implicación de los distintos agentes en el **respeto al equilibrio natural y la explotación responsable de los recursos**. Más allá de la implantación de sistemas para favorecer el reciclaje de residuos o el ahorro energético, la Cooperativa ha establecido canales de diálogo con Socios y empleados para formar y concienciar sobre la importancia del desarrollo de prácticas diarias que, en

su conjunto, suponen un importante descenso del gasto energético y de las emisiones.

Las acciones de concienciación vienen precedidas de un diagnóstico inicial de la situación que permite el establecimiento de políticas, su difusión y un posterior seguimiento y control de los resultados obtenidos.

Esa sensibilización se ha extendido incluso al cliente final de los establecimientos comercia-

les, a quienes se han destinado acciones orientadas a reducir el gasto energético en el ámbito doméstico. Un ejemplo de ello es la Campaña 'Vecinos por el Clima', dinamizada por la Diputación de Granada, donde Covirán ha premiado el reducción del consumo energético en el hogar lograda por varias familias de diferentes municipios granadinos.





RECUERDA, LA ENERGÍA QUE NO VAS A USAR, NO LA DEBES MALGASTAR



LUMINARIAS Y PUERTAS

APAGAR LAS LUCES

CUANDO HAYA
BUENA VISIBILIDAD

De la nave
Del mercadillo
Exteriores
Zonas comunes
Zonas exposición de
frutas y verduras
además...



Cerrar las puertas de las cámaras y de carga o
descarga una vez finalizada la actividad.
Bajar las puertas de sección rígidas cuando
finalice la actividad. En caso de avería, avisar
rápido para su reparación.
Trabajar con las puertas cerradas dentro de las
cámaras, utilizando los epi habilitados al efecto



RECEPCIÓN DE MERCANCÍA

LA MERCANCÍA PERECEDERA Y CONGELADA



Realizar comprobación de temperatura que permita
el desplazamiento de la mercancía. Se realizará en
planchetas.

TRABAJO ADMINISTRATIVO

APAGAR LOS ORDENADORES Y LOS PORTÁILES



APAGAR EL AIRE ACONDICIONADO

Al finalizar la actividad y
respetando las siguientes
indicaciones:
25 grados en verano
y 27 en invierno.

APAGAR LOS IMPRESORES



COVIRAN

GRACIAS

A TODOS LOS QUE CUIDAMOS NUESTRO MEDIO

CON EL ESFUERZO DE TODOS DURANTE EL AÑO 2012, HEMOS CONSEGUIDO

Reducir en 300.000 kw el consumo eléctrico en
nuestras Plataformas de distribución.



Esta reducción ha supuesto dejar de emitir a la atmósfera 2104 toneladas de CO2 y 903,6 kg de anhídrido sulfuroso.

RESIDUOS PELIGROSOS



Pilas usadas y baterías usadas generadas: 250 kg
Pilas usadas a través de TCCPILAS: 300 kg
Luminarias usadas (bombillas y tubos) a través de TMBILAMP: 120 kg
Equipos informáticos defectuosos a través de punta limpia: 332 kg
Lodos e hidrocarburos de gasolina: 1.000 kg

RESIDUOS NO PELIGROSOS



Cartón-papel: 824 Tm.
El reciclado de cartón proporciona:
41 empleos.
514 Tm de CO2 dejados de emitir.
1981 árboles conservados.
Plástico: 1979 Tm.
Madera: 116 Tm.

Es importante seguir en esta línea y tener en cuenta que, con pequeños gestos, podemos seguir reduciendo el consumo eléctrico y la emisión de CO2 a la atmósfera.



MUCHAS GRACIAS POR CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE EN
NUESTRO PUESTO DE TRABAJO

COVIRAN

Ahorro
energético y
reducción de
emisiones: los
resultados

- La aplicación del conjunto de buenas prácticas medioambientales ha supuesto un ahorro energético de 107.890W en 2013, el equivalente al consumo eléctrico de un hogar medio durante más de treinta años.
- La actividad de la planta fotovoltaica, unida al ahorro conjunto en el consumo eléctrico y la gestión eficiente de los residuos, se traduce en una

reducción de las emisiones de CO2 en 3.840 Tm, lo que representa las emisiones anuales de casi 4.000 hogares, además de la no emisión de unos 1.076 kilos de anhídrido sulfuroso.

UN HORIZONTE DE PROYECTOS

La Escuela de Comercio Covirán

La educación es un transmisor garantizado de futuro. No solo ayuda a las personas a aprender a ser lo que son capaces de ser. También genera el conocimiento y la innovación necesarios para liderar el progreso, encabezándolo, en lugar de contemplarlo desde el vagón de cola. De ahí que la formación sea un pilar para Covirán, además de uno de sus valores intrínsecos como empresa de responsabilidad social. Fruto de esta firme confianza en el poder del conocimiento nace la Escuela de Comercio Covirán, que abre las puertas al futuro del negocio detallista.

Este innovador centro representa la clara apuesta de Covirán por la formación de los Socios y empleados y, en definitiva, por el aumento de sus competencias. Se profesionaliza así el sector, garantizando el relevo generacional, creando cantera de futuros Socios y reduciendo el período de adaptación de aquellos empresarios procedentes de otros ámbitos que, ante la coyuntura económica, invierten en un sector seguro como el de la alimentación para autoemplearse.

De forma paralela, se fomenta la especialización en la sección de frescos como estrategia diferenciadora respecto a otras cadenas.

Esta especialización contribuye a reforzar la imagen de marca de la compañía, al ofrecer una gestión más eficiente en su principal escaparate, los puntos de venta, al tiempo que se transmite una identidad más homogénea de la gran empresa que es Covirán.

A través de la Escuela de Comercio Covirán se busca, en definitiva, generar conocimientos, valores, tangibles e intangibles que a medio y largo plazo marquen la diferencia de la Cooperativa, sustentando sus ventajas competitivas. Se logra, de esta forma, fidelizar al consumidor final, mejorando su nivel de satisfacción al ofrecerle una respuesta a sus necesidades cada vez más eficiente.

En este sentido, una formación cualificada

es indispensable para cualquier empresa, y especialmente para Covirán, ya que sin el apoyo de la Cooperativa y de su Escuela, el acceso a esta formación sería más complicado para todo su colectivo. Para alcanzar la excelencia, se diseñan programas a medida que atienden a las necesidades actuales del asociado y del punto de venta permitiéndole estar al día de las tendencias del sector, nuevas tecnologías y todo aquello que le ayude a incrementar su competitividad teniendo en cuenta el cambiante entorno actual.

Bajo esta filosofía, Covirán ha querido dar un paso más, poniendo el valor su apuesta por la formación como elemento diferenciador y garante del éxito presente y futuro.

La Escuela por dentro

Creatividad con alma

La Escuela de Comercio Covirán es un espacio de más de 750 metros cuadrados que transmite la modernidad y la tradición de la empresa y consigue conectar emocionalmente con el visitante. El resultado es un entorno donde Socios y trabajadores se sienten orgullosos de pertenecer a Covirán.







Las instalaciones

Diseño para aprender, experimentar, compartir... Las instalaciones de la Escuela de Comercio Covirán están diseñadas, por una parte, para un aprendizaje clásico a través de herramientas de última generación. Dispone, con esta idea, de cuatro aulas con pizarras digitales, cañón de proyección y cámaras para formación a distancia.

Sus aulas están dotadas de pizarras electrónicas y cámaras que permiten emitir en directo los cursos, vía streaming, para hacer posible la formación a distancia o e-learning. Con esta idea se está creando, paralelamente, la plataforma digital de la escuela.

Aunque la sede del centro se encuentra en la plaza de la Ilusión, las 29 plataformas de la Cooperativa poseen, a su vez, aulas para que la formación sea asequible al alumno, que puede estar en cualquier punto de España o Portugal. Se acerca así la formación a los Socios y al personal, ya sea presencial u online.

El centro formativo hace posible, asimismo, experimentar con contenidos prácticos para "aprender haciendo". Cuenta, en esta línea, con una innovadora aula taller que reproduce fielmente la estructura de un supermercado Covirán para enseñar los distintos apartados

del oficio: desde la atención al cliente, a la venta, pasando por el corte en carnicería o caja. Dispone, paralelamente, de un aula TIC equipada con ordenadores, donde los alumnos pueden conocer de cerca el software de gestión Covigés 3.0.

El diseño de la escuela también está pensado para comunicar a través de un aula magna preparada para acoger charlas, ciclos y conferencias. Pero también para hacer demostraciones de 'showcooking' o cocina en vivo, ya que la mesa de conferencias se convierte en moderna cocina-plató para la preparación de recetas en directo.





El centro formativo, con biblioteca propia y sala de reuniones, cuenta, por otro lado, con un área de acogida presidida por una gran pantalla multimedia que da la bienvenida al alumnado mostrando los valores positivos del cooperativismo, el trabajo en equipo y la economía social.

También hay espacio para la interacción con la historia en las instalaciones: una pantalla táctil ilustra el más de medio siglo de Covirán, repasando sus principales hitos.

Entre las novedades de la Escuela de Comercio Covirán se encuentran los Box de Networking o, lo que es lo mismo, espacios de

trabajo en red en los que el alumnado puede colaborar y compartir ideas, experiencias y conocimientos.

Y finalmente el aula taller, una reproducción de un supermercado Covirán donde las prácticas se realizan en un espacio real, conjugando la teoría y la práctica, mediante la actividad participativa de todos los alumnos con profesionales de la Cooperativa.





Formación a medida

La Escuela de Comercio Covirán cuenta con una amplia oferta formativa para el próximo año, con más de doce programas presenciales, que superan las 2.100 horas lectivas, y ocho programas online. Ya están calendarizados los principales, sobre Covigés 3.0, Nuevo Concepto y Frescos (frutería y carnicería), que también se podrán cursar a demanda. Paralelamente se organizarán cursos sobre Atención al Cliente, Merchandising, Gestión Económica Financiera del punto de venta, Club familia, etc. a los que se sumarán otros más específicos, confeccionados puntualmente a medida de las necesidades del Socio.

Tiene gran relevancia, asimismo, el programa de bienvenida, que da la oportunidad de formarse durante una semana en la sede de la escuela a los Socios recién llegados. Estos días de inmersión, obligatorios para las nuevas incorporaciones, permiten conocer los entresijos de los puntos de venta, tanto a nivel teórico y práctico. Pero también acercarse a los valores que representa la Cooperativa e iniciar un interesante trabajo en red para intercambiar ideas.

Estas posibilidades convierten la Escuela de Comercio Covirán en una importante correa de transmisión, junto al departamento de marketing y ventas, para conocer las propuestas y demandas de los Socios.

Expertos en formación y en innovación

Para impartir los cursos la Escuela de Comercio Covirán cuenta con cinco profesores internos, así como profesionales de la Cooperativa que de forma variable se van incorporando, además de empresas consultoras de formación externas.

Mirando al futuro

De cara a 2014, la Escuela de Comercio Covirán pretende consolidar el programa de bienvenida. En el desarrollo de contenidos, se focalizará la formación en Covigés 3.0, Frescos y Atención al Cliente, un valor esencial para un supermercado cercano como Covirán.

Online. Será capital, por otro lado, el desarrollo de la plataforma online, que se irá dotando de programas para la formación a distancia.

Responsabilidad social. Igualmente, se prestará especial atención a la oferta de responsabilidad social corporativa a través de la transmisión de los valores cooperativos que redundan en beneficio del cliente final.

En abierto. También con esta intención, la formación se abrirá al público en general, que podrá obtener certificados de profesionalidad que acrediten oficialmente la capacidad para ejercer el oficio. De este modo, se brindará una oportunidad –y futuro laboral– a aquellas personas con inquietudes emprendedoras interesadas en conocer el sector. Para el curso 2015-16 se espera obtener la acreditación necesaria de la administración para impartir enseñanza reglada. De estos cursos abiertos a la sociedad saldrán futuros Socios, interesados en crear su propio negocio, así como trabajadores, ya que la Cooperativa creará su propia bolsa de empleo.



Espacio de colaboración

En un entorno como éste, no podían faltar los proveedores y empresas con las que la Cooperativa se relaciona en su día a día, como queda reflejado en su “muro de colaboradores”, donde la imagen de muchos de estos da muestras de la estrecha relación que la cooperativa mantiene con sus stakeholders.

Todos ellos, tienen en la Escuela un espacio desde el que llegar a todo el colectivo Covirán y al público en general, dinamizando acciones que aporten valor a su marca.

A cierre de 2013, estas empresas son Nestlé, Campofrío, Coca-Cola, Cruzcampo, Henkel, Grupo Pascual, Danone, J. García Carrión, Microsoft, Bankinter, Mondelez, Vodafone, El Pozo. A todas ellas, Covirán, agradece su confianza.



NCC, una apuesta con recorrido

No existen fórmulas matemáticas para el éxito. Pero sí elementos clave para que la ecuación funcione. Más allá de la apuesta por precios competitivos, la innovación es primordial para diferenciarse y crecer, sobre todo en época de crisis. En muchos casos supone, de hecho, el salto necesario para pasar de sobrevivir en momentos de dificultad a afianzarse y multiplicar ventas, pese al contexto adverso. De ahí la necesidad de avanzar en la implantación del Nuevo Concepto Covirán. Esta firme apuesta por la modernización, sin renunciar a los más de 50 años de historia y experiencia que marcan el ADN de la Cooperativa, tiene un claro objetivo: facilitar al Socio la gestión de su supermercado, pero sobre todo incrementar su rentabilidad, mejorando la experiencia de compra de sus clientes, a los que se ofrecen más y mejores servicios, adaptados por otro lado a un siglo XXI marcado por las nuevas tecnologías.



Una trayectoria marcada por el éxito. El NCC arrancó hace cinco años y ha supuesto un importante impulso para los comercios Covirán. Las cifras de 2013 avalan del éxito del Nuevo Concepto: los Socios que han apostado por modernizar su imagen y gestión a través del este modelo de negocio han incrementado sus ventas. Y lo han hecho en un contexto de crisis.

Expansión del NCC. El Nuevo Concepto ha experimentado un fuerte avance a lo largo de 2013. No solo ha crecido en grandes urbes. También ha llegado a zonas rurales, acercando así tecnología y modernidad a los clientes.



EL NCC Evoluciona: Covirán la Ilusión

En 2013, en NCC prosigue su evolución. El supermercado Covirán La Ilusión, en Granada, es el establecimiento elegido por la Cooperativa para seguir evolucionando su modelo con el objetivo de testar nuevas líneas de actuación en el punto de venta, que se materializarán posteriormente en los supermercados de los Socios, una vez comprobada su eficacia.

Más soluciones para el Socio. En este escenario tan cambiante y un sector tan competitivo como el de la distribución de alimentación, las empresas deben ir un paso por delante de la competencia, caminando en paralelo a las necesidades de sus clientes. El buen resultado de hoy, no garantiza el éxito del mañana, y esa premisa, es la que fundamenta el trabajo desarrollado en las tiendas piloto de la Cooperativa, como la de La Ilusión, donde se experimentan y prueban nuevas herramientas y estrategias de venta que una vez validadas, pasan a ofrecerse al resto de Socios ampliando así el abanico de soluciones puestas en sus manos, con objeto de ayudarles a ser más competitivos y dar el mejor servicio. Y es precisamente ese espíritu el que se plasma en el súper de la Ilusión.

Más responsables: 100% accesibles y sostenibles.

Durante el año 2013 el NCC ha seguido reinventándose e innovando, a la vez que ha logrado acercar la responsabilidad social al punto de venta. Un ejemplo de ello es este supermercado, una tienda responsable, eficiente y rentable, donde conviven a la perfección el compromiso con la accesibilidad universal y la sostenibilidad medioambiental, con la innovación y la modernización propias de este concepto.

Todo está pensado para que la superficie sea accesible para cualquier persona con independencia de sus características, como se ha recogido en esta memoria, convirtiéndose en el único supermercado certificado en accesibilidad universal por AENOR de España. De la mano de este compromiso, un segundo: contribuir desde los puntos de venta a promover un uso más eficiente de los recursos energéticos, comenzando por la propia tienda, que incorpora elementos que contribuyen a este fin.

Más orientación al cliente: Te ayudo. Los clientes son la razón de ser de los supermercados Covirán y todo esfuerzo es poco si queremos hacer que se sientan valorados.

Si ellos son los protagonistas, hay que hacérselo saber. Bajo esa filosofía, el servicio al cliente evoluciona, desempañando el jefe de tienda un papel fundamental, ya que no hay mejor persona que él para tener un vínculo directo y cercano con el shopper.

Como máximo responsable de la tienda, debe ser él quien de respuesta ante cualquier demanda del cliente y para ello “sacamos” su oficina a la misma tienda. El nuevo espacio denominado “Te ayudo” está diseñado para atender mejor al cliente y crear una relación de cercanía y confianza. El jefe de la tienda se identifica a través de un display con nombre y apellidos, ya que detrás de un buen servicio, siempre hay una persona.



*Zona
Bodega*

Más diferenciación: creación de universos. Los supermercados cuentan con secciones estratégicas que hay que potenciar especialmente. Así, en este supermercado se han desarrollado universos diferenciados en panadería, bodega, droguería, perfumería y sección infantil, con una ambientación, luz y decoración diferenciadas.

El objetivo es desarrollar un espacio que genere una ruptura y que cree una experiencia de compra consciente. Se trata de “tiendas dentro de la tienda” que aportan valor y diferenciación, sorprendiendo al cliente y maximizando su rentabilidad.





Más experiencia de compra: la conquista del cliente. Hoy día, mejorar la experiencia de compra se ha convertido en un reto para todas las enseñas. Apostar porque el cliente se sienta como en casa y pueda hacer una compra confortable, ayuda a que vuelva, siendo por tanto, un objetivo prioritario.

Con esta motivación, este NCC ha incorporado elementos que pretenden ser un aporte de valor y hacer que cada visita al supermercado, sea mejor que la anterior. Servicios como Wifi gratuito, que además, ayuda a atraer a un público más joven; una comunicación mucho más cercana y emocional en toda la tienda apelando a la experiencia en secciones tan importantes como los frescos; espacios definidos como zonas de descanso donde hacer una pausa, o un olor que difícilmente pasará desapercibido y que potencia determinadas secciones de la mano del tan actual marketing olfativo, ayudan a posicionarnos en el top of mind de nuestros clientes, y a convertirnos por mucho tiempo, en la opción más deseada por ellos.

Seducir a un cliente exigente, con gustos cambiantes y en un entorno donde todo evoluciona con rapidez es un reto que Covirán afronta desde la acción, poniendo en marcha en establecimientos como éste, técnicas y tácticas que pasarán posteriormente al resto de establecimientos. El objetivo no es otro que darles a los Socios las mejores herramientas para conquistar al cliente.

Más innovación: la tecnología a nuestro servicio. Innovar se ha vuelto un factor imprescindible a la hora de diferenciarse del resto de competidores y dar respuesta a un cliente cada día más exigente. Las nuevas tecnologías ofrecen oportunidades que ayudan a la modernización y venta en los supermercados, y en este sentido, el súper de La Ilusión ha incorporado diversos elementos que mejoran la comunicación con el consumidor y logran una gestión de la tienda más eficiente. Destacan entre otros, elementos como las etiquetas electrónicas con colores diferenciados que indican si un precio es de oferta; mobiliario con nuevas estéticas y funcionalidades; turneros incorporados al sistema multimedia; muebles de frío con una imagen innovadora y con puertas que ayudan al ahorro energético y un elemento vinculado al Club Familia: la “máquina de las ofertas”, situada a la entrada de la tienda, donde los clientes introducen su tarjeta y obtienen directamente los descuentos antes de iniciar la compra.



Zona
Refrescos



Zona
congelados





En total en 2013 se produjeron 26 aperturas, que suman un centenar. Además, un elevado número de proyectos están en fase de estudio y otros, en plena materialización. Ante sus excelentes resultados, Covirán seguirá trabajando en el desarrollo del NCC, guiada por las necesidades de los propios Socios, cuyo feedback resulta esencial, así como por la investigación en tiendas piloto como La Ilusión. La inversión materializada por parte de la Cooperativa en este apartado y con repercusión directa en sus Socios, supera los 1,5 millones de euros en total.

Y para el año 2014 la estrategia está definida:

Nuevas herramientas. En este punto de venta se implementan técnicas que mejoran la gestión de recursos sin aumentar gastos o herramientas que facilitan la compra, entre éstas el pago por móvil. Se apuesta así por la innovación sin renunciar a la cercanía como seña de identidad.

Accesible y sostenible. En breve el Nuevo Concepto incorporará elementos del Supermercado de la Ilusión, donde la accesibilidad y sostenibilidad van más allá, pero también la experiencia de compra, a través de la iluminación, la ambientación o el merchandising, entre otros elementos.



Venta informatizada y equipamiento. En el apartado tecnológico, y de la mano de Covigés 3.0, software que sustituirá al actual Covigés, el Nuevo Concepto Covirán seguirá facilitando la gestión de los supermercados, que contarán con el soporte necesario para la venta online en un futuro. Al igual que se ha hecho a lo largo de 2013, se trabajará en la ampliación del catálogo de equipamientos para industrializar la implantación del NCC minimizando los costes de inversión para el Socio. El objetivo de convertir este modelo en el más competitivo del mercado.

Nueva imagen. Se profundizará, asimismo, en la imagen homogénea de los puntos venta, sin renunciar a las peculiaridades geográficas de la zona. De forma paralela, se continuará destacando la tienda como producto, capaz de vender ya desde la fachada. Pero también en su orientación al consumidor, ya que dispone de herramientas innovadoras como pantallas multimedia, verificadores del precio de los productos, canal de audio que entretiene al tiempo que informa o las ventajas de la tarjeta del Club Familia Covirán, entre otras muchas novedades orientadas a su fidelización.

Un concepto formado. La formación, muy presente en el Nuevo Concepto, también formará parte del futuro de este nuevo modelo de negocio que apuesta por la innovación y la diferenciación como motores de crecimiento.

El ADN tecnológico de Covirán

Cuando en Covirán se habla de tecnología no solo se piensa en software, sino en la implicación que tiene éste en el diseño del modelo comercial y en la organización. El salto tecnológico que está viviendo la sociedad en los últimos años ya está incorporado al ADN de la Cooperativa, que está trabajando en el desarrollo y mejora de los servicios que pone a disposición de sus Socios.

Información es poder

Covigés 2.0, el software de gestión de punto de venta evoluciona para ofrecer a los Socios una plataforma más moderna cuyo desarrollo sería inasumible por un pequeño negocio, pero que la solidez de la Cooperativa, tanto desde el punto de vista económico como del estructural, sí puede afrontar.

El equipo de profesionales de la Cooperativa ha trabajado en la mutación del programa, teniendo en cuenta las necesidades de los Socios y las tendencias tecnológicas. Covigés 2.0 se convierte en 2014 en Covigés 3.0.

Inteligencia y conocimiento

Inteligencia y conocimiento. Paralelo a estas inversiones en el software de gestión de punto de venta, Covirán está invirtiendo recursos materiales y humanos en elementos que permitan conocer mejor a los clientes de sus supermercados, sus necesidades y hábitos de consumo, al tiempo que se potencian herramientas BI (Business Intelligent).



La garantía de Microsoft

Para esta nueva apuesta por el futuro se ha elegido a Microsoft como compañero de viaje, por su garantía y ventajas como desarrollador. Esta plataforma, un ERP de Microsoft (software de gestión empresarial integrado) permite trabajar todo en un mismo entorno. Las posibilidades de Covigés 3.0 son ilimitadas: desde reaprovisionamiento automático, a contabilidad 100% integrada o venta online, ya que está equipado con el soporte necesario para mirar de cara al mañana.



Covigés 3.0

El rápido avance de las nuevas tecnologías e internet hace necesario la búsqueda de nuevas respuestas ante las cuestiones que plantea el mañana. En una época marcada por la inmediatez, adaptarse al futuro resulta fundamental. Es precisamente lo que ha hecho Covirán con el proyecto de punto de venta Covigés 3.0, un software de gestión integral propio y adaptado a los Socios que permitirá dar solución a los retos que están por llegar.

Fase de implantación

El pasado 1 de enero se empezó a implantar este software a las nuevas incorporaciones de Covirán. De forma paralela se ha iniciado la fase de migración paulatina de los 1.600 Socios que actualmente utilizan Covigés. Con esta misma idea se empieza a usar de forma piramidal por plataformas. Para 2014 el reto pasa por industrializar esa implantación de forma que, progresivamente se consiga migrar a todos los Socios y dejar atrás el antiguo.





Plataforma Financiera TIC

Las Tecnologías de la Información (TIC) ofrecen una oportunidad única para rediseñar un negocio, apostando por la modernización organizativa para ir hacia un modelo digital que permita mayor eficiencia en todos los sentidos, al tiempo que se abaratan costes.

En esta línea Covirán seguirá apostando por el componente tecnológico, que ha ido ganando importancia en la Cooperativa en los últimos años. Entre las novedades que están en fase de prueba este 2014 se encuentra la Plataforma Financiera TIC que, como su propio nombre indica, aunarà servicios financieros y TIC, para facilitar la labor administrativa de los Socios y sus gestores.

A través de esta plataforma, los Socios podrán acceder al Sobre Digital, una herramienta ideada para que reciban información semanal –facturas, documentación, etc.- sin necesidad de que la alojen o almacenen.

Se ha creado, además, un espacio para que sus contables también tengan acceso a la documentación que requieran. Este servicio incluso pre-calcula la contabilidad que deberían realizar, facilitándoles el trabajo.

Se da así un salto tecnológico hacia los Socios, similar al que ya se ha dado con los proveedores. De hecho, la enseña lleva años trasladando a formato electrónico toda la documentación relativa a proveedores, con los que trabaja a través del sistema de facturación EDI (acrónimo de Intercambio Electrónico de Datos) que hace posible automatizar pedidos, recepción y emisión de facturas.



Tecnología para conocer al cliente

En el ámbito tecnológico, Covirán está invirtiendo en herramientas que permitan conocer mejor al cliente y procesar los datos que almacena con este mismo propósito:

- Herramientas CRM.** El Customer Relationship Management, es decir, gestión basada en la relación con el cliente, permite agilizar la respuesta hacia el mismo.

- Herramientas BI.** Business Intelligence o Inteligencia Empresarial, es decir, herramientas que permiten administrar y generar conocimiento analizando los datos que posee una empresa.

Covirán seguirá desarrollando y potenciando una filosofía centrada en el cliente, a través de herramientas de estas características que permita procesar los datos relevantes que genera para convertirlos en conocimiento que oriente la toma de decisiones.

Nuevo modelo logístico: horizonte 2020

El foco de la Cooperativa en materia logística está puesto en mejorar la productividad, la trazabilidad de los productos y la optimización de los procesos de distribución para implantarlos en todas las pla-

taformas buscando la calidad del servicio al Socio. Con este objetivo, la compañía está trabajando en su nuevo modelo logístico, cuyo escenario temporal es 2020.



Picking por voz

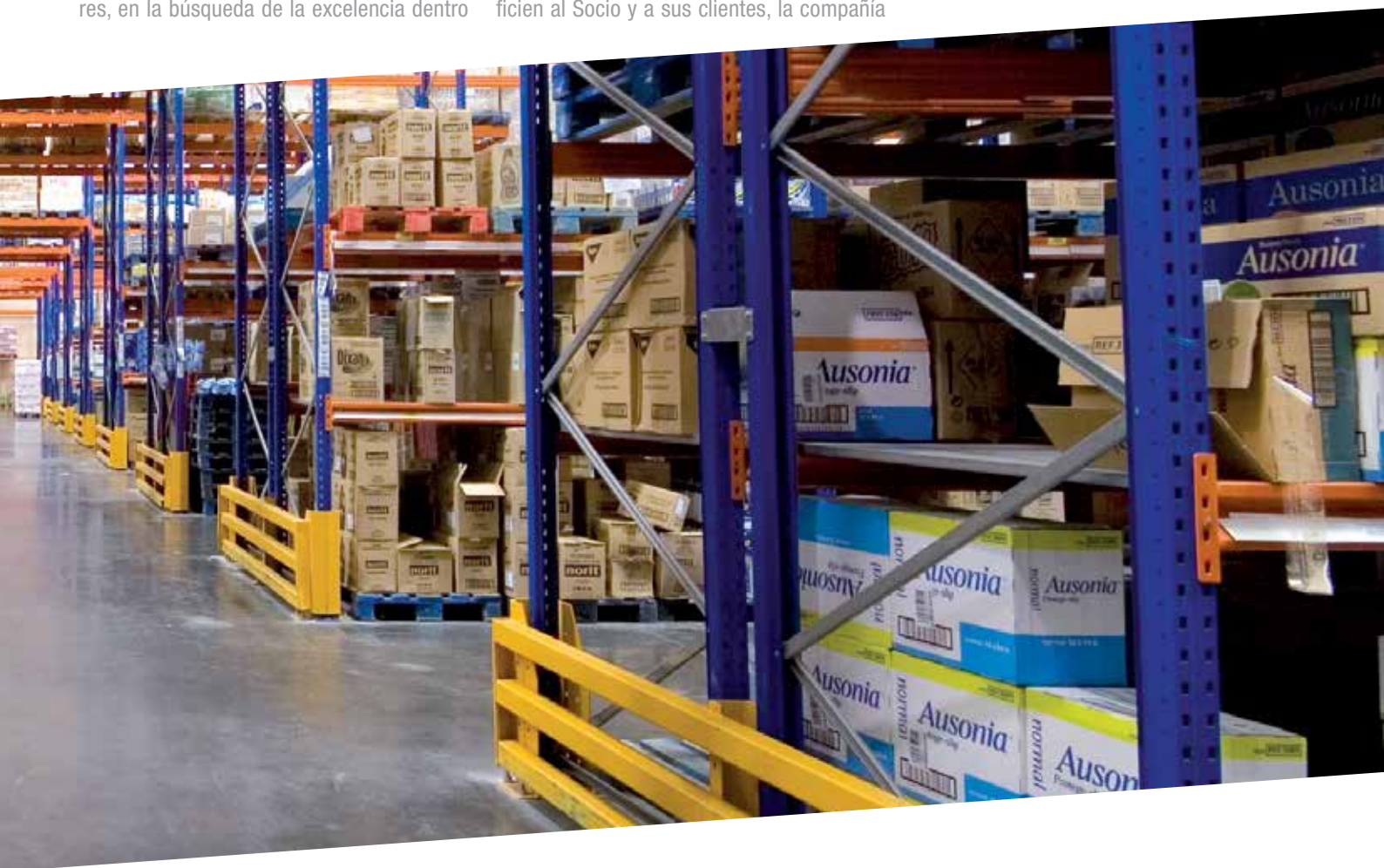
En Covirán se pone a disposición de los Socios la tecnología más avanzada. Este proceso de modernización se está viviendo con mucha intensidad en las plataformas logísticas.



El crecimiento constante de la Cooperativa y en concreto, del número de supermercados, conlleva la intensificación y adaptación de los servicios logísticos. Pero además de la ubicación, enfoque imprescindible en Covirán, en los últimos ejercicios se trabaja en una logística específica por proceso. Por esta razón y con un surtido compuesto por 9.000 referencias, se hace imprescindible la gestión a través de la integración con los proveedores, operaciones de cross docking y una mayor eficiencia en las rutas de reparto. Se trabaja codo a codo con los proveedores, en la búsqueda de la excelencia dentro

de la cadena de suministro, especialmente relacionada con la gestión del transporte y eficiencia en la recepción de mercancía. En este sentido, el objetivo es integrar ambas redes de distribución y que los resultados se traduzcan en ahorro de costes para ambas partes. Otro aspecto fundamental es el conocimiento, trasladarles la operativa de Covirán a los fabricantes a nivel logístico, con sus peculiaridades y necesidades de forma que las conozcan y las compartan, ayudando a la mejora en la misma. Fieles al espíritu de Covirán de continuar innovando y aplicando procesos que beneficien al Socio y a sus clientes, la compañía

ha realizado una revisión profunda de su modelo logístico. La intención es optimizar y mejorar al máximo el mismo de cara a 2020. Las recomendaciones comenzarán a implementarse en próximos ejercicios. Asumir el cambio de forma natural reconstruyendo los procesos cada vez más rápido y de manera más óptima, es la manera de construir futuro. Fundamental el despliegue de iniciativas en toda la cadena de suministro, y la innovación en todas las áreas de la empresa.



Ventajas del picking por voz

El 'picking' es una operación básica en la preparación de pedidos. El operario, a partir de una lista de artículos y sus ubicaciones en los almacenes, va recogiendo las unidades necesarias para preparar uno o más pedidos. Los operarios de las plataformas logísticas de Covirán trabajan hasta ahora con sistemas de radiofrecuencia. Con el 'picking' por voz, estas indicaciones se reciben a través de auriculares, con lo cual se liberan las manos del trabajador, que se puede centrar en la preparación de los pedidos. Es un sistema que mejora la productividad y calidad del servicio y disminuye los errores.

RECONOCIMIENTOS AL ESFUERZO

Premios que son de todos

El valor de la recompensa siempre es un estímulo para mantener la ilusión por el trabajo bien hecho. Covirán se ha distinguido en 2013 por ser un ejemplo en la prevención de riesgos laborales, en la gestión de un modelo de negocio sostenible y responsable en la integración de colectivos que han sido testigos de la desaparición de barreras y en su implicación con la sociedad y su papel vertebrador. Nada de ello hubiese sido posible sin el compromiso del Socio, el esfuerzo de sus empleados y la confianza del consumidor, que ve en el trato amable y personalizado y en la calidad del producto, distintivos de una marca transparente. Prestigiosas entidades empresariales y sociales, así como administraciones públicas, han valorado el esfuerzo de Covirán.

Premio de Comercio Interior

13 de diciembre. **Premio de Comercio Interior.** El colofón al año 2013 llegó con la distinción que otorgó a Covirán la Consejería de Comercio y Turismo de la Junta de Andalucía por su actividad productiva en la Comunidad y por su apoyo al comercio de proximidad. Su papel vertebrador en la sociedad y la generación de empleo y riqueza le han valido el reconocimiento de la Administración, que ve en Covirán una apuesta fiable y de futuro para pequeños y medianos empresarios.







Andalucía en Positivo

12 de diciembre. El trabajo de Covirán también cuenta con el **reconocimiento de los medios de comunicación**. La Cadena Cope en Andalucía concedió uno de sus premios 'En Positivo' a la Cooperativa por su implicación y compromiso con esta Comunidad Autónoma. Su vínculo con el territorio donde se asienta, y mantener esa relación de cercanía como seña de identidad, es lo que ha permitido a Covirán crecer y estar presente en 2013 en un total de 46 provincias pertenecientes a 16 comunidades autónomas y en las principales ciudades de Portugal. Se premia en este caso que haya sido capaz de trasladar ideas y proyectos constructivos y mensajes esperanzadores para salir de la crisis.

Premio por la Integración

9 de octubre. La prestigiosa Obra Social de la Caixa ha valorado el trabajo que viene realizando Covirán para integrar en el mundo laboral a personas en riesgo de exclusión social. Si todos los galardones sirven de estimulante anímico para mantener la línea de trabajo, el Premio Incorpora añade un plus de optimismo al tratarse de un incentivo en la política laboral y la Responsabilidad Social Empresarial de la Cooperativa. Colectivos desfavorecidos han conseguido un empleo gracias a la apuesta de Covirán, motor de creación de empleo estable y de calidad que mantiene una línea de colaboración con entidades como Cáritas, Cruz Roja y el Secretariado Gitano.



El reconocimiento de Cruz Roja

9 de octubre. También Cruz Roja está al corriente del compromiso de Covirán para fomentar la inserción laboral de las personas en riesgo de exclusión. Otra forma de luchar contra la pobreza y mejorar las posibilidades de empleo de las personas con más dificultades. Cruz Roja valora el trabajo que viene realizando Covirán para ayudar a los colectivos más desfavorecidos a situarse en mejores condiciones en el mercado laboral, dotándoles de los recursos necesarios para su integración social.



Premio al liderazgo en la distribución

14 de mayo. El Club de Dirigentes del Año de la Industria y la Distribución entregó al Consejero Delegado de Covirán, Luis Osuna, el premio como 'Dirigente de 2013' por el crecimiento de la Cooperativa y su expansión hacia fuera de nuestras fronteras en los cinco años que lleva al frente de la empresa. Covirán ha sorteado la crisis como lo demuestra el hecho de que haya crecido en número de Socios y establecimientos. Su implantación en España y su apuesta por la internacionalización, le ha valido el reconocimiento de un club integrado por empresarios y dirigentes de reconocido prestigio y trayectoria.



En Covirán estamos comprometidos con el medio ambiente, por eso, esta memoria está elaborada con celulosa procedente de bosques certificados.



