

2014 MEMORIA ANUAL COVIRAN

profesionalidad internacionalización
modernidad cercanía
solidez **servicio**
experiencia responsabilidad social

014



Índice

06

CARTAS

Carta del Presidente del Consejo Rector	08
Carta del Consejero Delegado	10

20

ECONOMÍA: EL TRIUNFO DE COVIRAN CONTRA VIENTO Y MAREA

Ante un escenario complejo	22
El veto ruso	23
Datos que hablan de crecimiento	24
Siempre cerca del Socio y del cliente ...	26

14

12 MESES DE TRABAJO

28

FUNDACIÓN COVIRAN. LA FORMACIÓN ES EL ORIGEN

Escuela de Comercio Covirán: el inicio de un nuevo futuro	31
Líneas de formación: la escuela se consolida	32
Una Escuela acreditada que se abre a la sociedad	36

38

EL FACTOR HUMANO

Formación y promoción del personal ...	42
Política de contratación	42
Una estructura comunicativa y social ...	44

80

UN PLAN IBÉRICO: LA CONSOLIDACIÓN DE PORTUGAL

Desarrollo de la compañía	84
Plan promocional a medida	85
Cooperación con los diferentes agentes	85
Comunicación interna y externa	86
Más marca y mejores servicios	87
El horizonte de 2015: respuestas para nuevos retos	88

100

LA RESPONSABILIDAD TANGIBLE

Salud y nutrición	104
Infancia	108
Diversidad	110
Medioambiente	112

46

EL APOYO A LOS SOCIOS

De los datos a la información	48
De la información a la acción	52
Más herramientas para crecer, más servicios	56
La (r)evolución del NCC	58
Apuesta por las Tics	64
Un surtido adaptado a la demanda	66
Nuevas metas	72
Logística: donde no llega nadie	74

90

UNA RELACIÓN DE CONFIANZA

Las instituciones reconocen la labor de Covirán	94
Compartimos conocimiento con mayores y pequeños	96
Compartiendo el proyecto con la sociedad	97

114

RETOS DE FUTURO

Expansión nacional e internacional ...	116
Una red logística que mira al futuro ..	118
Profesionalización y diferenciación: la Escuela de Comercio Covirán mira al futuro	119
2015: nuevas metas, nuevas cifras ...	120

Cartas

Estimados Socios,

Al elaborar un juicio templado y con la correcta distancia de todo lo que Covirán ha conseguido en 2014, resumido en la memoria que ahora mismo tenéis entre las manos, comprendemos la trascendencia de un año que ha sido decisivo para el sector y para la Cooperativa.

No ha sido un año más. Mientras los economistas esperaban ver los primeros destellos de un punto de inflexión que marcara el inicio del final de la crisis, con indicadores macroeconómicos optimistas y pistas de una posible recuperación, la guerra de precios seguía agitando el sector y obligándonos a dar lo mejor de nosotros mismos. Y mientras otros buscaban excusas, nosotros encontramos resultados.

Doce meses de esfuerzo el que todos los que componemos esta gran empresa y especialmente, los Socios de la Cooperativa, han sabido mantener vivo su compromiso hacia esta enseña, situándose al frente de sus negocios para dar lo mejor de sí mismos a diario.

Son muchas las conclusiones que podemos sacar de este año. Como Presidente del Consejo Rector de Covirán, considero que las más importantes se agrupan dos principios:

Compromiso. Esta empresa definió en su momento sus principios básicos, sus fundamentos irrenunciables, y los mantiene a pesar de las adversidades. Sin el compromiso de nuestros Socios y trabajadores, no sería posible que la Cooperativa siguiese avanzando.

Crecimiento. Los números acreditan que el trabajo bien hecho, da sus frutos. El crecimiento de Covirán está claro pero no hemos de conformarnos. Para seguir mirando al futuro con garantías ha de seguir incrementándose la integración del asociado con la Cooperativa; el Socio ha de sumarse a las políticas e iniciativas que ésta ponga en marcha, apostando por la modernización de sus negocios para dar la mejor respuesta a su cliente.

En cada capítulo de esta memoria encontraremos proyectos y retos, pero también servicios y herramientas que Covirán ofrece al Socio para poder avanzar, si es preciso contra viento y marea. Tenemos que reconocer que el temporal ha sido duro en 2014, especialmente para el pequeño comercio. Sin la horizontalidad de la estructura de Socios de Covirán, en la que cada detallista es igual de importante, habría sido difícil llegar a buen puerto, pero se ha conseguido.

Así, el compromiso de Covirán está vivo y está presente en un colectivo que vuelve a crecer con fuerza y con seguridad en toda la Península ibérica. Un compromiso con el que cada día, abren sus comercios nuestros más de 2.800 Socios. En total, 3.245 supermercados que dan un servicio de calidad en España y Portugal.

De cara a los próximos años, seguiremos en esta senda y estoy convencido de que se abrirán nuevos mercados para nuestra marca Covirán y seguiremos cumpliendo nuevos hitos.

Los datos de esta memoria avalan nuestra declaración de principios. Nuestra defensa del cooperativismo va mucho más allá de ser un acto de fe, es una cuestión de identidad que está funcionando y dando buenos resultados en un escenario económico difícil. Decía al principio que 2014 no ha sido un año más, y en las distintas páginas que siguen a continuación, se muestra.

Y como todo esfuerzo tiene un reconocimiento, entre las distinciones de este año, se encuentra el premio Esandalucía por la defensa del trabajo autónomo que yo mismo recogí en vuestro nombre el pasado mes de diciembre y que resalta la contribución de Covirán a generar empleo, riqueza y cohesión social en todos los territorios donde se asienta. Hay más reconocimientos, pero el galardón más importante es ver el desarrollo de cada Socio y el desarrollo que cada año alcanza nuestra Cooperativa, Covirán.

Un fuerte abrazo.



José María Urbano,
Presidente del Consejo Rector



Estimados Socios,

El ejercicio 2014 fue, definitivamente, el año más difícil para la distribución de alimentación en España. La crisis que afecta a todos los sectores, unida a un periodo de deflación agravado por el veto de Rusia a las importaciones de alimentos frescos, asestó un duro golpe a las previsiones para el comercio minorista. A pesar de este convulso escenario, donde la guerra de precios no ha cesado y la pérdida de población activa en nuestro país ha impactado negativamente en nuestras cuentas de resultados, podemos afirmar que 2014 ha sido un año positivo para Covirán. Gracias al esfuerzo conjunto de Socios y empleados, y al empuje continuo de la Cooperativa, hemos logrado crecer en las principales magnitudes: en volumen de negocio, en número de Socios y supermercados y además, hemos contribuido a generar empleo y a fortalecer el tejido empresarial ibérico.

Son datos, los de esta memoria 2014, para sentirnos orgullosos. Orgullosos por los resultados, por la confirmación de que nuestro modelo cooperativo hace más sólido el proyecto y más justa la distribución de la riqueza, y porque las decisiones que se han tomado en los últimos años están dando sus frutos y han permitido superar esta etapa de dificultad en mejores condiciones.

Covirán continua, un año más, liderando el detallismo independiente de la Península Ibérica, gracias a la confianza de nuestros Socios y clientes. Detrás de este hecho, están los rostros y el trabajo de cada uno de los 2.805 Socios de la Cooperativa, pequeños y medianos empresarios en su mayoría, que están dando lo mejor de sí mismos cada día al frente de sus negocios, contribuyendo a generar riqueza en nuestro país, como muestran los 14.886 puestos de trabajo vinculados a nuestro grupo Covirán en 2014.

La Cooperativa ha demostrado en estos años difíciles que la racionalidad económica y el progreso social son criterios compatibles, afirmación avalada por las cifras positivas con las que un año más, concluimos 2014: el balance de Covirán en el ejercicio arroja un volumen de negocio de 618 millones de euros, 18 millones más que en 2013. Si resumimos las principales magnitudes económicas, el beneficio antes de impuestos alcanza los 959.745 euros, un 5% superior a 2013, mientras que el Cash Flow, con 6,13 millones de euros, supera en un 20% al del año anterior. El EBITDA crece un 18% hasta situarse en 7,7 millones de euros. El balance de Covirán ofrece asimismo un dato positivo, logrando en 2014 los 191 millones de euros y el Patrimonio Neto, ha experimentado un incremento del 4%.

Este crecimiento se extiende también al número de supermercados, que asciende a 3.245 y al de Socios con 2.805, lo que supone un 4% más que en 2013.



Son cifras del apartado financiero que confirman la solidez de la empresa y su capacidad para hacer frente a los retos futuros, retos que pasan por seguir dando la mejor atención y los mejores servicios al Socio y al cliente, con la vocación de mejora continua que caracteriza a nuestra enseña.

A lo largo de 2014, hemos seguido dando los pasos necesarios para crecer y consolidarnos aún más en aquellos territorios que son estratégicos para nuestro futuro. Así, como parte de este proceso y de la apuesta de crecimiento de la Cooperativa, **en 2014 cumplimos con un hito muy importante: la apertura de una plataforma en Coslada, Madrid**, sobre una parcela de 21.000 m² y con ello, lograr la consolidación de nuestra presencia en la zona centro del país, donde sumamos más de 100 establecimientos. Esta plataforma se convierte en un sólido pilar logístico, que no solo nos permitirá seguir creciendo en esta comunidad, sino que nos posibilita también mejorar nuestros ratios de eficiencia en la distribución a las plataformas del centro y norte de la Península Ibérica, incluido Portugal. En este país, que experimentó en 2014 un crecimiento del 43% en su volumen de negocio, nos hemos convertido ya en la tercera empresa del sector por número de establecimientos, con 320 supermercados, algo muy destacable si tenemos en cuenta nuestra breve trayectoria allí. Sumamos tres plataformas que cubren la totalidad del país (en Aveiro, Algoz y Sintra-Lisboa), y de cara a 2015, nuestro reto será alcanzar la cifra de 400 puntos de venta.

Un año más, Covirán ha seguido invirtiendo esfuerzos y recursos para lograr diferenciarse e incrementar su nivel de profesionalización. Para ello, una cualificación excelente es imprescindible y para alcanzarla hemos puesto en marcha, dentro de la Fundación Covirán constituida también en 2014, **nuestra Escuela de Comercio, donde desarrollamos un programa formativo ad hoc que tiene una repercusión directa en nuestros supermercados**. En este ejercicio, 1.359 Socios y trabajadores de punto de venta han pasado por sus aulas, y se han impartido 129 programas o lo que es lo mismo, más de 19.000 horas de formación que tendrán su resultado en una mejor gestión del supermercado y en clientes más satisfechos.

En los últimos doce meses proyectos como el Nuevo Concepto Covirán, la adaptación de nuestro surtido a la demanda o la inversión en tecnología de última generación que dé soporte en la toma de decisiones, han contribuido también a los buenos resultados cosechados y asientan las bases para garantizar un futuro prometedor.

Pero además, a pesar del contexto negativo, sabemos que una empresa como la nuestra no se puede concebir sin ética, valores y metas responsables en el largo plazo, contribuyendo nuestra Escuela en esa línea, a avanzar

hacia una sociedad moderna que mire al futuro, actuando en ámbitos como el emprendimiento, la transmisión de conocimiento y la relación con la sociedad en la que desarrollamos nuestra actividad.

Y cómo no, la actividad de la empresa ha estado también marcada en 2014 por el cuidado medioambiental y la responsabilidad social corporativa, desarrollando las líneas de actuación marcadas en ejercicios anteriores, y que pasan por el fomento de unos hábitos de vida saludables, el cuidado de la infancia, la contribución a una redistribución justa de alimentos para apoyar a las familias más necesitadas, y acciones para lograr la integración social y laboral de colectivos con especiales dificultades.

Este ha sido un año también de reconocimientos, que sobre todo, hablan del buen trabajo de nuestros Socios y trabajadores que desde la Cooperativa, impulsan los proyectos que cada año recogemos en nuestro Plan Estratégico, que tiene como horizonte 2020. **La Placa al Mérito en el Comercio, la mayor distinción del Estado en materia de comercio**, que el Ministerio de Economía y Competitividad nos entregó en octubre supone una gran satisfacción para todos y un reconocimiento a nuestra contribución al desarrollo económico y social de los territorios donde está implantada la enseña y a proyectos como nuestra salida internacional, un reto aún para muchas otras empresas del país, y que nosotros hemos abordado con éxito.

En 2015 mantendremos vivo nuestro espíritu de superación, con la misión de ofrecer a nuestros Socios las mejores herramientas y todos los servicios que demanda la distribución de hoy para ser eficientes. La Cooperativa ha de seguir liderando el detallismo independiente del mercado ibérico, porque estamos convencidos de que nuestro modelo es la mejor respuesta para miles de pequeños y medianos detallistas que necesitan el respaldo de una Cooperativa de primer nivel como la nuestra, capaz de satisfacer al cliente con establecimientos próximos y modernos, un surtido adaptado, una oferta promocional adecuada al momento y sobre todo, algo en lo que nadie nos iguala, un servicio profesional, cercano y de confianza, algo por lo que muchos de nuestros clientes llevan eligiéndonos 54 años.

Gracias a todos los que lo hacéis posible con vuestro trabajo que esta Cooperativa siga creciendo y siendo un referente dentro de la economía social de España y Portugal.



Luis Osuna, Consejero Delegado-CEO
y Presidente de la Corporación Covirán



Consejo Rector

Manuel Barrios Delgado

Javier Vidondo Ilincheta

Enrique López Sánchez

Francisco de Paula Torres García
Letrado asesor

Marcial Ros Muros
Vicepresidente del Consejo Rector

Pedro Félix Lavín Poveda

José María Urbano Pérez
Presidente del Consejo Rector

José Luís Bravo González

Luís Osuna Hervás
Consejero Delegado-CEO
y Presidente de la Corporación



Antonio Robles Lizancos
Presidente de Honor

Juán Antonio Rodríguez Fernández

Tomás Muñoz Arjona

Francisco Javier López Romero
Secretario del Consejo Rector

Vicente Robles García

Antonio Rodríguez López

José Muñoz Domínguez



12 meses
de trabajo

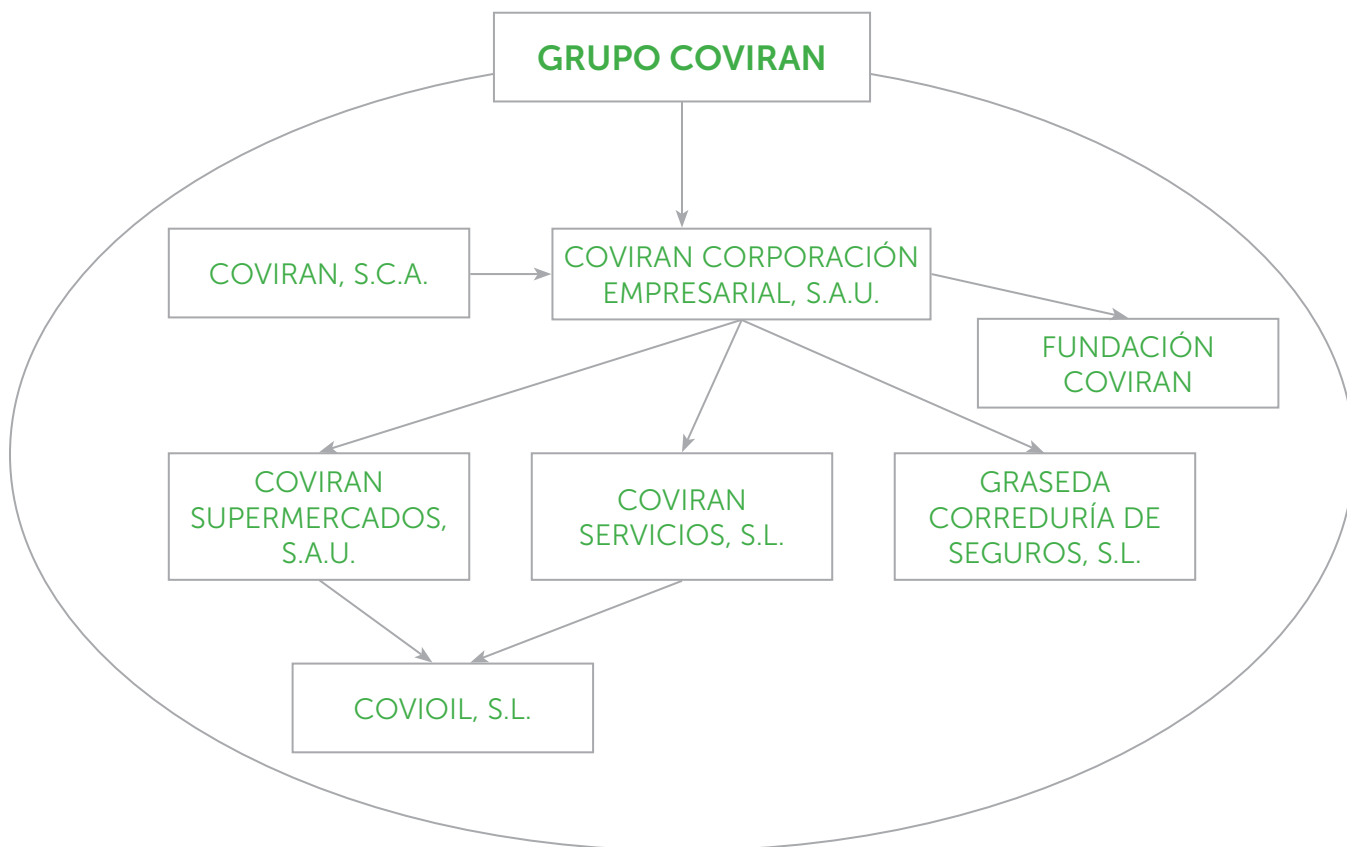
El punto de partida del modelo estratégico de Covirán siempre ha sido el Socio, sus clientes y empleados. Todo lo que se hace a lo largo del año persigue que redunde en el bienestar del colectivo: Socios, trabajadores, consumidores y la propia sociedad.

La presente Memoria de Covirán incluye los datos más significativos de la actividad que ha desarrollado la Cooperativa en 2014. Es el resultado de un modelo de negocio consolidado que la han convertido en la primera cadena de distribución detallista de España y que no olvida su compromiso con el entorno y la acción social. Un año que arroja un balance claramente positivo en el que se han hecho grandes progresos en la expansión de la enseña, la red logística y en el capítulo laboral, con más empleo y mayor estabilidad, pero en el que ha habido también que solventar los escollos provocados por un mercado tensionado y un entorno de dificultad.



2014 fue uno de los peores para la distribución de alimentos, entre otros factores, por la pérdida de población en nuestro país y por la deflación, agravada por el veto de Rusia y la contracción del consumo.

Sin embargo, y a pesar de que el panorama que ofrecía el mercado no era el más propicio, Covirán siguió creciendo y generando empleo. La Cooperativa de Supermercados registró en 2014 un 3% más de volumen de negocio, hasta alcanzar los 618 millones de euros. Este dato cobra mayor importancia si se echa la vista atrás y se comprueba que desde 2007 el volumen de negocio se ha incrementado un 65%.





ESTRUCTURA

Covirán optó en 2014 por buscar un modelo de organización más eficiente y ágil en la toma de decisiones. Los cambios han propiciado que hoy la Cooperativa tenga una estructura organizativa más sólida para garantizar el crecimiento en el futuro y fortalecer el posicionamiento de los Socios.

La estructura organizativa de la entidad y de las sociedades que componen el grupo se reforzó en 2014 con la creación de la Corporación empresarial y el nacimiento de la Fundación Covirán.

La Cooperativa ha venido adaptándose en los últimos años a las necesidades que impone un sector tan competitivo como el de la distribución con objeto de ganar eficiencia, agilidad en la toma de decisiones y, sobre todo, lograr incrementar el nivel de servicio al asociado.

Con esa fundamentación, desde comienzos de 2014 las sociedades del grupo se integran en la sociedad denominada "Covirán Corporación Empresarial", presidida por Luis Osuna, que agrupa las sociedades participadas y empresas del grupo, y desde la cual, recae el peso de definir el modelo de negocio del grupo Covirán, políticas y estrategias empresariales del mismo.

Esta evolución estructural permite afrontar con garantías de éxito y profesionalidad los proyectos de Covirán como central de compras y servicios a su colectivo, maximizando su enfoque al Socio y al punto de venta, siempre con el fin de que sus miembros ganen competitividad y trabajar en un escenario futuro con garantías.

La Corporación Covirán aglutina las empresas del grupo destinadas a dar servicio al colectivo de Socios, con herramientas y servicios que incrementan el valor de las prestaciones ofrecidas.

Y dentro de la propia gestión de la Cooperativa, a final del 2014, se han establecido dos subdirecciones generales.

María Aguilera pasó a dirigir la Subdirección general de negocio, un área estratégica en la organización de la empresa, y Rafael Cortés fue nombrado en 2014 Subdirector general de finanzas y operaciones, una labor de coordinación fundamental en el engranaje de la Cooperativa.

Además, 2014 es el año de la Fundación Covirán, que surge ante el deseo de la empresa de devolver a la sociedad parte de lo que le aporta para contribuir a un mejor futuro con iniciativas abiertas a su conjunto. Constituida durante ese ejercicio y presidida por Antonio Robles, actual Presidente de honor, hace realidad una de las grandes aspiraciones de la Cooperativa: avanzar hacia una sociedad moderna que mire al futuro, actuando en distintos ámbitos como el emprendimiento, la transmisión de conocimiento o acciones que fomenten la integración de distintos colectivos.



INVERSIÓN

La potencialidad de Covirán le ha permitido invertir en el pasado ejercicio 5 millones de euros en la plataforma de distribución de Coslada. Con la nueva nave se refuerza no solo la presencia en Madrid, sino también toda su red logística con la que prestar mejor servicio a los Socios de la zona centro y norte de la península. Es, sin duda, una inversión estratégica que apuesta por la expansión, un paso de gigante con el que se gana proximidad, tiempo y eficiencia en el servicio al Socio.

Y algo no menos importante que no debe caer en el olvido: con la Plataforma de Coslada y con la mejora continua de la red logística que finalizará en 2020 se contribuye también a la cohesión social y a la creación de riqueza y empleo en aquellos territorios donde tiene implantación, sin olvidar el principal objetivo: más y mejores servicios para el asociado.

PORTUGAL



Uno de los lugares donde Covirán ha plantado sólidas raíces es Portugal. Los números dicen que la Cooperativa se ha asentado en el mercado luso, consolidándose como la mejor respuesta de futuro para el comercio detallista. El volumen de negocio creció el pasado año un 43%, alcanzando ya los 30 millones de euros. La apuesta por la internacionalización se ha traducido en más Socios y más puntos de venta.

La adaptación a las peculiaridades de su mercado, el desafío de la innovación y la consolidación de Sintra han sido determinantes para el crecimiento de Covirán en Portugal.

En un entorno laboral complicado para el sector, Covirán ha logrado incrementar en un 6% los empleos. En concreto, el año se cerró con una plantilla formada por 14.886 personas, entre la cooperativa y los puntos de venta, 700 más que en 2013 y con la particularidad de que el 92% de los contratos son indefinidos, una apuesta sin duda por la estabilidad laboral.

Sin perder este horizonte de vista, Covirán se ha centrado más que nunca en mejorar la formación. En esa tarea cumple ya un importante papel la Escuela de Comercio que se inauguró oficialmente en abril de 2014. En total, 2.757 usuarios pasaron por sus modernas instalaciones en 2014, de los que 1.359 eran Socios y empleados.

El objetivo no es otro que dotar a los Socios de las herramientas necesarias para una gestión excelente del negocio y también a sus empleados para dar una respuesta cada vez más eficiente al consumidor.

PROFESIONALIZACIÓN



COMPROMISO

Una de las apuestas más firmes y comprometidas de Covirán con la sociedad se materializa a través de su política de Responsabilidad Social Corporativa. El objetivo es devolver a la sociedad una parte de lo que le aporta contribuyendo a construir un futuro mejor. Un ejemplo de ello es el esfuerzo que se ha hecho desde Covirán para mejorar la accesibilidad de sus puntos de venta, proyecto iniciado en su supermercado La Ilusión, en Granada, una tienda concebida como un laboratorio donde testar iniciativas vinculadas a todas las áreas del negocio que posteriormente, una vez medida su rentabilidad, pasan a implantarse al resto de Socios.

Tras el éxito de este establecimiento, el único de España accesible 100%, cuyas instalaciones han servido de laboratorio de investigación, el esfuerzo se centra ahora en extender al resto del colectivo de Socios este importante proyecto, empezando por los Nuevos Conceptos.

Pero no es el único contrato con la sociedad. Covirán mantiene su política de fomentar un estilo de vida saludable, tratando de concienciar al consumidor sobre la necesidad de llevar unas conductas que favorezcan la vida sana. Para tal fin, y como viene siendo habitual, participa en jornadas, talleres y otras iniciativas que contribuyen al bienestar de los ciudadanos. La inserción de colectivos en riesgo de exclusión social y el cuidado de la infancia y el medioambiente han estado muy presentes este año.



El futuro de Covirán pasa precisamente por la modernización, por un modelo de establecimiento que apueste por la vanguardia. Los últimos pasos que se han dado van en la dirección de incorporar las innovaciones necesarias para mejorar la rentabilidad, homogeneidad y verticalidad de los supermercados. Cada día son más los supermercados NCC que apuestan por esta línea de futuro, y todo, para dar respuesta a las necesidades actuales del cliente.

De hecho, Covirán y sus Socios ya disponen de la tecnología precisa para acceder a la información del negocio desde cualquier punto con conexión a internet y con garantías de máxima seguridad. En la misma línea se ha creado un portal web interno en el que cualquier trabajador puede encontrar todo lo relacionado con su actividad laboral.

Igual de novedosas son las últimas técnicas de estudio para que las campañas de marketing cumplan con su cometido de fidelizar a un mayor número de clientes.



INNOVACIÓN

2014 ha sido un año de reconocimientos por parte de las instituciones, entidades y colectivos que forman parte de la sociedad.

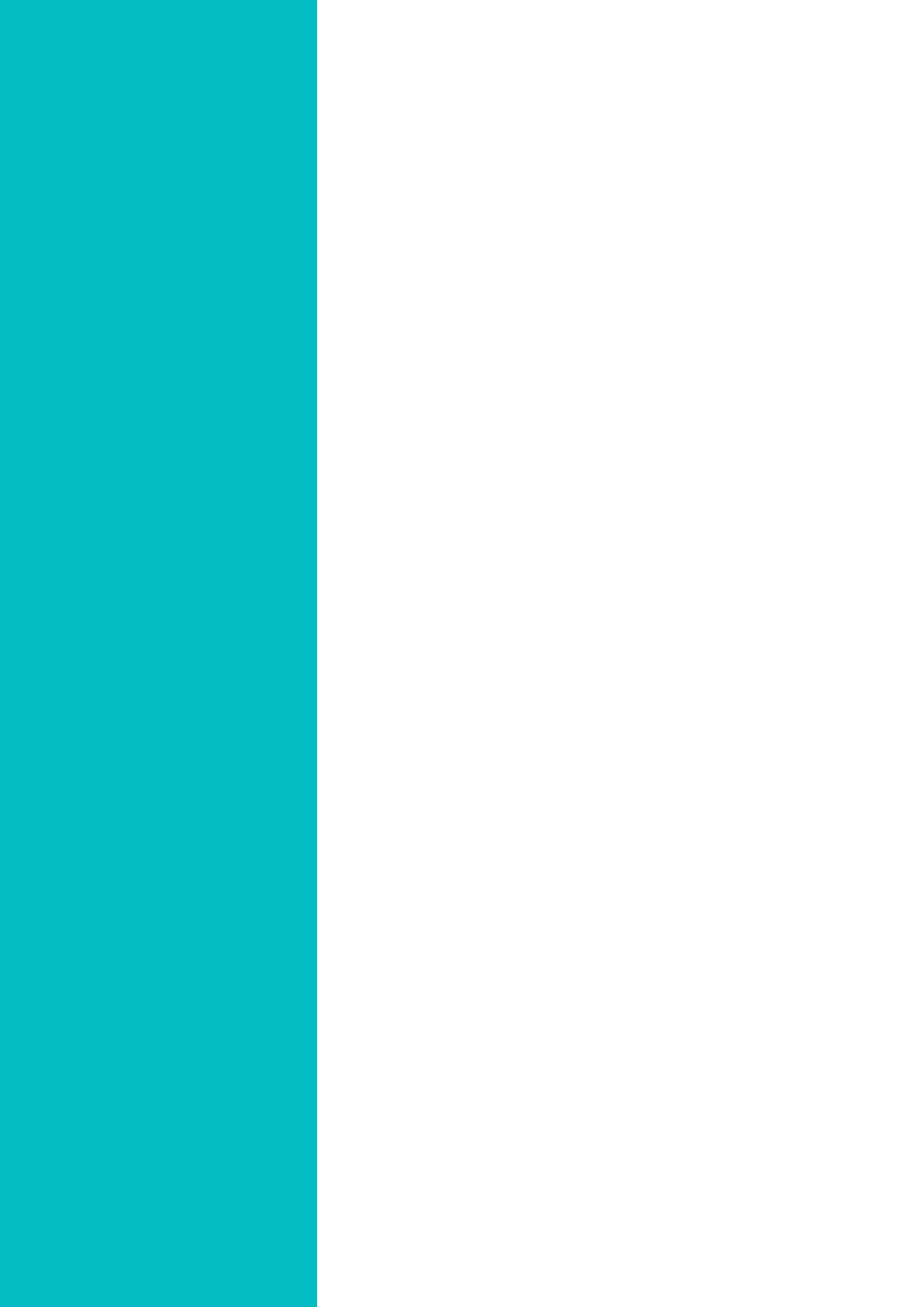
En esa larga lista de galardones destacó la Placa al Mérito en el Comercio que el Ministerio de Economía concedió a Covirán por su contribución al desarrollo económico y social de las ciudades y municipios donde tiene presencia y por su relevante proyecto de internacionalización.

Otro de sus logros en 2014 fue la distinción de la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor), que valoró el hecho de que la Cooperativa sea la primera de España con un establecimiento totalmente accesible; o el Premio a la Defensa del trabajo autónomo de Andalucía "ESANDALUCÍA", muy especial porque se tiene en cuenta la capacidad emprendedora y empresarial de la Cooperativa, así como su esfuerzo en la profesionalización de su colectivo y la apuesta por las personas.

La lista se completa con otros valiosos premios como el ISSCE, entregado en 2014, por liderar el ranking de clientes comprometidos entre las principales cadenas del sector de distribución de alimentación; el Premio Microsoft, como empresa que apuesta por la tecnología de última generación o la designación como Empresa Ability por los progresos en el capítulo de accesibilidad. Reconocimientos estos que sirven de incentivo para continuar mirando al futuro con optimismo.

PREMIOS





ECONOMÍA

El triunfo de Covirán contra viento y marea

2014 fue un año particularmente duro para el sector de la distribución y el comercio minorista. El sector retail en España mantuvo gran parte del ejercicio cifras inferiores a 2010, cuando ya la crisis navegaba en medio de la tormenta. El repunte del consumo en los últimos meses, con números discretos pero en ascenso, arroja esperanzas para 2015, un año en el que Coviran aspira a seguir creciendo, como lo ha hecho durante toda esta difícil coyuntura económica.

Ante un escenario complejo

En 2014 España perdió algo más de 358.000 habitantes. Una pérdida de población que acentuó la caída demográfica por tercer año consecutivo.

El viaje iniciado por muchos españoles e inmigrantes buscando mejores perspectivas laborales y económicas, junto al descenso de la natalidad, ha tenido un impacto directo en la composición de los hogares y en sus hábitos de consumo, un cambio que ha tocado de lleno a la distribución

de alimentos, un sector muy competitivo y maduro que ha reaccionado con bajadas de precios generalizadas.

A la ya habitual guerra de precios, se sumó la deflación materializada de forma más intensa durante el ejercicio, especialmente en la sección de frutas y verduras de los supermercados de todas las enseñas y en las marcas de fabricante, que para ganar competitividad respecto al distribuidor, bajaron también los precios.



El veto ruso

El veto de Rusia en agosto y durante un año a las importaciones de fruta, verdura, carne, pescado, leche y productos lácteos procedentes de Estados Unidos, la Unión Europea, Australia, Canadá y Noruega complicó aún más las cosas para el sector y vino a confirmar la teoría del Caos de que "el aleteo de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo". Y en España se sintió con particular intensidad.

Al cierre del ejercicio los precios de 21 de las 37 categorías pertenecientes a la alimentación presentaban deflación con respecto al ejercicio anterior, con especial incidencia en el azúcar (-17,5%), las legumbres y hortalizas frescas (-6,5%), las patatas (-12,9%) o la mantequilla (7,8%), pero también en productos como el aceite (-4%) y los huevos (-3,1%), que forman parte de la columna vertebral de la cesta de un cliente Covirán.



Datos que hablan de crecimiento

Este escenario ofrece una idea del trabajo realizado por la Cooperativa y sus Socios para seguir creciendo. En 2014 Covirán consiguió un 3% más de volumen de negocio, hasta alcanzar los 618 millones de euros y el EBITDA se incrementó en un 18,46%, situándose en 7,7 millones de euros.

Son cifras que confirman la salud de la Cooperativa, su capacidad para cumplir con los compromisos presentes y futuros y para generar recursos con los que hacer frente a nuevas inversiones.

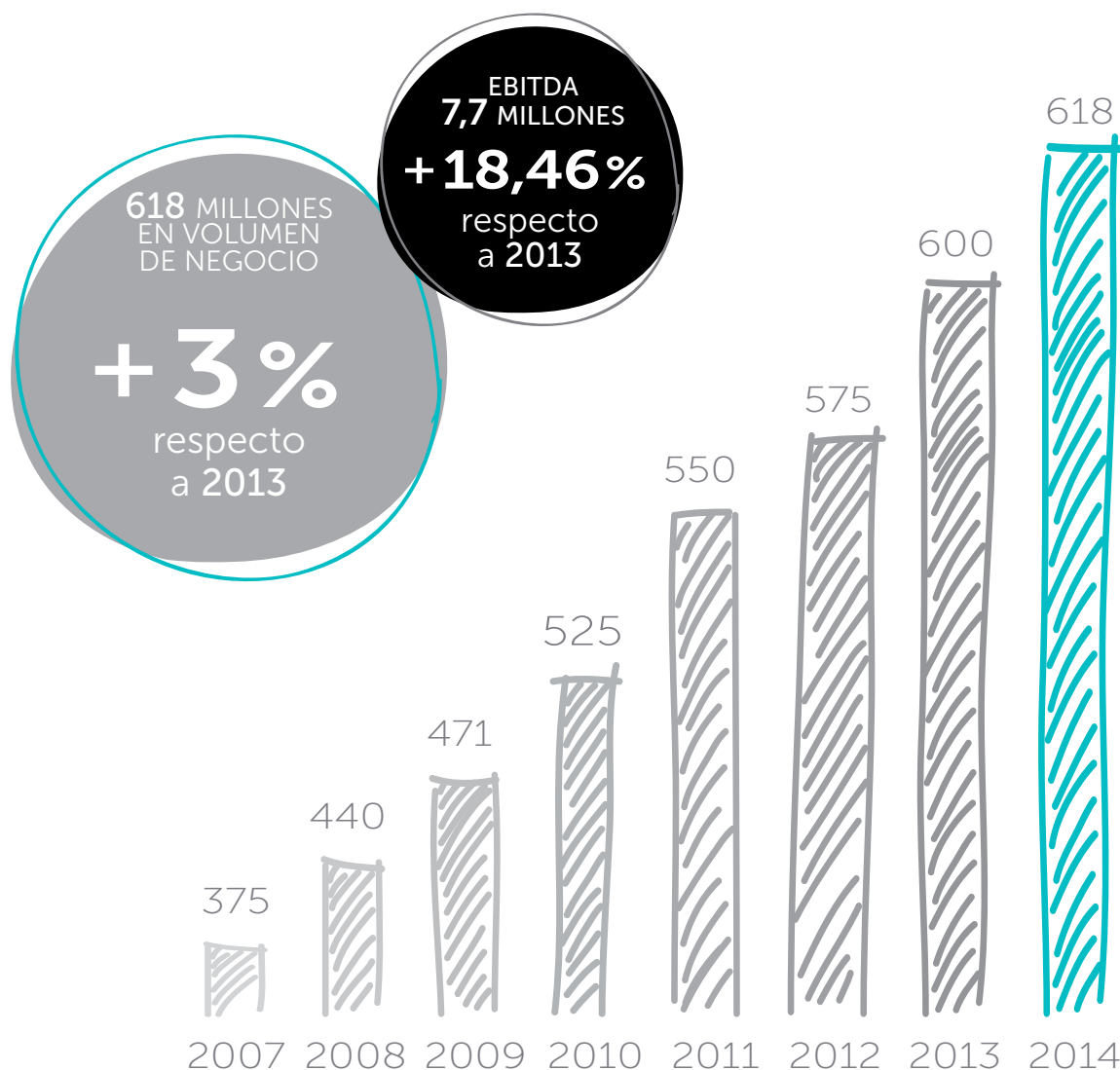
Crece, más intensamente en unidades vendidas y actividad que en valor, con los precios cuesta abajo, sólo ha sido posible "atacando todos los frentes. Hemos tenido que reforzar la eficiencia para hacer las cosas mejor,

más rápido y a menor coste".

En estos resultados han sido vitales decisiones tomadas en el ejercicio 2014 y en ejercicios anteriores, como la expansión a Portugal y la inversión en infraestructura y en tecnología para optimizar los procesos logísticos y de servicios. Con la apertura en octubre de la plataforma de Coslada, Covirán dio un paso de gigante en la configuración de su red logística,

basada en la proximidad y eficiencia.

Que en el año más duro para el sector, por la contracción del mercado y la deflación intensa, la Cooperativa arroje resultados mejores que en ejercicios anteriores, es señal inequívoca de que es un negocio que estratégicamente está funcionando.



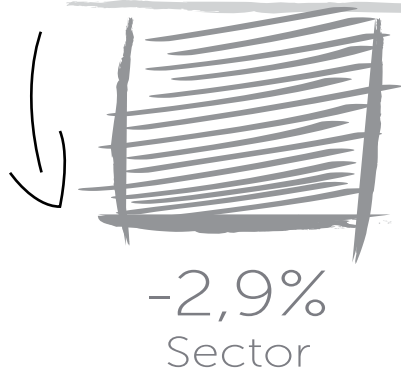
+65% EVOLUCIÓN VOLUMEN DE NEGOCIO COVIRAN PERIODO 2007-2014

El sector gran consumo parece decidido a decirle adiós a la crisis. Tras años en caída constante de ventas y en un entorno de precios a la baja el 2015 se presenta como el año de la recuperación en este ámbito. Se desprende de los datos a cierre de 2014 que el año que acabamos de cerrar es uno de los peores que se recuerdan con una caída del 2,9% en ventas y un retroceso del 1,8% en volumen respecto al año anterior. Covirán, a pesar de esta tendencia, crece.

Fuente: Kantar Worldpanel

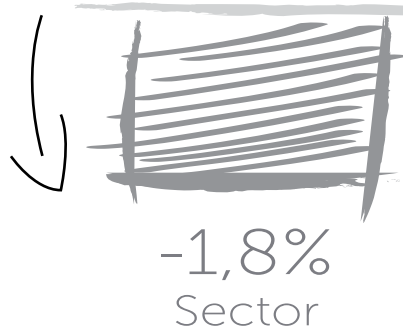
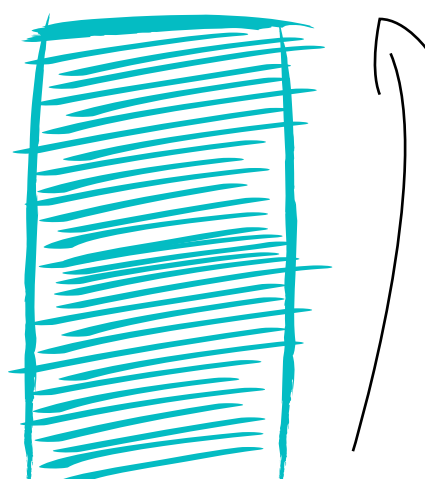
VALOR

+3,0%
Covirán



VOLUMEN

+5,0%
Covirán



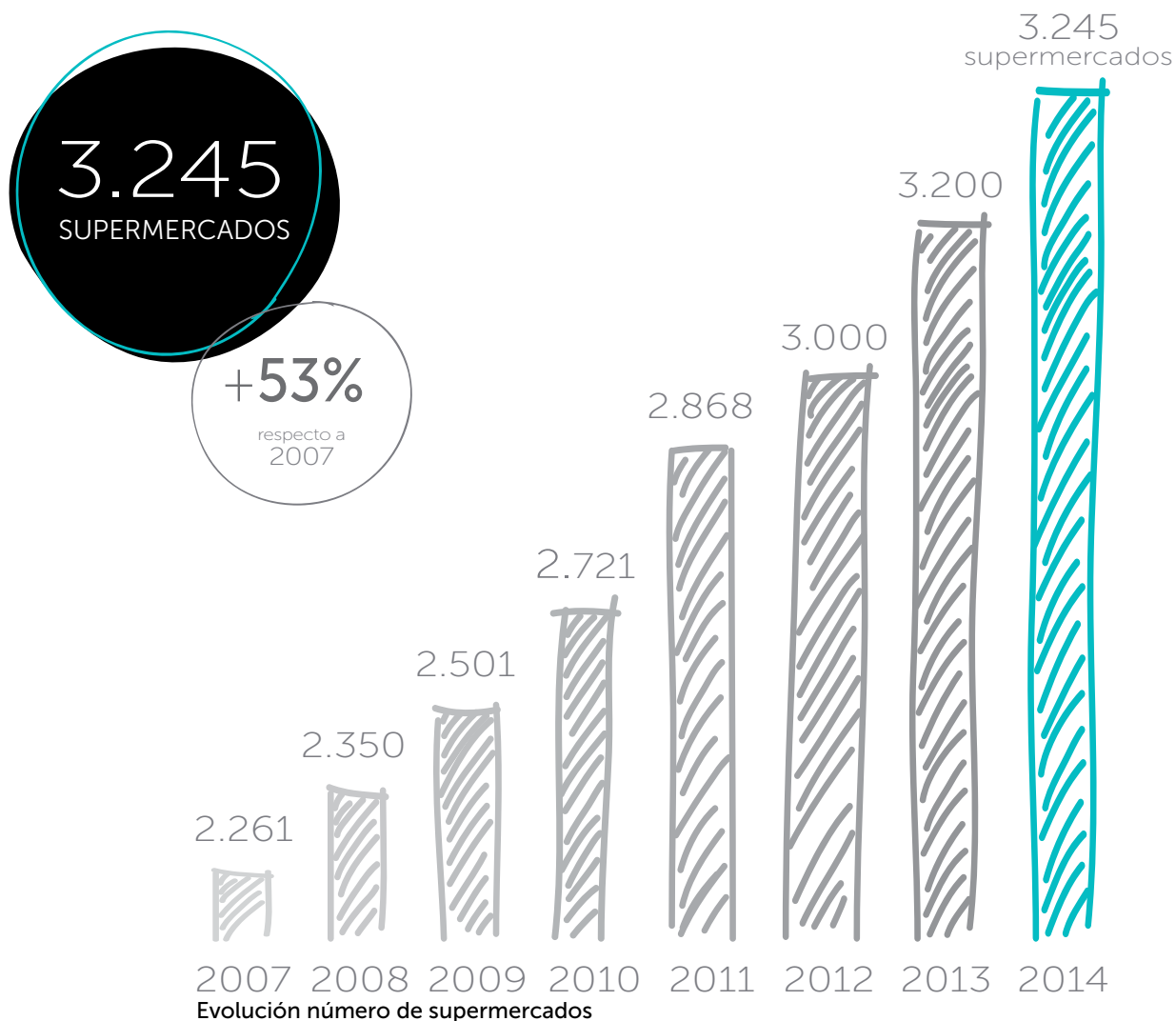
37
20

Siempre cerca del Socio y del cliente

La esencia de la economía social son las personas, gracias a cuyas aportaciones Covirán salió fortalecida de un ejercicio tan complicado para la distribución de alimentos. La enseña ya suma 3.245 supermercados, lo que la consolida como la segunda empresa del sector en España por número de establecimientos, y asciende hasta la tercera posición en el ranking de Portugal.

El capital humano de la Cooperativa lo forman sus más de 2.805 Socios, un 4% más que en 2013, que dan empleo a 14.886 personas, a nivel global de grupo. En 2014 Covirán creó 700 nuevos puestos de trabajo entre plataformas y, sobre todo, puntos de venta, un dato que confirma la capacidad de la economía social para generar empleo en un sector en el que la masa laboral tiende a congelarse o a contraerse.

Y para dar un mejor servicio al Socio y al cliente, la Cooperativa prosigue con su estrategia de fortalecer y optimizar su red logística. La apertura de la plataforma de Coslada, un proyecto en el que Covirán invirtió 5 millones de euros en 2014, es vital en este sentido. Se trata de una gran decisión operativa que permitirá un ahorro en el transporte de mercancías, facilitará la proximidad con proveedores y supermercados y servirá para acortar las distancias con el



**Premio a los
Autónomos
"Esandalucía"**

Norte de la península.

Al cierre de 2014 la Cooperativa contaba con 27 plataformas logísticas, que junto a su potente red de reparto garantiza la capilaridad a todos los supermercados de la cadena, implantados en 47 provincias y 16 comunidades autónomas, además de las ciudades de Ceuta y Melilla.

Si la red logística procura cercanía a los Socios para ofrecer un servicio más

eficiente, la red de supermercados, ubicados en muchos casos en pequeñas poblaciones y en los barrios de las ciudades, permite a Covirán estar más cerca del cliente, un concepto de proximidad que cumple con una de las máximas de la Cooperativa: llegar adonde no llega nadie. Pero además, creando cohesión social y generando economía y empleo en los territorios donde la enseña tiene implantación.

14.886

PUESTOS
DE TRABAJO

2.805

SOCIOS

+52%

respecto a
2007

2.805
socios

2.700

2.500

2.352

2.234

2.102

1.950

1.865

2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014
Evolución número de Socios

3ª

POSICIÓN EN
EL RANKING
DE PORTUGAL

Todas las distinciones son importantes pero el Premio a la Defensa del trabajo autónomo de Andalucía "ESANDALUCÍA" tiene un valor añadido porque se le concede a todos los que forman parte de esta gran empresa nacional e internacional que es Covirán. En esta ocasión se valoró la capacidad emprendedora y empresarial de la Cooperativa. El jurado de los IV galardones "ESANDALUCÍA" tuvo en cuenta que Covirán es, a día de hoy, la empresa emblemática en el sector de la distribución, con una estructura de supermercados asentada en la comunidad a través de sus Socios, que en su gran mayoría responden a la figura de autónomos.

El galardón lo recogió el presidente del Consejo Rector de Covirán, José María Urbano, de manos de la delegada de la Junta de Andalucía en Granada, Sandra García, en un acto celebrado el pasado mes de diciembre en el que estuvo presente la presidenta de la Confederación de Autónomos de Economía Social de Andalucía, (CAESA), Rosa Mª Martínez.



FUNDACIÓN COVIRAN

**La formación
es el origen**

La Fundación Covirán surge ante el deseo de la compañía de aportar valor a la sociedad donde está inserta y favorecer el conocimiento en las diferentes áreas donde se desarrolla, sin duda una apuesta decidida para contribuir a un mejor futuro con iniciativas abiertas a su conjunto.

Los sueños son la base para alcanzar cualquier propósito. La Fundación Covirán comenzó siendo eso, un anhelo. El deseo de devolver a la sociedad parte de lo que le aporta para construir un mañana mejor. Con su constitución en 2014 se hace realidad una de las grandes aspiraciones de la

La Fundación nace con la voluntad de relacionarse con la sociedad, e incidirá en la formación y el emprendimiento de colectivos con dificultades para acometer proyectos

Para cumplir esta meta, la Fundación Covirán ya estrecha lazos con instituciones relevantes en la sociedad, a través de distintos acuerdos, entre éstas, la Universidad, las Escuelas de Negocio o colectivos empresariales, como la Asociación de Jóvenes Empresarios, dado su peso en la promoción del espíritu emprendedor de uno de los colectivos más castigados por la crisis: la juventud. Esta misma línea se sigue con organizaciones que igualmente sirven de motor económico, como las fundaciones de entidades financieras o

las diputaciones provinciales, vitales en la dinamización del tejido empresarial de las provincias.

Tras sus primeros pasos en 2014, la Fundación Covirán afronta importantes retos de cara a 2015, cuando se plantea trasladar sus acciones al tejido social del ámbito de influencia de la Cooperativa. Incidirá especialmente, con este objetivo, en la formación, un pilar esencial para que la sociedad mire al futuro, pero también en el emprendimiento en colectivos con mayor dificultad en el acceso al empleo.

De forma paralela, prestará atención al conocimiento al objeto de hacerlo fluir entre distintos grupos de interés, como el consumidor, la comunidad universitaria escolares o las personas interesadas en temáticas como la salud y la alimentación.

Dada la importancia de la formación y la apuesta de Covirán por la profesionalización del colectivo y el impulso del conocimiento, no es de extrañar que su principal pilar sea la Escuela de Comercio.



Cooperativa: avanzar hacia una sociedad moderna que mire al futuro, actuando en distintos ámbitos como el emprendimiento, la transmisión de conocimiento o acciones que fomenten la integración de distintos colectivos.

Con este objetivo en el horizonte, la entidad nace con voluntad de aportar valor y relacionarse con la sociedad en general, tratando de cubrir parcelas de actuación en todos los aspectos a medio y largo plazo: formativo, social, económico, cultural, etc.

Escuela de Comercio Covirán: El inicio de un nuevo futuro

No hay mejor brújula que el conocimiento para avanzar y crecer. Una máxima compartida por Covirán, que a lo largo de su andadura ha apostado por la formación para que florecieran respuestas allá donde surgieran incógnitas. Esta herramienta de vital importancia ha cobrado una dimensión estratégica con la Escuela de Comercio en 2014.

El centro formativo apuesta por la especialización como elemento diferenciador. Con esta idea ofrece una amplia oferta formativa orientada a dar a conocer las últimas novedades del sector a los Socios como gestores de tienda y a sus empleados, que pueden así estar a la vanguardia para dar una respuesta cada vez más eficiente al consumidor

final y un servicio diferenciado que sin duda incrementa la fidelización.

Gracias al centro se ha pasado de una formación itinerante impartida a través de las aulas en cada plataforma, a otra con sede central ubicada físicamente en la plaza de la Ilusión, complementada con las aulas satélites de cada centro logístico. A esto se suma además el soporte del entorno digital para facilitar el acceso a todos. Esta estructura ha permitido ofrecer tres tipos de formación: presencial, online y mixta.

competitividad



Líneas de formación: La Escuela se consolida

La Escuela de Comercio se ha consolidado a lo largo de 2014 haciendo realidad distintos programas formativos:

PROGRAMA DE BIENVENIDA

Este programa, preceptivo para los nuevos Socios, supone una inmersión durante cinco días en Covirán para conocer de primera mano las ventajas de la unión y el cooperativismo.

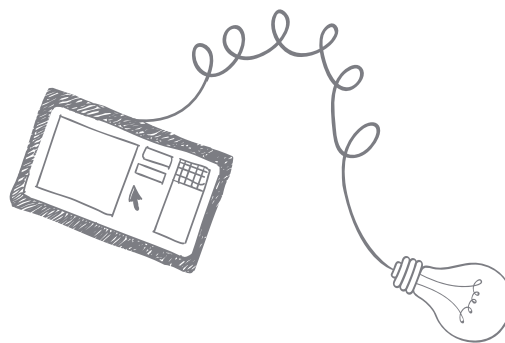
También las soluciones que le aporta la enseña que, como central de servicios, en lugar de limitarse a las compras, cubre otras necesidades orientadas a la optimización en la gestión del negocio y su rentabilidad: marketing, gestión del punto de venta, seguros o equipamientos, entre otras.

En el programa de bienvenida también se trabajan aspectos como la atención al cliente, el merchandising, soluciones en fresco, Covigés 3.0 como herramienta estratégica, el denominado protocolo de tienda y la fidelización del cliente a través del Club Familia.



Una formación para crecer más y mejor





COVIGÉS 3.0

El objetivo principal de Covigés 3.0 es mejorar la integración de los Socios dentro de la plataforma tecnológica de Covirán, proporcionándoles una herramienta que permita afrontar de manera óptima las situaciones que la venta minorista exige hoy en día, tanto a nivel funcional, con todo lo que aporta un ERP, como tecnológico, integrando soluciones multi-dispositivo (TPV, Tablets, móviles, etc...) y futuros canales online integrados. En un sector como es la distribución, complejo, dinámico y muy intensivo en el uso de la información es importantísimo contar con una plataforma de software integrada.

Covigés 3.0 está desarrollado específicamente para los Socios de Covirán agrupando en una solución única todas las funciones de la empresa. Está basado en tecnología que aúna la gestión del supermercado dentro de la cadena de suministro, y a ello se suman funciones financieras y de merchandising que permiten una gestión global con un elevado nivel de servicio al cliente final.

Ofrece numerosos avances y nuevas funcionalidades para ayudar a nuestros Socios a conseguir un mayor control sobre su negocio y le facilita la toma de decisiones inteligentes y oportunas. Y es capaz de combinar las características propias de un ERP, está diseñado para pequeñas y medianas empresas, con una experiencia de usuario sencilla e intuitiva; esta solución cuenta además con capacidad para analizar datos y emitir informes que ayudan en la toma de decisiones.

Con este importante desarrollo tecnológico, la Cooperativa cuenta con una solución potente, con una gran funcionalidad, que permitirá seguir creciendo los próximos años y afrontar proyectos como la omnicanalidad, o el despliegue de apps para dispositivos móviles, tanto para la gestión de la tienda como para el consumidor final, mejorando la orientación al cliente y la experiencia de compra.





FORMACIÓN EN NCC

Impartida a todo Socio que se incorpore al Nuevo Concepto, se ha desarrollado 'in situ' en los supermercados NCC así como bajo demanda de los Socios que han apostado por el NCC como garantía de futuro.



CURSO DE NEUROMARKETING

Su contenido ha acercado a los Socios avances en la ciencia del marketing, el nervio de la venta, con aplicaciones prácticas en el punto de venta.



E-LEARNING: LA FORMACIÓN EN UN CLICK

Tras la apertura de la escuela digital, con web propia en la dirección www.escueladecomerciocoviran.org, la distancia desaparece como obstáculo en el camino de la formación. Su variada oferta online, una clara apuesta por el aprendizaje digitalizado o e-learning, permite el acceso a distintas materias a través de internet para aquellos Socios que no pueden participar en los cursos presenciales.

La formación online incluye cursos de merchandising, manipulación de alimentos, gestión del tiempo o gestión económica, entre otras materias a las que en 2015 se unirá Nutrición.



PRÁCTICAS EN PUNTO DE VENTA

Formación a medida del Socio destinada a fortalecer aquellas áreas de trabajo del supermercado que requieran mejoras, desde atención al cliente, tecnología o comunicación.



NUEVAS EDICIONES DEL CLUB FAMILIA

Este programa de formación para la fidelización del consumidor se sustenta con la aplicación tecnológica del club familia y la tarjeta del cliente. Ya se han desarrollado 22 ediciones a las que se han sumado más de 117 alumnos.



NUEVA EDICIÓN DE PROGRAMA EXPERTO COVIRÁN (PROEXCO)

En las versiones presenciales y online, esta formación se dirige a aquellos Socios que desean profundizar en distintos aspectos de la gestión de su tienda. Los participantes presentan un proyecto final donde plasman todo lo aprendido y el ganador de cada edición recibe un premio que le ayuda a seguir creciendo profesionalmente.



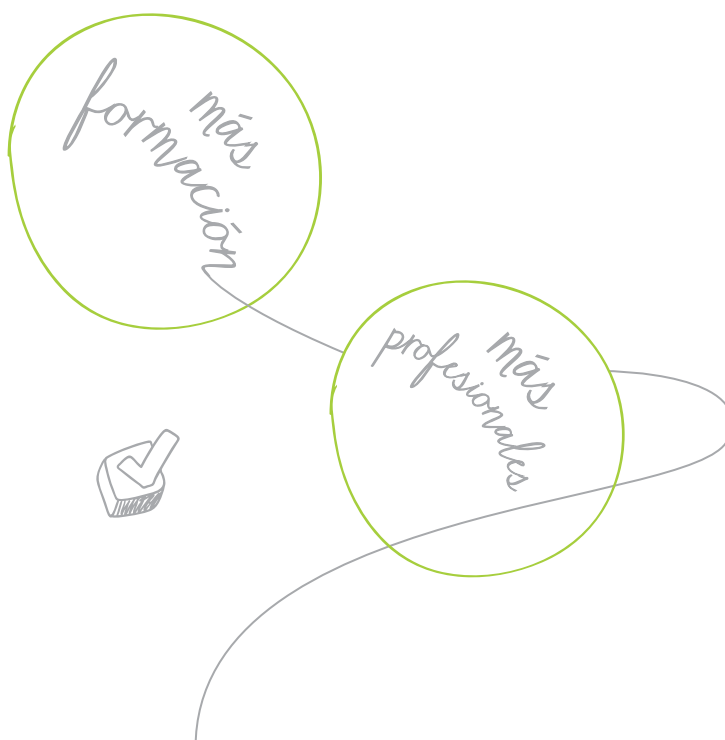
SEMINARIOS CON FABRICANTES

En 2014 se celebraron ocho en los que participaron 182 alumnos. En 2015 se proyectan más de 25. Estos talleres trabajan la gestión por categorías, gracias a la colaboración con los proveedores, que trasladan directamente al Socio sus conocimientos sobre el producto en cuestión. Y esto repercute directamente en un mejor servicio al cliente y en una mayor rentabilidad del negocio.



CURSOS DE FRUTERÍA Y PRÁCTICAS DE CARNICERÍA

El objetivo está claro: ser especialista en frescos, secciones generadoras de tráfico y fidelización en el punto de venta, incrementando su rentabilidad con una gestión profesionalizada. Las prácticas tienen lugar en el Aula Taller de la Escuela, que permite experimentar lo aprendido teóricamente sobre la materia. En 2014 un obrador se ha puesta marcha con este mismo fin.



Una Escuela acreditada que se abre a la sociedad

Acentuando el carácter general de la Fundación Covirán, la Escuela de Comercio se ha acreditado oficialmente ante la Junta de Andalucía en 2014.

Con esta documentación, el centro formativo da los pasos para abrirse a la sociedad. Con idéntico propósito, en 2014 ha protagonizado actividades

para distintos colectivos. Es el caso de las sesiones de showcooking –o cocina en directo– en su sala de usos múltiples, provista de todo el equipamiento necesario para la ocasión. En Navidad se celebró una exitosa demostración dirigida a clientes miembros del Club Familia, quienes disfrutaron de unas clases

magistrales de cocina de la mano de un reconocido chef, un plus que valoran.

De forma paralela, la escuela ha acogido conferencias sobre nutrición y hábitos de vida saludables orientados a adultos y escolares, propuestas que se conjugan con su oferta formativa.

En total, 2.757 usuarios han pasado por la Escuela de Comercio Covirán este 2014



RECONOCIMIENTO



**Certificado
Aenor**

El centro ha impartido 129 programas formativos y 19.452 horas lectivas que han permitido tanto a los Socios como a sus trabajadores estar a la última en el sector

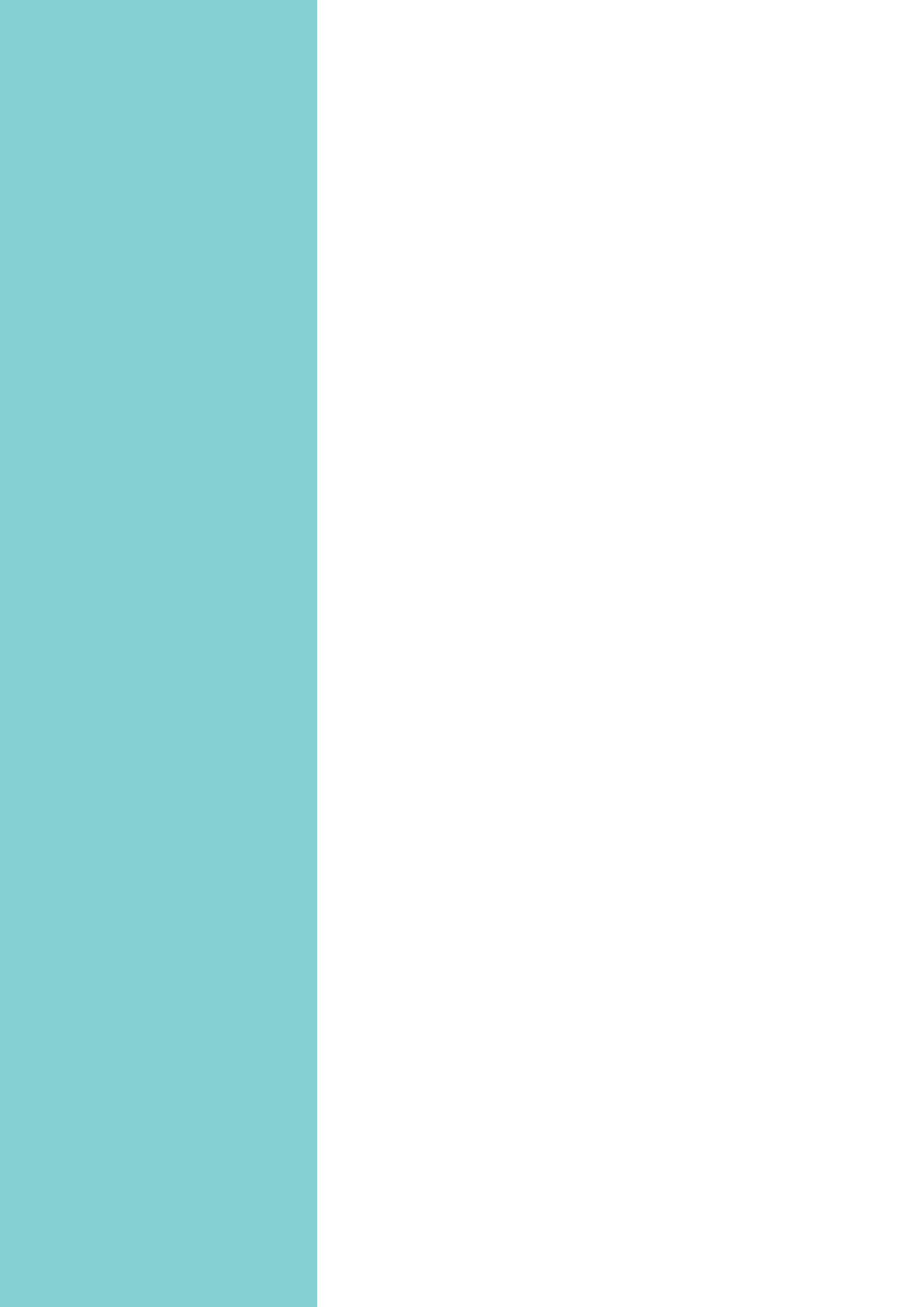
La ubicación de la Escuela de Comercio Covirán, enclavada en la plaza de la Ilusión, se ha convertido, por otra parte, en un elemento diferenciador al ofrecer a la sociedad servicios complementarios muy interesantes. Así, este mismo espacio permite combinar formación, ocio, deporte y compra diaria, ya que está dotado de restaurante, supermercado, centro deportivo, aparcamiento. Todo para hacer la vida más fácil a sus vecinos.

A estos valores añadidos se suma otro fundamental para los alumnos, la posibilidad de aprender en vivo en el departamento de I+D de la Cooperativa: el supermercado de la Ilusión. Sus instalaciones, un laboratorio de investigación continua, permiten contemplar en la práctica las modernizaciones de NCC que se explican en la teoría.



En 2014 la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor) acreditó con esta distinción, convirtiendo a la Cooperativa en la primera de España con un establecimiento totalmente accesible: Covirán la Ilusión, en Granada, inicio de un proyecto que se extenderá al resto del colectivo.

Este reconocimiento no se limita al interior del punto de venta, sino que se extiende a las instalaciones del complejo donde se alza: la Escuela de Comercio, el restaurante, las zonas deportivas y los aparcamientos del entorno.



El factor humano

A medida que Covirán crece por toda la Península Ibérica, la importancia de tener una estructura fuerte, ágil y en constante evolución va cobrando más protagonismo. En la Cooperativa se necesita contar con un equipo formado, capaz de reaccionar a gran velocidad en tiempos de adaptación continua, y con la suficiente capilaridad como para tener controlados todos los engranajes de la ya multinacional compañía. Este equipo, la plantilla de Covirán es una de las más importantes fortalezas de la compañía, elemento diferenciador que, con una cualificación incrementada de forma anual, ofrece servicios y recursos necesarios y valorados por y para los Socios.



En 2014 se alcanzó a nivel de grupo la cifra de 14.886 empleados en Covirán pertenecientes al colectivo, un 6% más que en 2014. Más del 92% de los contratos directos de la Cooperativa son indefinidos, y la tendencia se dirige a incrementar esa cifra y asentarla como política particular de la empresa, como seña de empleo estable y de calidad, que permita a Covirán liderar el sector.

personas



Formación y promoción del personal

No basta con tener un equipo consolidado y creciente, tiene que ser un equipo bien formado. La formación interna, una herramienta que siempre ha cimentado los buenos resultados de la Cooperativa, ha crecido en 2014 más de un 47%, multiplicando por seis lo que las empresas convencionales destinan a este apartado a través de la Fundación Tripartita.

•**El apoyo necesario.** En particular, siendo un año duro para la competitividad laboral, en Covirán se ha reforzado la preparación de los colectivos que forman parte de la plantilla y que necesitan más apoyo: personas con formación insuficiente, mayores de 45 años que precisan reciclaje profesional, trabajadores con capacidades diversas, etc.

•**Idiomas que acercan.** Y dentro de la estrategia ibérica de la compañía, en 2014 ha sido importante una inversión especial en formación de idiomas, tanto de portugués como de español, dado que en ambos países la Cooperativa está escalando puestos en el mercado y la relación entre los trabajadores de ambos lados fomenta una fortaleza común y estructural.

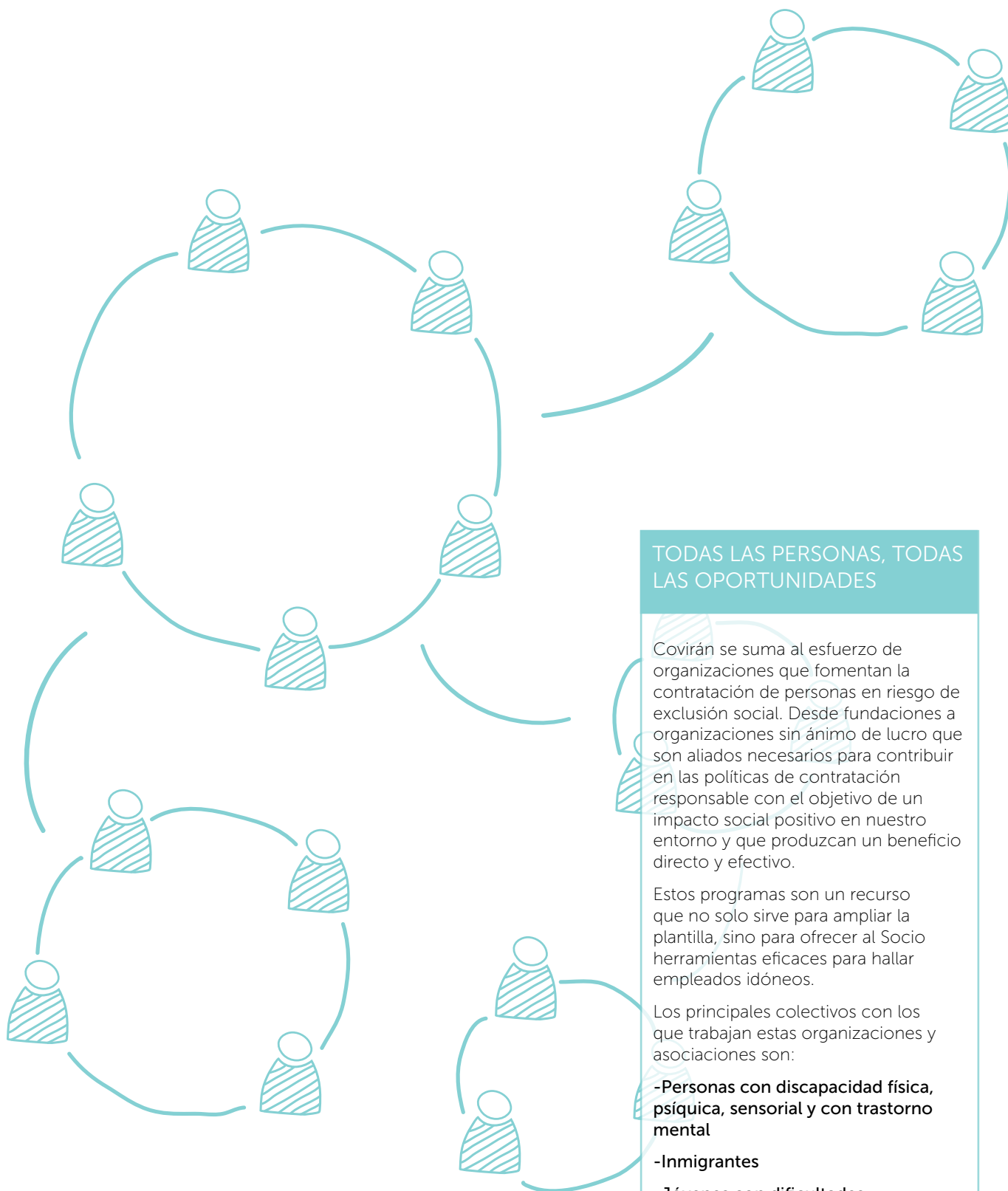
Covirán ha vuelto a insistir en 2014 en la formación como uno de los faros fundamentales para operar en un escenario incierto, invirtiendo importantes recursos en ello.



Política de contratación

Las cifras de contratación y ampliación de plantilla de 2014 vienen justificadas por la apertura de la nueva plataforma de Coslada y por la contratación llevada a cabo por los Socios de la Cooperativa en los puntos de venta incorporados en 2014. Contratar personal es uno de los procesos capitales de la gestión de una empresa de estas dimensiones, y hay que cuidar cada paso y cada detalle. Covirán sigue contando dentro de sus políticas de contratación con la colaboración de otras entidades y asociaciones cuyos programas son un complemento perfecto para afinar en

la búsqueda de perfiles profesionales. Además, añaden un plus de responsabilidad social a la compañía. Covirán fomenta una política de contratación abierta y solidaria con programas integradores de personas en riesgo de exclusión, garantizando la ausencia de cualquier tipo de discriminación por razón de sexo en los procesos de selección. En 2014 Covirán ha batido el récord de procesos abiertos de selección de su historia, llegando a los 330 expedientes de contratación, sumando los refuerzos puntuales en temporadas de máximo rendimiento.



TODAS LAS PERSONAS, TODAS LAS OPORTUNIDADES

Covirán se suma al esfuerzo de organizaciones que fomentan la contratación de personas en riesgo de exclusión social. Desde fundaciones a organizaciones sin ánimo de lucro que son aliados necesarios para contribuir en las políticas de contratación responsable con el objetivo de un impacto social positivo en nuestro entorno y que produzcan un beneficio directo y efectivo.

Estos programas son un recurso que no solo sirve para ampliar la plantilla, sino para ofrecer al Socio herramientas eficaces para hallar empleados idóneos.

Los principales colectivos con los que trabajan estas organizaciones y asociaciones son:

- Personas con discapacidad física, psíquica, sensorial y con trastorno mental**
- Inmigrantes**
- Jóvenes con dificultades**
- Mujeres víctimas de violencia doméstica**
- Parados de larga duración**
- Mayores de 45 años**

La promoción interna se ha multiplicado este año por cuatro, gracias también a la movilidad que se ha producido a partir de la nueva plataforma de Coslada. Ha sido precisa la instrumentalización de un sistema especial en el que todas las plataformas estaban en comunicación directa, informando de forma accesible a toda la plantilla sobre los procesos abiertos por la Cooperativa en toda la Península, y así poder presentarse a ellos sometiéndose a las mismas pruebas que cualquier candidato externo. Este sistema ayuda a impulsar la profesionalización y la especialización dentro de Covirán.



Una estructura comunicativa y social

En esa misma línea, otra de las prioridades en materia laboral para el año 2014 ha sido la creación de sistemas de comunicación interna que articulan las capas y las estructuras de toda la Cooperativa para facilitar gestiones y agilizar procesos.

•**Bidireccional.** El nuevo portal laboral, lanzado en 2014, posibilita que el trabajador tenga más información sobre su situación particular con la empresa (vacaciones, nóminas, días libres, bajas, etc.) y también que el mismo empleado pueda informar sobre cualquier novedad que le atañe y que la empresa necesite conocer (cursos que ha hecho para añadir a su expediente, cambios en su situación o estado civil, cambios de domicilio o de datos personales, etc). De esta forma, las modificaciones y las consultas no dependen de terceros. Este portal seguirá ampliando sus funciones, mejorando con más autonomía, más rapidez y menos margen de error.

•**Cara a cara.** No obstante, a pesar de la digitalización de muchas de las gestiones, para Covirán sigue siendo importante el contacto directo. En 2014 se han intensificado las reuniones interdepartamentales para compartir resultados, objetivos, ideas y proyectos.

•**Representación colectiva.** La representación sindical sigue creciendo en Covirán, muy por encima de la media en el sector. Aunque exista un comité intercentros, que gestiona todas las cuestiones sociales y laborales, la designación de representantes sindicales facilita la comunicación de demandas y necesidades, en particular en las materias locales que afectan a un ámbito geográfico concreto.

•**Conciliación y políticas sociales.** Este 2014, con respecto a 2013, se ha multiplicado por tres el número de personas que han pedido reducción de jornada por cuidado de hijos en Covirán. Y la Cooperativa ha aceptado el 100% de esas



solicitudes con el horario que el propio empleado sugería. La compañía sigue ejerciendo con orgullo una política de recursos humanos social y actual.

•**Las ventajas de pertenecer a Covirán.** A nivel estatal, Covirán sigue llegando a acuerdos con empresas que aporten beneficios sociales a nuestros trabajadores (ópticas, clínicas dentales, entidades bancarias, ocio, deporte), ofreciendo descuentos o facilidades en necesidades cotidianas, que ayudan a la economía familiar de los miembros del colectivo.

•**Fondo Social.** Herramienta de ayuda económica puntual, bajo el formato de préstamos personales de índole social, a trabajadores en activo y que se encuentren en una situación de dificultad económica sobrevenida y anómala. Su uso está subordinado a la ética que lo justifica.



Distinguida por su gestión en prevención

La labor de Covirán en materia de seguridad y salud laboral ha sido reconocida en la II edición de los Premios Asepeyo en el apartado relacionado con las mejores prácticas preventivas. La Cooperativa de supermercados es consciente de que la mejor actuación frente a los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales es la prevención en riesgos laborales. El proyecto presentado por La Fundación Covirán se llamó "Sistema de gestión preventiva en PYMES bajo la dirección de un servicio de prevención mancomunado", y quedó finalista de la categoría de gestión de la prevención que promueve la Mutua.



El apoyo a los Socios

La dimensión de la Cooperativa aumenta cada año. Covirán está en continuo movimiento, nuevas metas, nuevos proyectos y nuevos mercados surgen en sus planes, pero sin embargo, hay algo que permanece invariable: la vocación de la Cooperativa de ofrecer a sus Socios las mejores herramientas y los mejores servicios para hacer más competitivos sus negocios, una máxima que se cumple también en 2014.

De los datos a la información

El área de marketing de Covirán sigue manteniendo activas sus líneas de investigación para anticiparse a los movimientos económicos y sectoriales.

Gracias a sus numerosos estudios de mercado los Socios pueden poner en práctica acciones o inversiones, con la tranquilidad que garantiza tener el apoyo de un gran grupo detrás de su mostrador. Así, cada uno de los establecimientos de la Cooperativa puede responder a la

gran pregunta de cualquier detallista: ¿Qué espera el cliente de su tienda?

Con las herramientas necesarias se analizan las condiciones del sector, el ámbito del supermercado y el perfil de los clientes potenciales, para comprobar si la rentabilidad del supermercado es la óptima y, en caso contrario, poder aplicar tácticas que incrementen los beneficios.

EN UN PLUS

¡CORRE, BUSCA QUE SE ACABA EL TIEMPO!

Supermercados COVIRAN

13,95€
2,79 €/L
Aceite oliva virgen extra
COVIRAN 5 L

4,99€
8,16 €/dosis
Detergente WIPP gel azul
32 dosis o azul polvo 31 dosis

0,39€
1,18 €/L
Cerveza SAN MIGUEL
sin 0,0% original, limón o
manzana lata 33 cl

2,99€
9,58 €/kg
Atún ISABEL aceite vegetal
52 g pack 5 + 1 u. GRATIS

ISABEL
Atún en aceite vegetal
5 latas + 1 GRATIS!

me gustan
Las ofertas de OTOÑO

Promoción válida del 7 al 18 de octubre de 2014
901 116 995 - www.coviran.es

Estudios de ida y vuelta

Desde Covirán se realizan estudios de mercado de forma bidireccional, es decir, hacia dentro y hacia fuera de la compañía. Por un lado, se trabaja sobre el conocimiento interno y propio de las necesidades de los Socios, y por otro se mantiene una investigación abierta sobre el mercado en el que la Cooperativa se encuentra, valorando oportunidades y riesgos, para hallar las vetas de expansión más adecuadas.

rentabilidad



DESDE DENTRO...

Comportamientos: Investigación de campo. Las diferentes tipologías de supermercados que forman parte de la enseña Covirán, incluso compartiendo formatos y áreas de influencia, atienden a clientes con comportamientos totalmente distintos. Es uno de los grandes descubrimientos del año 2014, que en un futuro cercano influirá en el diseño de surtidos y campañas. Tras una época en la que el metraje del establecimiento ha sido valorado como un factor decisivo a la hora de fidelizar a la clientela, el año pasado arrancó una fase en la que las misiones de compra serán el punto clave. Así es como Covirán vuelve a adelantarse a los hechos y a las tendencias que llegarán en próximos años.

¿Qué son las misiones de compra?

La pregunta clave que permitirá al Socio adaptarse a su entorno sea cual sea el cambio de escenario se centra en el cliente final: ¿Para qué utilizan mis clientes este supermercado? ¿Para una compra de rutina, de despensa, de olvido, de vuelta a casa, de camino al trabajo? Estos perfiles corresponden a las distintas misiones de compra, y una vez analizados ayudan a establecer clusters o agrupaciones de tiendas especializadas y pensadas para responder a las expectativas del consumidor.

Aquí la innovación también juega un papel importante. En el supermercado de la Ilusión (Granada) ya hay operativo un encuestador automático que recoge datos sobre, por ejemplo, el uso de los folletos en relación a las misiones de compra, adaptando la estrategia en esta materia a los resultados obtenidos.



...Y HACIA FUERA

Mientras se estudian todos los aspectos posibles, presentes y futuros, de la realidad de Covirán a todos los niveles, la Cooperativa también sigue explorando el mercado y buscando nuevos lugares donde asentarse fuera de zonas saturadas, donde existan detallistas y supermercados independientes necesitados de una solución como la que ofrece Covirán.

Sobre la situación económica y del sector, los análisis de la compañía se pueden resumir en estas claves:



De la información a la acción: marketing y micromarketing

En los últimos años Covirán se ha convertido en una referencia en el sector por sus estrategias de marketing y de micromarketing, por trazar líneas de acción adaptadas a cada caso o transversales, con una capacidad de adaptación al escenario sin comparación. Cuando una campaña funciona, se mantiene; cuando se halla una oportunidad, se aprovecha; y cuando se abre una nueva puerta, se estudia. Estas son las campañas más significativas emprendidas en 2014, algunas convertidas ya en un hábito que el cliente agradece y espera, otras creadas para sorprender y responder a las expectativas de los seguidores de Covirán.

Trade Marketing

Con una intención atrayente, la promoción de productos no habituales en establecimientos Covirán consigue seducir a nuevos públicos previamente estudiados y segmentados.



MUNDIAL DE FÚTBOL

'Un mundial de regalos', generando venta cruzada entre Socios y clientes finales.

Kit del Mundial, en Portugal, para adaptar las líneas de acción en todos los territorios.

'Damos la lata con España', con la idea de vivir la experiencia apasionada del fútbol.



Fidelización

Definido el público más común de Covirán –y a pesar de su heterogeneidad–, queda claro que las campañas de marketing más importantes, más aprovechadas y mejor valoradas por los usuarios de la Cooperativa son las dirigidas a fidelizar a los clientes.



Grandes colaboraciones

En 2014 se ha vuelto a apostar por grandes campañas que generan tráfico, incrementan la fidelidad y propician nuevas experiencias.

La segunda edición del carro de Ideal resultó todo un éxito así como la venta combinada de Lotería de Navidad en colaboración con la Bruixa D'Or. Lo que en principio es una iniciativa de imagen y tráfico, cuyo beneficio es indirecto, ha generado beneficio directo en 2014 ya que, por segundo año, algunos de sus números resultaron premiados.



Básicos

En 2014 se ha iniciado una línea de grandes campañas de marketing cruzando las promociones propias de Coviran con un beneficio para el consumo o adquisición de otros bienes básicos ajenos al negocio detallista o al supermercado. La colaboración con BP, consiguiendo que los clientes pudieran cruzar sus descuentos, ha ofrecido muy buenos resultados, con 559 Socios implicados.



De nuevo ha sido un éxito, y su línea de crecimiento se va a mantener. 2014 terminó con 370.000 hogares fidelizados por su Covirán de referencia, con 2.880.000€ de descuento distribuidos entre descuentos y cheques regalo, y 2.200 premios de primeras marcas. Los consumidores que utilizan los cheques regalo son los más valiosos para los Socios, midiendo su fidelidad y su consumo.



Marketing relacional

En 2014 se han realizado 170 acciones de marketing relacional especializadas para Socios. Desde la Cooperativa se apoya a los comercios que quieren celebrar fiestas locales, festivales importantes, fechas señaladas, se realizan acciones a medida de cada Socio que quiera compartir con sus clientes un momento especial o promover actividades con colectivos cercanos, todo está listo para conquistar al cliente.



La versión portuguesa

Las campañas de marketing realizadas en Portugal no solo requieren de una adaptación a la realidad económica y social del país vecino para ser más efectivas. También cambia levemente la normativa, lo suficiente como para tener que revisar mecánicas, productos y estilos. Por otro lado, por los usos y costumbres de los usuarios portugueses, requieren de una adaptación permanente a este mercado, que se alcanza con la cooperación y el trabajo conjunto Socio-Cooperativa.

Más herramientas para crecer, más servicios

La opinión que importa

La encuesta de satisfacción que Covirán emprende sobre los propios Socios con una periodicidad bianual también arroja datos interesantes. Las prioridades han cambiado, y la Cooperativa ha puesto estos indicadores en el punto de mira para 2015. Se mantiene una aprobación con una nota media por encima de los siete puntos (7,4), una elevada nota en la posible recomendación para que otros Socios en potencia se unan a la Cooperativa (8,1) y puntuaciones

que están entre los 7 y los 10 puntos para 13 de los 14 servicios generales incluidos en la encuesta.



La evolución del CASC

El Centro de Atención al Socio de Covirán sigue evolucionando y aportando soluciones. En 2014 se mejoraron los tiempos de respuesta, superándose las 200.000 llamadas, cifra muy superior que en años anteriores como parte de la política de escucha activa de la compañía.

**Helpdesk,
asistencia
tecnológica
en remoto**

En 2014 ha sido especialmente protagonista el servicio de Helpdesk ofrecido por el CASC. Por vía telefónica, los Socios que ya cuentan con Covigés 3.0 pueden llamar para solventar sus dudas sobre la configuración o el manejo de este programa.

Covirán mantiene abierta una línea 900 y un correo electrónico para ofrecer un servicio 10 a los usuarios de Covigés 3.0.

Subvenciones, un servicio de ayuda

Buena parte de la evolución de los Socios de Covirán pasa por modernizar sus instalaciones, implementar recursos o invertir en la categoría de su negocio. Y acceder a subvenciones para poder emprender esos proyectos supone una ardua tarea llena de dudas y condiciones. Por ello, desde la propia Cooperativa se impulsa un servicio de cooperación, asesoramiento y gestión de ayudas para el comercio dedicado a todos los integrantes de la Cooperativa, sea cual sea su tamaño y su objetivo. Este servicio supone incluso un gran atractivo a la hora de captar nuevos Socios que quieran progresar al ritmo que Covirán desea para ellos. Los expertos de la compañía se encargan de responder a las siguientes preguntas:

¿A qué subvenciones puedo optar?

¿En qué porcentaje?

¿Qué ayudas existen en mi comunidad autónoma, en mi provincia?

¿Cuáles son viables desde fondos europeos?

¿Qué requisitos debo cumplir para ello?

En cifras, en 2014 se ha mantenido el crecimiento de los porcentajes subvencionados para los distintos proyectos. Las ayudas conseguidas han supuesto una tercera parte del capital que los Socios solicitantes necesitaban. Covirán asesora directamente a las solicitudes con más opciones de recibir esos fondos, y la tasa de éxito de 2014 ha superado el 80%. La nueva línea de negocios Covirán 10 ha significado

un éxito para con algunas ayudas dirigidas a la innovación empresarial. Y con respecto a la evolución hacia el Nuevo Concepto Covirán, el 100% de las solicitudes presentadas han sido concedidas. Andalucía, Aragón, Castilla la Mancha, Cantabria, Extremadura, Galicia, País Vasco y la Comunidad Valenciana son las comunidades donde se han coordinado estas gestiones.

Centro de equipamientos: un servicio integral

El centro de equipamientos de Covirán ofrece un servicio integral al Socio que cubre de forma competitiva el total de elementos que requiere un punto de venta para funcionar de forma óptima: desde lo más visible como el mobiliario (equipo de frío, estanterías, balanzas, etc.) hasta cuestiones que pasan desapercibidas, como el papel de traza que utilizará como envoltorio, todo está planificado para facilitar al Socio la gestión de su negocio.

Esta asistencia integral, que incluye incluso servicios intangibles como las recargas telefónicas, proporciona un completo catálogo de equipamiento para atender las necesidades de los socios.

La enseña trabaja anualmente sobre un catálogo definido, pero también dependiendo de la estacionalidad se profundiza en determinadas campañas: de frío, mobiliario específico e incluso acciones puntuales orientadas a incrementar las ventas en Navidad

Apoyo continuo

Siempre, bien acompañados. El equipo de ventas, desde el momento que un detallista quiere conocer el proyecto Covirán, se incorpora al mismo y en los diferentes momentos de su trayectoria en la cooperativa, se realiza una labor de acompañamiento y asesoramiento permanente a los Socios, algo que aporta un valor diferenciador respecto a la competencia y transmite esa cercanía y apuesta por las personas que Covirán promueve.

Los gestores de punto de venta se convierten en el nexo de unión entre la Cooperativa y el Socio, realizando un acompañamiento integral al asociado y velando por llevar al punto de venta toda la estrategia que la Cooperativa desarrolla para que el Socio sea competitivo y obtenga los mejores resultados posibles: desde el llenado inicial de productos, hasta el mobiliario más acorde, pasando por acciones puntuales para repuntar las ventas en aquellos momentos en que sea necesario, todo importa a la hora de que un socio esté satisfecho.

Su máxima, al igual que la de Covirán, es ayudar al Socio a crecer.

Hace ya cinco años que nació el Nuevo Concepto Covirán, en el que la innovación se convierte en clave para potenciar la rentabilidad, homogeneidad y verticalidad de los supermercados. En 2014 el NCC se expandió a todas las plataformas de España de la Cooperativa, a excepción de Coslada, al ser la última en inaugurarse.

vanguardia



La (R)evolución del NCC

Contar con una tienda referente de NCC facilita la fase de modernización de los puntos de ventas, ya que los socios pueden conocer de primera mano sus ventajas sin necesidad de desplazarse.

Actualmente se trabaja en la continua evolución del modelo, que entiende la tienda como un ente vivo. Es la única forma de no quedarse atrás si se desea un supermercado de cercanía puntero a nivel tecnológico y visual. De ahí que tras pilotar el NCC en la plaza de la Ilusión se continúe investigando continuamente para mejorar el modelo. La intención no es otra que incrementar su eficiencia, reduciendo costes para los Socios.



Innovación NCC

Eficiencia energética
para ahorrar costes

Al tiempo que se trabaja la sostenibilidad. Con este propósito se ha apostado por mejoras como las puertas en el mobiliario de frío negativo o la implementación de tecnología Led en las luminarias.

a) Puertas en los equipos de frío positivo y negativo, es decir, en neveras y congeladores. Este cambio permite un ahorro considerable al no dejar escapar la refrigeración. La comparativa del supermercado de La Ilusión revela que el ahorro energético alcanza un 40% con este modelo.

b) Luces Led. Aunque su inversión inicial es mayor si se compara con el tubo fluorescente, este coste adicional pronto se amortiza por su mayor duración, así como por el ahorro energético que conlleva.



Mayor representatividad
del responsable de tienda

La accesibilidad se ha consolidado con elemento diferenciador en la estrategia de responsabilidad social en Covirán. Tras la acreditación de la Plaza de la Ilusión, como el primer supermercado certificado en Accesibilidad Universal por AENOR, y los resultados obtenidos, comienza la etapa de incorporar este valor al resto de supermercados y serán los ejecutados bajo el Nuevo Concepto los primeros en incorporar los elementos y características que permitan ofrecer a los clientes un negocio donde todas las personas puedan realizar la compra con comodidad.

Accesibilidad

El punto de información, denominado "Te Ayudo", gana presencia dentro de la tienda situándose en la entrada del establecimiento, lugar que ocupará el responsable del supermercado, acercándose de esta manera al cliente y escuchando sus necesidades de primera mano.

Ambientación volcada en la experiencia de compra

Si bien el NCC se inició con representaciones de imágenes de los productos en las distintas secciones, en la actualidad se reflejan momentos de consumo, fomentando una percepción plena del cliente, que recibe los estímulos en su contexto.

Mobiliario de frío en negro

Los frigoríficos desaparecen prácticamente del campo visual para resaltar el producto, que se convierte, de este modo, en el protagonista.



Los elementos que conforman la sala de ventas, desde paredes a los pilares, se transforman en elementos de comunicación que transmiten mensajes de frescura del producto, salud y bienestar.

Otra forma de comunicar

Con mobiliario a modo de librería se recrean ambientes diferenciados para la bodega o la panadería, que se diseñan con imágenes de momentos de consumo. De esta forma la percepción del cliente cambia en función del entorno. Esta innovación no supone una inversión mayor para el Socio, pero sí consigue óptimos resultados.

Creación de nuevos universos

Los frescos como carta de presentación

El NCC sigue apostando por dar la bienvenida a la tienda con las secciones de frescos, cuya representación es del 50% en sala de ventas, el resto corresponde a productos secos.

El NCC: el camino hacia la modernización y la profesionalización

Muchos de los Socios apuestan por trasladar el NCC a sus establecimientos. Mientras que un porcentaje remodela por completo su supermercado para incorporar todas las innovaciones, el grueso de los Socios opta por realizar por fases las mejoras para lograr progresivamente la completa modernización del punto de venta.

Además, muchos establecimientos han abordado proyectos de renovación y modernización de sus establecimientos que, sin llegar a ser NCC, se acercan a la imagen moderna que la Cooperativa viene reforzando en los últimos años.





La Cooperativa cuenta con 150 establecimientos operando con el Nuevo Concepto. Las aperturas bajo este modelo son prácticamente semanales. De hecho, en 2014 se hicieron realidad 30 proyectos de NCC y otros 55 recibieron luz verde para implantarse este año.

Una de las grandes ventajas del Nuevo Concepto se centra en la excelente cualificación de los Socios y empleados del establecimiento, sinónimo del buen servicio y satisfacción de cara al cliente. Precisamente con este propósito se ofrece una formación a medida para los Socios que se incorporan a este formato durante una semana que les permite repasar todos los ámbitos del negocio, desde cómo atender a un cliente insatisfecho a analizar la cuenta de explotación.

La mayoría de los Socios que moderniza su establecimiento a través del NCC recalca, posteriormente, la importancia del aprendizaje que recibe, coincidiendo en que esto les permite reciclar los conocimientos adquiridos gracias a su dilatada experiencia. De hecho, un elevado porcentaje reclama más acciones formativas, una vez finalizada esta semana de preparación.

Apuesta por las TIC

Covigés 3.0: la integración de Covirán y el Socio

Cada época requiere respuestas tecnológicas acordes a sus necesidades que, además, permitan hacer frente a los retos del mañana sin riesgo de desfase. Esta convicción llevó a Covirán a apostar por el software Covigés 3.0, que sienta las bases para afrontar los desafíos presentes y futuros en la gestión integral de los supermercados. Así, aunque en la actualidad las ventas online en el sector de la alimentación no representan un 20% del total, cuando se quiera abordar este proyecto, la Cooperativa habrá edificado los cimientos para que los Socios tengan a su alcance esta posibilidad, entre otras muchas ventajas que ofrecen la nueva versión del mencionado software.

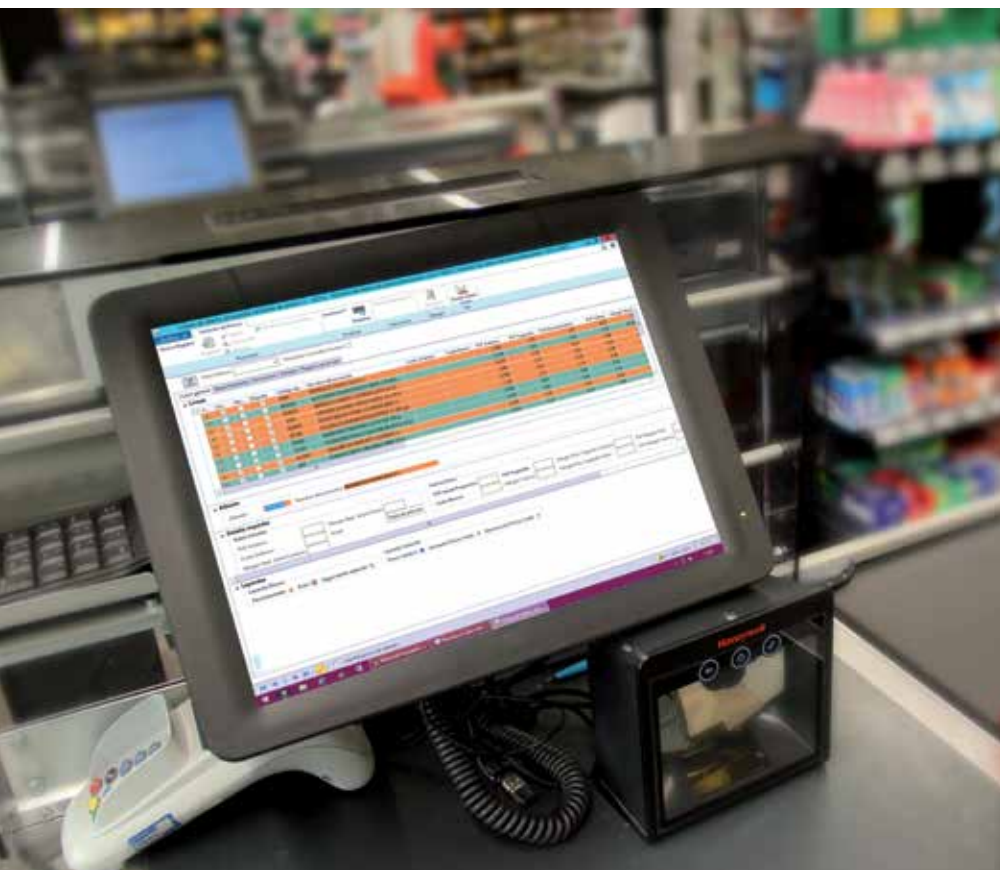
La ampliación de sus funciones de la nueva versión cubrirá las necesidades

de gestión más allá de las de TPV, con este software sin limitaciones a la hora de incorporar avances en el punto de venta, ya que abarca todos los ámbitos de gestión desde el aprovisionamiento automático a la contabilidad.

Para el desarrollo de Covigés 3.0 se apostó por Microsoft Dynamics AX por un sencillo motivo: su ERP ya gestionaba las plataformas de la Cooperativa. Con su implantación el Socio se integra definitivamente en Covirán a nivel de sistema y viceversa. Compartir el mismo entorno en tiempo real supone una gran ventaja. En años venideros permitirá trabajar apps para el Socio y sus clientes, desarrollar la actual herramienta de fidelización o la venta online, entre otras posibilidades.

La Cooperativa se marca como objetivo para 2015 que el nuevo sistema se implante en la mayoría de sus establecimientos. Se trabaja, en esta línea, para la migración a 3.0 de más de 1.500 socios a los que se suman las nuevas incorporaciones alcanzadas en 2014.

De momento, 340 puntos de venta operan con el nuevo software. La idea es incorporarlo paulatinamente por plataformas. Con esta intención se desarrolló un proyecto piloto en Córdoba y posteriormente otro en Málaga. El objetivo es llegar a todas las plataformas en 2015.



¿Qué es un ERP?

Este acrónimo, derivado de las siglas en inglés de enterprise resource planning, o lo que es lo mismo, sistemas de planificación de recursos empresariales, comprende un grupo de módulos conectados a una base de datos única. Se trata, en líneas generales, de un software que permite la administración de todos los ejes operativos de una empresa, integrando en un único sistema todas las vertientes de gestión.

Apuesta tecnológica

La inversión tecnológica de Covirán no solo se asienta en nuestro software Covigés, también en hardware y comunicaciones. En 2014 la Cooperativa se 'subió a la nube' del Cloud Center Andalucía del Grupo Trevenque, que aporta seguridad en los sistemas de información y modernización de los equipos.

Covirán y sus Socios ya están en la nube, posiblemente la mejor y más segura infraestructura de Andalucía y España alberga desde 2014 los sistemas de la Cooperativa. El Cloud Center Andalucía aporta un alto nivel de seguridad, con sistemas de recuperación de la información ante desastres de primer nivel y todas las medidas de seguridad necesarias.

La decisión de la enseña de asociarse a este partner tecnológico minimiza el riesgo de perder información relevante sobre su negocio a los Socios.

Vodafone, otro de los partners tecnológicos de Covirán ha aportado por su parte un modelo de comunicación de alta seguridad y caudal, con mecanismos de backup (copia de seguridad) que ha permitido crear una nube privada desde la que el Socio o su gestor pueden acceder a la información del negocio desde cualquier punto con conexión a internet y con garantías.



Adiós al papel

El desarrollo y puesta en funcionamiento de la nube privada de Covirán forma parte de la estrategia de decir adiós al papel. Más allá del concepto medioambiental, está la necesidad de mejora, fiabilidad y control de los procesos. Más del 95% de las facturas de los proveedores de la Cooperativa ya son electrónicas y esa transformación también la están viviendo las tiendas de los pequeños detallistas independientes. El sobre digital, al que el Socio tiene acceso a través de su portal online, ha permitido que la relación con el asociado sea más eficiente, con la emisión de facturas electrónicas sin imprimir en papel. En definitiva, menos coste medioambiental y material.



Un surtido ajustado a la demanda

2014 fue un año marcado por una intensificación de la guerra de precios. Esta estrategia tensionó al máximo las cuentas de explotación de los operadores y obligó a Covirán a realizar un esfuerzo de negociación para mantener la competitividad del Socio, con un descenso importante de sus precios de cesión.

La deflación fue particularmente acusada en productos básicos como aceite, azúcar o vino. A partir del verano, con el veto de Rusia a las importaciones, también incidió

sobre los productos frescos como frutas, verduras y carne, en particular de cerdo. Esos productos que no se podían exportar salieron al mercado interno, con la consiguiente bajada de precios por el exceso de oferta.

En este entorno de alta competitividad Covirán sigue apostando por dar libertad de elección al cliente, combinando marca propia y la marca de fabricante, siempre en equilibrio.



Marca propia: un valor seguro

La Cooperativa tiene ya 1.242 referencias de marca propia, siendo 83 de ellas incorporaciones de 2014. Aprovechando el cambio en el etiquetado según normativa europea, en el ejercicio se le proporcionó una nueva y mejor imagen a 300 productos. Y dentro del esfuerzo de adaptación al

mercado portugués, se incorporaron 92 referencias a los supermercados de la Cooperativa en el país luso, donde hay 988 productos específicos de los que 69 provienen de proveedores portugueses.



Información valiosa

Durante 2014 la consultora IRI, especialista en el mercado de gran consumo, ha analizado la marca propia, ofreciendo información muy valiosa a nivel de mercado. A partir de este conocimiento generado, se han tomado decisiones para mejorar y optimizar el surtido, con énfasis en productos relacionados con la salud.

Calidad garantizada con los proveedores

Covirán mantiene acuerdos para fabricar productos propios a través de proveedores, auditados al 100%. Para garantizar la calidad, la Cooperativa realiza catas de producto al inicio, de seguimiento y extraordinarias para testar un posible cambio o mejora. La valoración en cata siempre tiene que ser igual o superior a los productos de la competencia y la intención de compra debe situarse por encima del 65%.

Los acuerdos con proveedores aseguran la competitividad y rentabilidad del Socio y de la Cooperativa. En 2014 se finalizó el proyecto de surtido en plataformas, que ha permitido ajustar el surtido a las necesidades de mercado. Hay un surtido combinando los productos de alta rotación presente en todas las plataformas, con un surtido local específico en cada una de ellas. El objetivo es optimizar la gestión del stock, generar menos pérdidas y liquidaciones y ganar en eficiencia.

El surtido de Covirán da respuesta a colectivos con necesidades específicas, destacando los afectados por la celiaquía y que disponen de 143 referencias concretas y 417 productos denominados verdes, es decir, aptos para su consumo ya que entre sus componentes no contemplan el gluten.

Todo ello sin mermar la libertad de elección del cliente, que encuentra en los supermercados de la cadena productos de los principales fabricantes de la distribución, con quienes la Cooperativa trabaja en promociones conjuntas que benefician a todos los eslabones de la cadena.





Frescos y próximos, gracias a la red logística

La diferencia de Covirán con otras cadenas de distribución de alimentos en cuanto a los productos frescos es la proximidad al origen que proporciona su red de plataformas logísticas.

2014 fue un año complicado para las frutas y verduras, no sólo por la caída de precios, también por un descenso del consumo, haciendo la Cooperativa un importante esfuerzo

para que sus Socios puedan obtener la mayor rentabilidad en esta importante sección.

Con este objetivo se alcanzaron importantes acuerdos en 2014, destacando uno para implantar puntos calientes en los establecimientos, con horno y arcón de congelado, ofreciendo una sección de panadería 10.

Un software planificador de demanda

En 2014 Covirán invirtió en un demand planner, un software que se anticipa a la demanda del Socio, según el historial y distintas variables. Esta herramienta da las referencias necesarias para realizar un aprovisionamiento más proactivo que reactivo. Son inversiones encaminadas a mejorar la eficiencia productiva a través de la tecnología y de cara a prestar un mejor servicio al Socio.

La importancia de la actividad promocional

El valor de la actividad promocional es indiscutible cuando más del 61% de los clientes son sensibles a las promociones cuando acuden a realizar su compra. En Covirán estas acciones cada vez son más intensas, variadas y eficaces para sorprender al cliente e incrementar las ventas en los supermercados Covirán.

Junto a las campañas promocionales periódicas anuales, que son uno de los elementos más atractivos para nuestros clientes, se le han sumado otras acciones para ofrecer a los Socios oportunidades para incrementar sus ventas, destacando la extra-promoción que ofrece una serie de referencias a precios imbatibles, o acciones puntuales que

les permitan diferenciarse de la competencia, con artículos con precios muy agresivos en fechas puntuales. El objetivo, dinamizar las ventas y aportar agilidad y flexibilidad en el supermercado, fidelizando al cliente actual y tratando de captar a otros nuevos.



Premio Stiga
/ ISSCE



4,69€ CINTA de LOMO
1 kg
Año: Set 10 al 16 de agosto



3,09€ AZE de Oliva
Año: Set 10 al 16 de agosto



4,99€ PECHUGA de POLLO kg
Año: Set 10 al 16 de agosto



3,59€ LOMO ESPECIAL
Año: Set 10 al 16 de agosto



6,29€ Lomo Especial
Año: Set 10 al 16 de agosto



8,59€ PECHUGA de POLLO
Año: Set 10 al 16 de agosto



5,99€ Lomo Especial
Año: Set 10 al 16 de agosto



1,10€ PECHUGA de POLLO
Año: Set 10 al 16 de agosto

CHARCUTERÍA



9,95€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



1,45€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



1,00€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



0,35€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



49,00€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



0,99€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



0,35€ Jamón
Año: Set 10 al 16 de agosto



Supermercados COVIRAN

0,65€ Leche COVIRAN clásica
Botella 1 L

2,39€ Aceite de oliva virgen extra
COVIRAN 1 L

0,24€ Cerveza COVIRAN con
o sin alcohol lata 33 cl

Promoción válida del 8 al 17 de mayo de 2014
901 761 905 - www.coviran.es

En junio de 2014 Covirán recibió el premio ISSCE-Líder en Satisfacción 2013 por liderar el ranking de clientes comprometidos entre las principales cadenas del sector de distribución de alimentación en España.

La fidelidad de los clientes es, sin duda, uno de los distintivos de incalculable valor de la Cooperativa, lo que valió el reconocimiento del Índice Stiga de Satisfacción del Consumidor Español (ISSCE), especialista en la medición, análisis y mejora de la experiencia de clientes.

Covirán siempre ha tenido en cuenta que el cuidado y la atención al cliente son pilares fundamentales para el éxito de su modelo de negocio. El secreto de su éxito no es otro que el de ofrecer un trato personal y cercano, de ahí que los clientes mantengan su lealtad y la Cooperativa su posición de privilegio.

Nuevas metas

Relevo generacional: un objetivo constante

El relevo generacional, encaminado a evitar que los supermercados cierren cuando los Socios inician el merecido descanso ligado a su jubilación, se encuentra entre los objetivos de la Cooperativa. Sus profesionales han conseguido que un alto porcentaje de establecimientos sigan su camino tras el retiro de su fundador, bien de la mano de sus familiares o de otros emprendedores que apuestan por el autoempleo y ven en la Cooperativa una manera rentable de tener un futuro laboral.

En 2014 entre un 30% y un 40% de las bajas por jubilación que se dieron

en Covirán consiguieron su relevo generacional a través del equipo de ventas, que pone en contacto a los interesados y tutoriza el cambio.

Pasar el testigo tiene ventajas tanto para el Socio que se va, al evitar el cierre del negocio por el que ha luchado, como para el que entra, que se hace cargo de una tienda rentable y con una clientela hecha. En la mayoría de los casos se aprovecha el cambio para modernizar el punto de venta y relanzarlo, con lo cual se inicia una nueva andadura con energía renovada.



Nuevas oportunidades

En 2014 se han implantado con gran éxito varios supermercados Covirán en estaciones de servicio, un formato que permite aprovechar las diferentes misiones de compra, ya que los conductores que se trasladan a los surtidores para llenar sus depósitos pueden, de paso, hacer la compra aprovechando la cercanía.

Por lo pronto, Covirán ha inaugurado establecimientos en gasolineras de Cádiz, Málaga, Navarra, Ponferrada y León. Otros están en proyecto para 2015 y 2016.

Los resultados de esta cooperación con otros sectores animan a respaldar estos nuevos formatos, una iniciativa interesante para ambas partes,

pero también para los clientes, que se benefician de propuestas complementarias en un mismo lugar.

Las aperturas de establecimientos demuestran, además, que el modelo Covirán se adapta a cualquier espacio, como pueda ser una gasolinera.

Expansión por el mercado

La inauguración de la plataforma de Coslada en 2014 ha supuesto un gran impulso para Covirán en la capital de España, donde ya tiene presencia en calles muy populosas con supermercados reconocidos por su solera y detallistas de cierta entidad, muy experimentados por sus años de historia en el sector. La enseña cuenta con 90 Socios y 100 supermercados a cierre de 2014.

El efecto Coslada no se ha limitado a Madrid ciudad. La Cooperativa también ha ampliado su implantación en la provincia y zonas limítrofes. A lo largo de toda la Península, Covirán ha seguido desarrollando su proyecto de expansión, cubriendo la totalidad del mapa, a excepción de la Comunidad Balear.

El crecimiento ha sido igualmente significativo en la comunidad gallega, gracias a la evolución de la plataforma de Santiago. En Galicia son 145 los Socios y 187 los supermercados a final de año.

La Comunidad Valenciana ha seguido creciendo, sobre todo

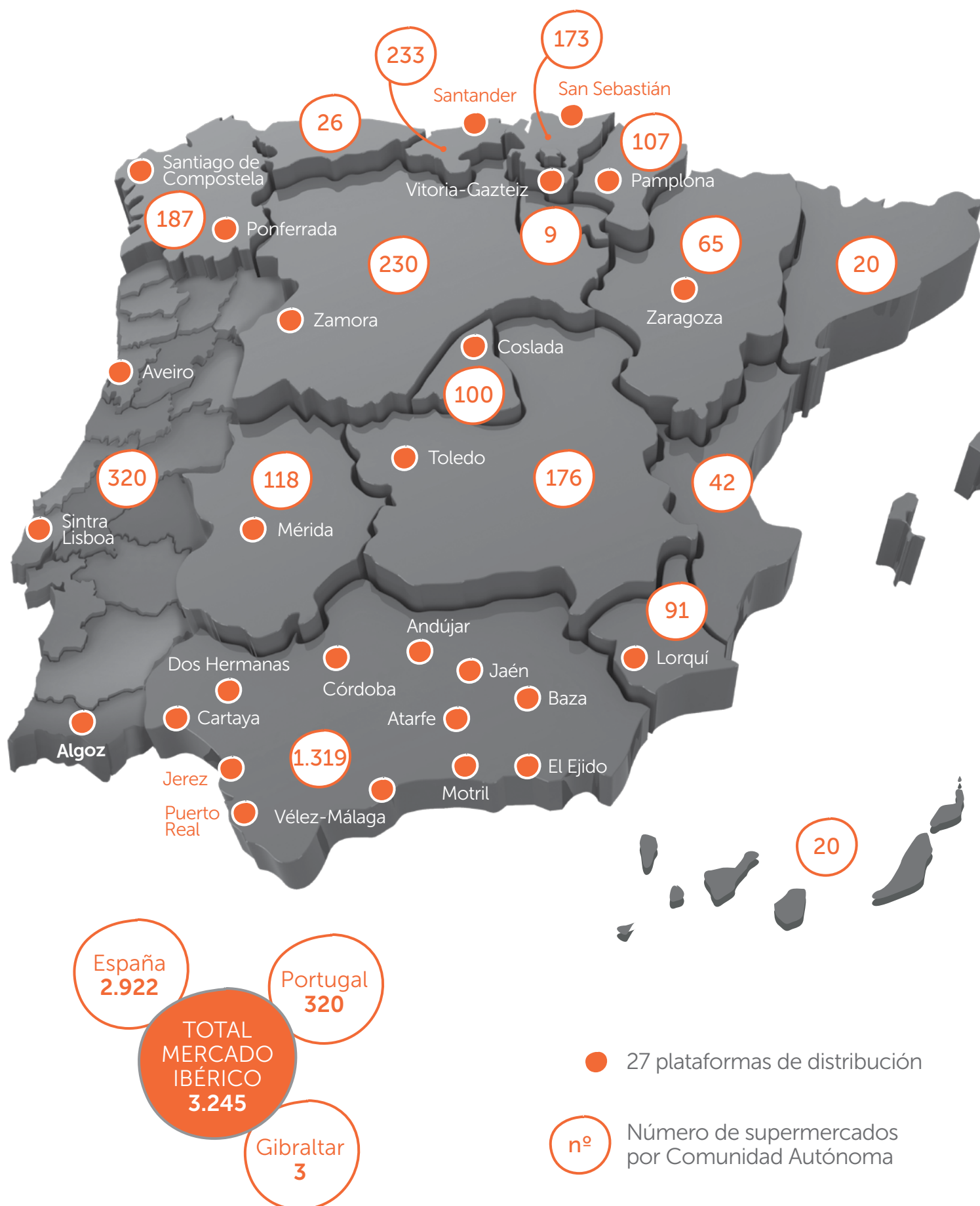
en la capital, y se sigue desarrollando Cataluña, sumándose a la presencia que ya tenía en Gerona, Socios en Barcelona y Tarragona. De cara a 2015, Covirán podría trabajar en un nuevo proyecto: la apertura de una nueva plataforma de distribución en suelo catalán, que permita seguir incorporando socios en este territorio.

De forma paralela se trabaja en Canarias, donde con 20 supermercados la presencia de Covirán crece de forma constante.

Fuera del territorio nacional, la plataforma de Sintra ha consolidado la expansión de Covirán en Portugal, país donde la enseña suma 320 supermercados.

Covirán cierra 2014 manteniendo la segunda posición en el ranking español de la distribución, con 2.922 establecimientos, y asciende dos posiciones, hasta ocupar la tercera posición, en Portugal, con 320. En total, 3.245 supermercados que operan en la Península Ibérica, y que dan muestra de la posición líder de esta enseña.

Posicionamiento de Covirán en el Mercado Ibérico



Logística: donde no llega nadie

La actividad logística es vital en una empresa como Covirán, que inició en 2014 el rediseño de su red, dentro de un plan estratégico que se extenderá hasta 2020 y que pretende ganar eficiencia en el almacenaje y la distribución.

La apertura de la plataforma de Coslada y la reconversión de otras, junto a la apuesta por la tecnología y la metodología

lean para optimizar estos procesos, garantiza el mejor servicio al Socio y a sus clientes, el consumidor final. Covirán llega donde no llega nadie y esto sólo es posible gracias al diseño inteligente de su red logística.



Covirán se hace fuerte en la capital de España

Si 2013 fue el año de Portugal, 2014 ha sido el de Madrid. En octubre la Cooperativa vivió uno de sus hitos con la apertura de la plataforma de Coslada, una inversión estratégica de cinco millones de euros que consolida la posición de Covirán en la zona centro de la península.

Covirán dio un paso decisivo en 2014. Con la incorporación de la nave de Coslada, la Cooperativa fortalece el dibujo de su red logística, basado en la proximidad y en la combinación de plataformas nodrizas y satélites: 27 en total, si a las 24 en territorio español se unen las tres de Portugal.

La plataforma de Coslada, con 21.000 m², posee un almacén de 9.754 m², 1.820 m² de perecederos y 720 m² de oficinas centrales, e incluye un aula de formación equipada con todo lo necesario para el aprendizaje de los Socios.

Esta nueva instalación no sólo servirá el surtido al centenar de supermercados de detallistas independientes adheridos a la enseña en la Comunidad de Madrid, también hace de nodriza para los establecimientos de los Socios del centro y norte de España y parte de Portugal.

El posicionamiento de la empresa en Madrid a través de la nueva plataforma y de los cooperativistas que se han incorporado a la cadena de supermercados ha permitido generar 500 puestos de trabajo en la comunidad.

La apuesta de la Cooperativa es seguir creciendo y duplicar en 2015 los establecimientos de detallistas independientes en Madrid y seguir generando economía y empleo en el territorio. El corazón de Covirán late ahora más fuerte.

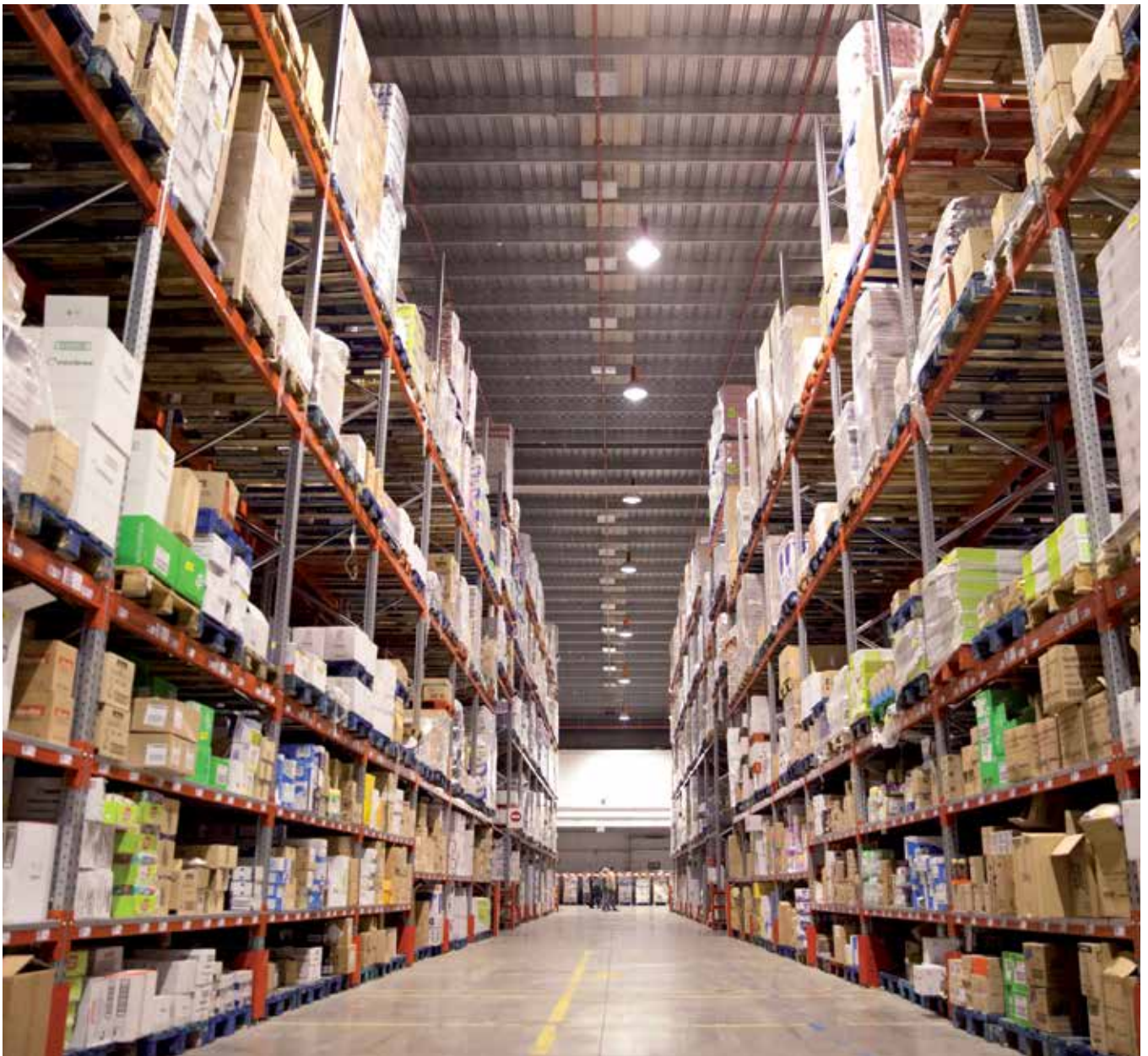


Una red operativa, ágil y moderna

La continua incorporación de pequeños distribuidores independientes y la expansión y consolidación de la Cooperativa en nuevos territorios obliga al rediseño de la red logística, que debe ser ágil y operativa para brindar el mejor servicio al Socio y sus clientes.

Para prestar un mejor servicio al Socio y al cliente final, la red logística de Covirán se adapta a los nuevos escenarios y necesidades. En 2014 la Cooperativa inició la implantación de un plan estratégico que estará optimizado y a pleno rendimiento en 2020.

Como parte de esta estrategia se introdujeron cambios en las funciones y operatividad de las distintas plataformas logísticas. La apertura de Coslada supuso acometer actuaciones en otras plataformas. Se trata, fundamentalmente, de eliminar duplicidad de movimientos y hacer más operativa la red. Así, las operaciones de preparación de mercancía en seco se concentran en las plataformas nodrizas y las de productos frescos, como carne, frutas y verduras, en las satélite, que mantienen la distribución en su zona de influencia.



Picking por voz y capilaridad en el reparto

Cada vez más Socios deciden aprovechar las ventajas de los servicios que presta la Cooperativa para concentrarse en la gestión de su negocio, ello explica el crecimiento que experimenta el sistema de preparación y reparto, que ya representa el 65% del servicio de distribución, frente a la venta directa.

Con el fin de agilizar este proceso, Covirán ha implantado el picking por voz en sus plataformas. Esta tecnología libera las manos del operario a la hora de preparar los pedidos y mejora su productividad, al tiempo que disminuye errores en el servicio y facilita un mayor control sobre los lotes, caducidad y evita la indeseable rotura de stock. Las plataformas de Toledo, Coslada y Mérida ya funcionan con este sistema, que en 2015 se extenderá al resto de plataformas.

Covirán defiende un concepto de proximidad tradicional. Los supermercados de la enseña están en el barrio, en el centro de las ciudades y en cualquier pueblo donde un detallista independiente decide abrir su tienda y sumarse a la Cooperativa. Y hasta allí llega el servicio de reparto. A los rincones más lejanos y de difícil acceso donde no llega nadie. Mejorar la capilaridad de la red, para llegar en las mejores condiciones a los distintos puntos, es uno de los retos en ciudades como Málaga, Madrid o Vitoria, donde trabajan acuerdos con sus ayuntamientos para acceder a las ciudades y realizar el reparto de la mercancía en óptimas condiciones.



Optimizar también en el transporte

La gestión del transporte en el proceso de reparto tiene en Covirán mentalidad medioambiental. En 2014 la Cooperativa inició pruebas con operadores con camiones de gas buscando que el reparto de mercancías en las ciudades reduzca las emisiones de CO2.

Pero la preocupación medioambiental y espíritu de colaboración de Covirán no queda ahí. La Cooperativa aprovecha los viajes de retorno de los camiones que realizan la distribución para hacer la recogida de los productos de fabricante.

Como parte de su estrategia, la enseña sigue prestando el servicio de recogida de carga de productos de baja rotación de fabricante para los socios de Euromadi, la central de compras y servicios multisectorial líder de Europa. Forma parte de la filosofía colaborativa para ganar eficiencia y abaratar costes.



Metodología Lean

La modernización de la red logística incluye la implantación de la metodología Lean en las plataformas, una filosofía de trabajo que permite localizar fallos en la cadena productiva y corregirlos. Esta experiencia, con la que Covirán busca ser fiel a su sello de calidad y dar mejor servicio al Socio, propicia la mejora y optimización continua en el proceso de almacenaje, preparación y reparto.





Premio Microsoft

Covirán recibió el premio a la excelencia en el sector Retail durante el Microsoft Convergence que se celebró en Barcelona, una distinción que reconoce a aquellas entidades que, en su estrategia de atención al cliente, logran el éxito e incorporan las herramientas y soluciones que ofrece hoy día la tecnología más puntera.

La Cooperativa está a la vanguardia en esta materia, gestionando de forma eficaz tanto las relaciones de la central con sus Socios como con los consumidores finales.





UN PLAN IBÉRICO:

**La consolidación
de Portugal
en cifras**

La internacionalización de Covirán tiene su máximo exponente en Portugal, país donde la Cooperativa se ha consolidado como respuesta de futuro para el sector minorista. Los buenos resultados cosechados en 2014 se explican, en gran medida, por la adaptación de la enseña al mercado luso y la confianza creciente de Socios y clientes.

Entre los hechos más destacables de 2014 se encuentra la estabilidad de proyecto Covirán en Portugal. Pese a tratarse de un año complicado por la deflación y la caída del consumo también en el mercado luso, el volumen de negocio de la Cooperativa ha crecido un 43% en el país, superando los 30 millones de euros.

La compañía se despidió del año con 320 supermercados en Portugal, 66 más que en 2013. A lo largo de 2015 prevé implantar otros 100 puntos de venta. Pero más allá de estas cifras, una clara radiografía del asentamiento en el mercado luso, se encuentran los 240 Socios que han depositado su confianza en Covirán, consolidándola como referente



y mejor solución de futuro para el empresario detallista portugués.

Además de abonar el sector, la Cooperativa ha hecho florecer el empleo en las zonas donde opera. Los establecimientos y plataformas de Covirán dan trabajo a 1.727 personas, lo que representa un incremento del 27% respecto a 2013.

Con estos números sobre la mesa, pero principalmente con el rostro humano que encierra cada uno de ellos, Covirán sigue mirando al mañana en Portugal, el gran buque insignia de su internacionalización.





Desarrollo de la compañía

En agosto de 2013 Covirán inauguraba la plataforma de distribución de Sintra, una de las zonas más pobladas de Portugal. Los resultados han superado las expectativas. Su apertura ha supuesto un importante incremento de Socios y facturación en la zona, donde se ha experimentado un crecimiento de un 420%, al pasar de 1,8 millones a 7,8 millones de facturación en 2014.

El éxito de esta plataforma, que explica parte del éxito de Covirán en Portugal, se debe en gran medida al espíritu cooperativista de esta zona del país, donde ya existían empresas de economía social que sufrieron procesos de insolvencia a consecuencia de la crisis. La enseña ha paliado su paulatina desaparición, posicionándose como la mejor opción para el detallismo independiente.

Previamente, Covirán inició su andadura en Algoz de la mano de una antigua cooperativa, lo que favoreció su rápido arraigo. En el norte, opera desde la Plataforma de Aveiro.

Las tres plataformas –Aveiro, Algoz y Sintra– definen la clara apuesta de Covirán por cubrir la totalidad del territorio nacional y ofrecer al asociado un servicio 10. De hecho, la red logística de la Cooperativa ya ocupa el tercer puesto de Portugal en el ranking de distribución por número de establecimientos, ganando dos posiciones con respecto al año anterior.

Ha sido determinante, en el que se ha seguido apostando por generar valor añadido a los asociados lusos, con el que nuevamente se han celebrado reuniones periódicas para conocer las necesidades y áreas de mejora en Portugal así como las líneas de acción necesarias para seguir desarrollando el proyecto. Estas sesiones grupales han permitido caminar en la senda correcta en Portugal y atender los requerimientos de este Socio.

Plan promocional a medida

El mercado luso se caracteriza por su marcado dinamismo. Los dos grandes operadores del país controlan el 60% de la distribución y apuestan por la guerra de precios como principal caballo de batalla a través de grandes descuentos en multitud de referencias. Ante la feroz competencia, Covirán ha hecho de la innovación y del servicio al Socio y al cliente, un reto constante.

La Cooperativa ha desarrollado un gran trabajo para adaptarse a las agresivas ofertas de los operadores lusos, de forma que se empieza a considerar a Covirán como un gran competidor, por su oferta, relación calidad- precio y valor añadido.

A lo largo de 2014 la enseña ha lanzado campañas promocionales con folletos que incluían promociones agresivas en precio, con una segmentación que responde a las diferentes necesidades del cliente portugués por su ubicación. La Cooperativa ha adaptado

su política promocional al mercado del norte y sur de Portugal. La diferencia entre ambos puntos geográficos es notable, también en cuestión de productos, ya que no consumen los mismos. Por esta razón Covirán ha lanzado folletos a medida de cada zona.

Y cómo no, compartir momentos especiales y hacer participe a los Socios y clientes ha sido el objetivo de la campaña aniversario que ha vuelto a repetir su éxito, posicionándose como una de las campañas promocionales más aplaudidas por los socios y sus clientes finales, entre los que se han sorteado 500 carros de la compra.

El primer año que se lanzó el Folleto Aniversario se sortearon 100 carros, cifra que en 2014 se han multiplicado por cinco. En 2015 la iniciativa volverá a repetirse, al tratarse de una de las más celebradas.



Cooperación con los diferentes agentes

Covirán ha estrechado lazos en 2014 con asociaciones portuguesas como Euromadi Port. Con la colaboración de la central de compras la Cooperativa lanzó en 2014 dos campañas muy notorias, que volverán a repetirse de cara a 2015 ante su éxito.

Además de su labor en Euromadi, Covirán tiene presencia en la Cámara de Comercio lusa y en Aped, la asociación de grandes distribuidores.

Otros de los grupos de interés, los proveedores, apuestan cada vez más por Covirán para dinamizar y beneficiar el sector minorista portugués con nuevas propuestas comerciales que van más allá de los precios y movilizan al mercado aportando bazas a la hora de negociar con los grandes operadores.



Comunicación interna y externa

La presencia de Covirán en Portugal es cada vez más visible en la prensa y medios de comunicación. La Cooperativa aparece ya en revistas especializadas como un operador consolidado, lo que la refuerza como referente del sector detallista.

De manera interna, los Socios de Portugal cuentan con un portal propio que desde 2014 con un claro objetivo, una herramienta que aporte valor en su día a día profesional, ayudándole a optimizar su tiempo y a realizar una serie de gestiones que redundarán en beneficio de su negocio y le permitirán ahorrar tiempo y esfuerzo en muchas actividades diarias; además, a través del Portal podrá estar informado puntualmente sobre el desarrollo de su empresa y conocer las últimas novedades.

Su desarrollo va paralelo al crecimiento de la empresa, con un espacio organizado de forma clara y sencilla, para un uso eficiente.

Además de encontrar información relacionada con la parte administrativa de la Cooperativa, facilita la emisión y copia de facturas online, es decir e-facturas. La web, que ofrece información continua, también permite solucionar cuestiones administrativas sobre facturación o cobros, poniendo a disposición del Socio una línea directa para resolver posibles dudas. También dispone de catálogos, circulares, noticias actuales de la empresa y una forma de comunicarse con la Cooperativa más allá de horarios convencionales. Un lugar de encuentro para crecer y escuchar.



Más marca y mejores servicios

El arraigo de Covirán en Portugal no hubiera sido posible sin el valor añadido de la marca propia portuguesa, adaptada a las peculiaridades de su cesta de la compra. La Cooperativa ya dispone de un surtido consolidado con más de mil referencias exclusivas para el mercado luso, que dan respuesta al cliente más exigente.

Durante 2014 la enseña se ha volcado, además, en el restyling o rediseño de la marca propia, incidiendo en alrededor de 270 productos cuya apariencia se ha modificado para hacerlos más atractivos para el consumidor.

Para dar a conocer la marca propia portuguesa, la Cooperativa ha trabajado varias líneas, con acciones orientadas tanto al cliente final como al propio asociado:

Así, la Coviliga, hasta ahora dirigida a España, ha celebrado su primera edición en Portugal en 2014. La competición ha premiado la fidelidad y respaldo de los Socios a la marca propia, así como su esfuerzo por fomentar su visibilidad en los lineales. Su pistoletazo de salida ha originado

una importante expectación entre los participantes, que han recibido quincenalmente información sobre el cumplimiento de los objetivos. Los 20 ganadores disfrutaron de un viaje para dos a la isla de Madeira. La experiencia ha permitido a los Socios compartir ideas en un entorno de relax y diversión.

La integración de la marca propia supone una gran ventaja para los Socios ya que se convierte en un elemento diferenciador. Así, por su excelente relación calidad-precio, se convierte en una inigualable herramienta de fidelización de cara al cliente.

También en 2014 se han mejorado las líneas de financiación del Socio. Covirán ha firmado protocolos con entidades financieras de primer nivel, con las que la propia enseña actúa como interlocutora en caso necesario.

A este valor añadido para el Socio se sumarán otras ventajas en un futuro próximo, ya que la Cooperativa espera cerrar en breve acuerdos con diferentes entidades punteras de sectores relacionados con el negocio.



El horizonte de 2015: respuestas para nuevos retos

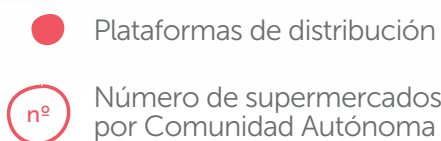
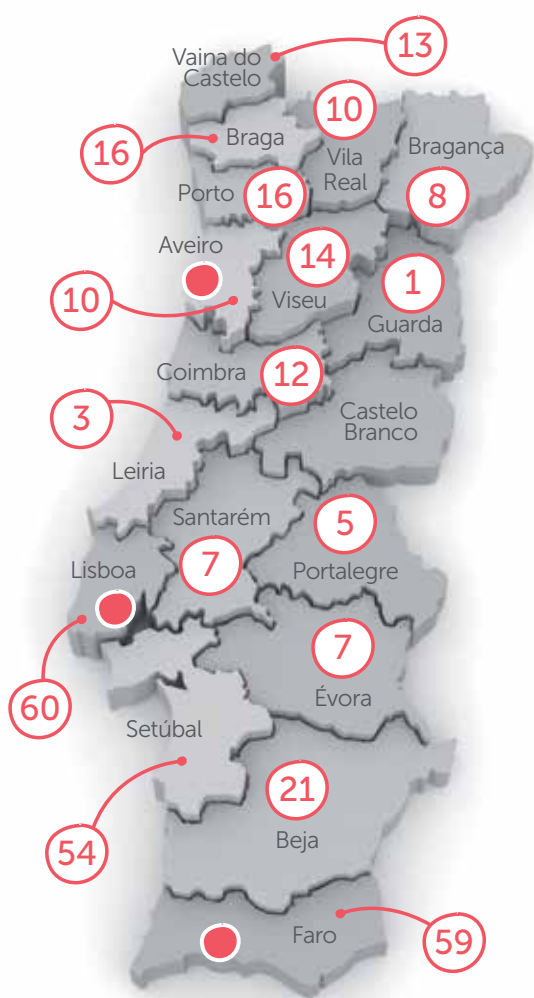
La presencia de Covirán en Portugal es cada vez más visible en la prensa y medios de comunicación. La Cooperativa aparece ya en revistas especializadas como un operador consolidado, lo que la refuerza como referente del sector detallista.

De manera interna, los Socios de Portugal cuentan con un portal propio que desde 2014 con un claro objetivo, una herramienta que aporte valor en su día a día profesional, ayudándole a optimizar su tiempo y a realizar una serie de gestiones que redundarán en beneficio de su negocio y le

permitirán ahorrar tiempo y esfuerzo en muchas actividades diarias; además, a través del Portal podrá estar informado puntualmente sobre el desarrollo de su empresa y conocer las últimas novedades.

Su desarrollo va paralelo al crecimiento de la empresa, con un espacio organizado de forma clara y sencilla, para un uso eficiente.

Además de encontrar información relacionada con la parte administrativa de la Cooperativa, facilita la emisión y copia de facturas online, es decir e-facturas. La web, que ofrece

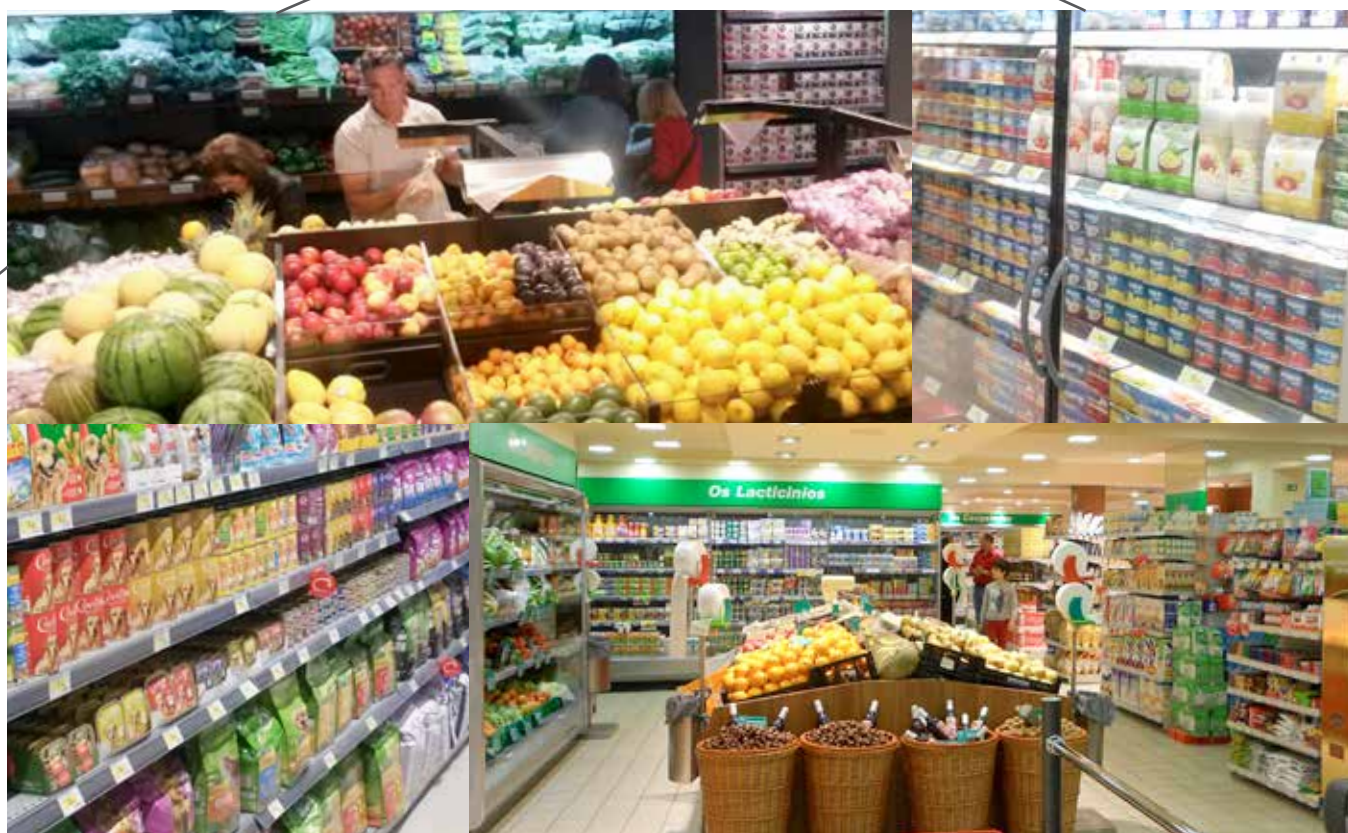


En 2015 Covirán seguirá apostando por la adaptación al mercado luso y la innovación como reto constante. El nuevo año exigirá renovadas respuestas para repetir los buenos resultados que han acompañado a la enseña en su internacionalización en Portugal.

Con esta idea, se trabajará la expansión por Madeira y el archipiélago de las Azores, donde ya tiene presencia en cinco de las siete islas. Los objetivos continentales se centrarán en Sintra y Grande Lisboa, al tiempo que se dan los pasos para unir el negocio a través de Leiria y Santarém, a mitad de Aveiro

información continua, también permite solucionar cuestiones administrativas sobre facturación o cobros, poniendo a disposición del Socio una línea directa para resolver posibles dudas. También dispone de catálogos, circulares, noticias actuales de la empresa y una forma de comunicarse con la Cooperativa más allá de horarios convencionales. Un lugar de encuentro para crecer y escuchar.

Los retos: Expansión por Madeira y el archipiélago de las Azores y mayor presencia en Sintra y Grande Lisboa.



y Sintra. Así, la Cooperativa tendría una presencia importante en los grandes distritos de Portugal.

Entre las grandes metas para 2015 se plantea, además, la transformación de Sintra en plataforma central y en satélites las de Aveiro y Algoz. Para fomentar su eficiencia, se implantará el pedido automático en las tres, paso inicial para el posterior picking por voz.

Está en proyecto, por otra parte, la apertura de un supermercado Covirán en Portugal, referente del modelo Covirán, "espejo" de todas las propuestas disponibles y más actuales. De esta forma, los nuevos Socios podrán visitar un punto de venta moderno dotado con las herramientas y servicios de vanguardia que ofrece la Cooperativa.

En frescos el reto para 2015 se centrará en mejorar el porcentaje de la sección de frutas. Con esta idea, los especialistas de las distintas plataformas visitarán en los primeros meses del año a los Socios para mostrarles la calidad de las piezas y su precio.

2015 será, por otra parte, el año de la consolidación de Covigés en Portugal, multiplicándose por dos el número de Socios que cuentan actualmente con este programa a medida del Socio de la Cooperativa.

Con idéntico propósito –ofrecer valor añadido al Socio– se fomentarán los cursos de formación, ante la necesidad de contar con un Socio profesionalizado, que al igual que en España, esté plenamente cualificado para llevar a cabo una gestión excelente del negocio.

**Una relación
de confianza**

Covirán se ha caracterizado en su más de medio siglo de existencia por crear vínculos basados en unas relaciones de confianza con la sociedad que le rodea. Su disposición a tender puentes de diálogo, a permanecer cerca de la sociedad generando riqueza, le ha valido el reconocimiento de las propias instituciones y de sus agentes sociales.

Siempre es posible perderse entre las cifras y las frías estadísticas, pero tras ellas hay diálogo y, sobre todo, confianza. El éxito de Covirán radica en buena parte en su disposición a colaborar e implicarse con instituciones y colectivos que apuestan por el desarrollo económico y por mejorar el bienestar de los ciudadanos.

Covirán no solo abre las puertas de su casa a los representantes de los diferentes estamentos, como se verá a continuación, sino que también sale fuera para contar su filosofía de empresa, las claves de su proyecto y subrayar la importancia de una gestión empresarial responsable y sostenible.



confianza





Las instituciones reconocen la labor de Covirán

Han sido muchas las voces que a nivel institucional han destacado el trabajo de Covirán como "referente" de la economía social.

La visita en abril de la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, a la Escuela de Comercio Covirán con motivo de su inauguración, supuso un reconocimiento del Gobierno andaluz a la labor que viene desarrollando la Cooperativa en la formación de sus Socios y trabajadores.

En dicho encuentro, Susana Díaz

destacó la apuesta de la Cooperativa de origen andaluz en la formación de los trabajadores y en la creación de empleo. La presidenta andaluza subrayó que "hablar de Covirán es pensar en muchos municipios andaluces a los que esta firma ha proporcionado desarrollo económico y creación de empleo".

También en Granada, en su visita a la sede central de Atarfe, el entonces consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, aludió a Covirán como "una de las empresas señeras

de Andalucía" que "satisface las necesidades tanto de sus socios como de los clientes", y que pone en marcha programas formativos con los que "ganar competitividad y cuota de mercado". De Covirán dijo que era un ejemplo de economía social y cooperativismo, motor del futuro Plan Reactivación del Sector Comercial Minorista.

En Madrid, y en este caso, debido al esfuerzo de la compañía en materia de Prevención de riesgos laborales, la Consejería de Empleo, Turismo



Hablar de Covirán es pensar en muchos municipios a los que esta firma ha proporcionado desarrollo económico y empleo //

Susana Díaz



y Cultura de esta comunidad quiso conocer de primera mano la nueva plataforma logística de Coslada.

En su recorrido por las instalaciones, la viceconsejera de Empleo, Eugenia Carballido, se interesó por el Plan de Prevención de Riesgos Laborales que aplica en esta y en el resto de centros de la Cooperativa.

Desde la Diputación Provincial de Granada se ha reconocido el trabajo que viene desarrollando Covirán en esta provincia, con "proyectos

modernos y novedosos" que han permitido generar empleo y cohesión de la mano de su expansión. El presidente de la Diputación de Granada, Sebastián Pérez, visitó la sede central y destacó el liderazgo de la compañía en el sector de la alimentación y mostró también interés en colaborar con la Escuela de Comercio. Desde la institución provincial se valora que la compañía siga apegada a "nuestra tierra, a vuestro principio fundacional".

Compartimos conocimiento con mayores y pequeños

Ya sean escolares o seniors, la Cooperativa abre las puertas para recibir a diferentes colectivos interesados en su modelo de negocio.

Si hablamos de los más pequeños, es una realidad que Covirán se preocupa por su salud, de ahí que mantenga encuentros periódicos con alumnos de distintos colegios para que conozcan desde edades tempranas las propiedades nutricionales de los alimentos. Gracias a la colaboración con Danone se logró que escolares de educación primaria realizaran varias visitas al supermercado de la Plaza de la Ilusión donde, además de realizar la

compra y conocer las propiedades de los alimentos, participaron en un taller de cocina en la Escuela de Comercio Covirán.

Alumnos de diferentes colegios han querido conocer a lo largo de 2014 el trabajo que realiza Covirán, visitando por ello la sede de Atarfe, donde se realiza una visita guiada y reciben una charla sobre la historia y el funcionamiento de la Cooperativa, conociendo además la operativa del almacén y la gestión del mismo.

Otros grupos, como amas de casa y asociaciones de vecinos, también son

público habitual de diferentes acciones dirigidas a mejorar su calidad de vida. Y es que en Covirán viene siendo habitual que se organicen charlas saludables, dirigidas a colectivos muy determinados, como personas mayores, amas de casa y grupos con unas características determinadas. El objetivo no es otro que el de transmitir la importancia que tiene mantener una alimentación saludable y orientar sobre qué hábitos de vida son más beneficiosos. Acercar estos consejos a los consumidores y concienciarles de los beneficios de una alimentación sana y variada, es la meta de estas citas.



Compartiendo el proyecto con la sociedad



CAEA

En julio de 2014 tuvo lugar la visita de la junta directiva de CAEA, Confederación Andaluza de Empresarios de la Alimentación, que recorrió las modernas instalaciones de la Escuela de Comercio y se interesó por el plan de formación a los Socios. La defensa de los intereses del sector del comercio es el principal objetivo de una organización empresarial de la que forma parte Covirán, cuyo consejero delegado Luis Osuna ostenta su presidencia. Durante su encuentro anual celebrado en Úbeda, María Aguilera, Subdirectora de negocio de la Cooperativa ofreció una ponencia sobre la importancia de unas relaciones eficientes entre todos los miembros de la cadena agroalimentaria para generar valor.



Feria Fruitt Attraction

Covirán participó el pasado año en la III Jornada Alimarket Fruit Retail donde explicó su estrategia como compañía líder en la distribución organizada de alimentos, con especial énfasis en las frutas y verduras. El encargado de exponer los detalles del sistema de distribución de productos hortofrutícolas fue el director de productos frescos de Covirán, Jesús Pérez Barreiro, quien resaltó las ventajas de disponer de una red de tiendas de proximidad y una perfecta coordinación que permite estar cerca del cliente y adaptar la oferta a sus intereses.



Jornada de AECOC

Si hay algo que caracteriza al cliente de Covirán es su fidelidad. La Cooperativa siempre ha valorado la lealtad que muestran sus usuarios con la marca Covirán. En las jornadas sobre el comportamiento 'Shopper' que organizó en septiembre de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), la Directora de Marketing y Servicios de Covirán, Silvia Miranda, expuso algunas de las conclusiones del estudio en torno a la conducta de los 435.000 clientes que visitan a diario los distintos puntos de venta de la Cooperativa. La proximidad, el servicio y la atención personalizada son las principales razones por las que actualmente 1,6 millones de familias eligen los supermercados Covirán para hacer sus compras.



Jornada sobre RSE y Sostenibilidad

A lo largo de sus 53 años de existencia, Covirán siempre se ha preocupado de buscar nuevas oportunidades, de dinamizar proyectos innovadores y de mantener su compromiso con la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha convertido precisamente en una herramienta de cambio e innovación, una oportunidad para mejorar la competitividad, según explicó la Directora de comunicación y relaciones institucionales de Covirán, Tania Muñoz, en una jornada sobre RSE y Sostenibilidad, celebrada en marzo en Sevilla. El contrato de Covirán con la sociedad marca en definitiva la diferencia.

•AENOR

Uno de los hitos importantes del pasado año fue la entrega que hizo la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) del certificado en Accesibilidad Universal que garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso, uso y disfrute de la Plaza de la Ilusión a todas las personas, con independencia de la edad o discapacidad.

Covirán se ha convertido en la primera enseña de distribución en España con un supermercado certificado por AENOR en Accesibilidad Universal, ejemplo para su colectivo de Socios, a los que hará extensivo el proyecto en 2015.



//

Un total de 1.649 supermercados Covirán ofrecieron durante diez días productos de calidad y de origen andaluz //

•LANDALUZ

Covirán se sumó por tercer año consecutivo a la campaña con denominación de origen 'Sabores de Andalucía' de la mano de LÁNDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía. Distintos eslabones de la cadena agroalimentaria colaboraron para promocionar los productos y marcas andaluzas con un doble objetivo: mejorar la economía de la Comunidad y, a la par, ayudar a los colectivos más desprotegidos ya que esta campaña tiene una vertiente solidaria: "Andaluces compartiendo".

Solo en 2013 se realizaron compras por más de 92 millones de euros en un intento de apostar por los proveedores andaluces y los productos de la tierra.



La Cooperativa también colaboró de forma activa en la iniciativa 'Andaluces Compartiendo', una campaña promovida por la Fundación Cajasol y LÁNDALUZ en la que participan un gran número de marcas que donaron 400.000 kg. de productos de primera necesidad para las familias andaluzas más desfavorecidas.



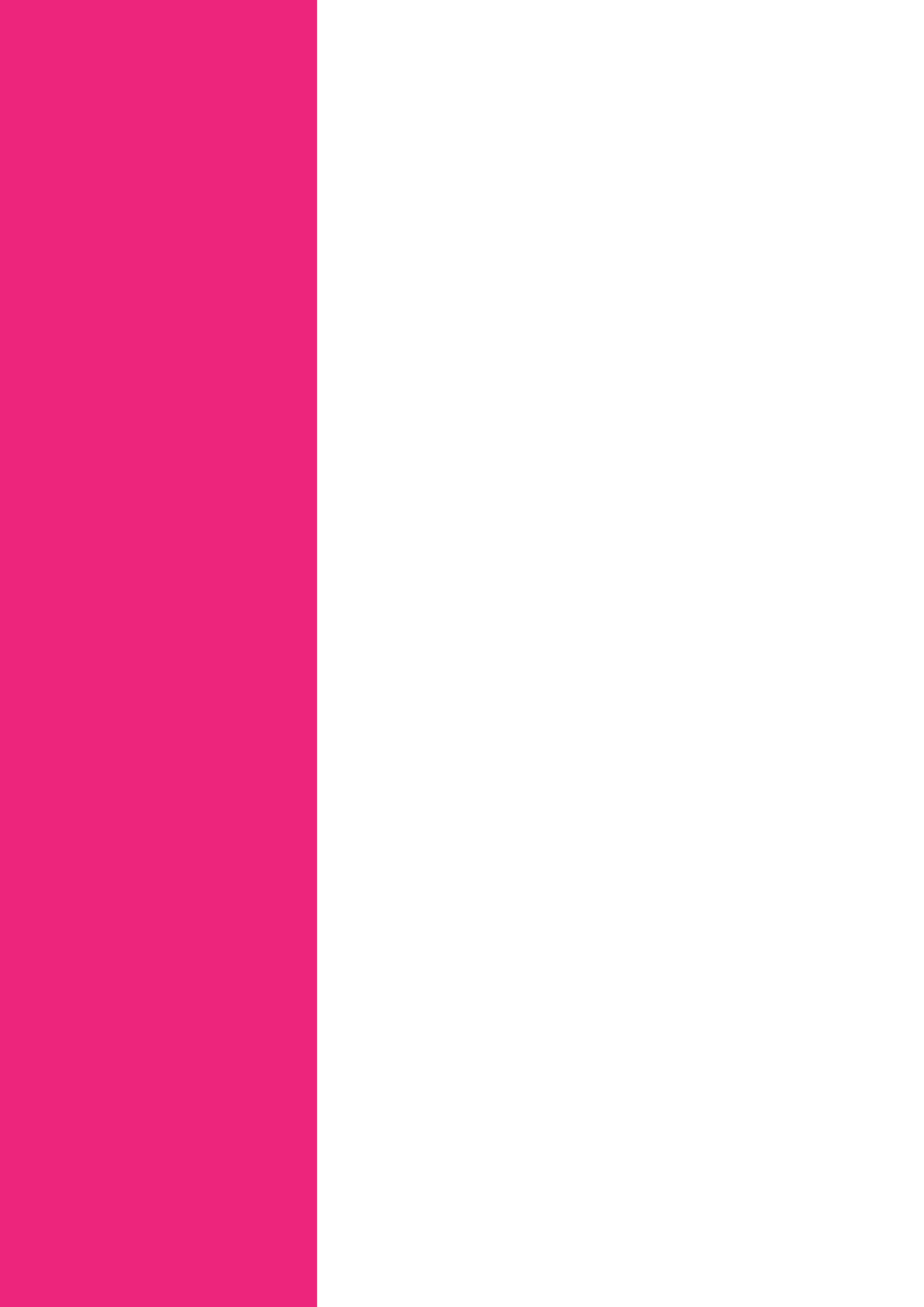
La medalla de oro de la
provincia más cerca

•El apoyo de los medios de comunicación

Los progresos de Covirán son compartidos con los diferentes grupos con los que la Cooperativa se relaciona en su día a día. Además, es importante contar con los medios de comunicación, el vehículo necesario para que pueda trasladarse el mensaje de manera amplificada y fidedigna a la sociedad. Por ello, la cadena de supermercados mantiene distintos encuentros con los profesionales del periodismo, momento que se aprovecha para hacer un balance económico y social de todo un año, pero también para hacer visible aquellos proyectos, iniciativas o visitas institucionales que refuerzan la imagen de marca de la compañía. El incremento del volumen del negocio, su consolidación internacional, la puesta en marcha de la Escuela de Comercio, los avances en la accesibilidad universal o el fortalecimiento del empleo fueron algunos de los hitos que, gracias al contacto con los medios de comunicación, se pudieron trasladar a la sociedad.



Covirán ha logrado “desde los pueblos, llegar hoy a ser vanguardia y fortaleza de Granada” con “laboriosidad, rigor, esfuerzo y sacrificio” y creando “riqueza y empleo”. Quien así habla es el presidente de la Diputación de Granada, Sebastián Pérez, que en su primera visita a las instalaciones a la sede central de la cooperativa de supermercados anunció que propondrá a la Comisión de Honores y Distinciones la concesión a Covirán de la Medalla de Oro de la Provincia.



La
responsabilidad
tangibile

Para Covirán supone un importante esfuerzo poner en práctica un ambicioso plan de responsabilidad social corporativa que, como los que en los últimos años, ha dado sus frutos. Los Socios, empleados y los diferentes grupos de interés tienen altas expectativas sobre lo que Covirán hace en términos sociales, porque se identifican con determinadas causas y principios que se promueven desde esta empresa, por lo que cumplir con sus expectativas, es una tarea que se logra trabajando desde el convencimiento de que esta empresa tiene un compromiso real con la sociedad.

Nadie como el Socio conoce la realidad de su entorno. De hecho, más de una tercera parte de las 182 acciones de RSE realizadas durante 2014 se llevaron a cabo en colaboración directa con los establecimientos involucrados en esos entornos. Es gracias a sus sugerencias y demandas que la Cooperativa es capaz de llegar hasta al problema menos visible y contribuir en su remedio.

responsabilidad



El año pasado se mantuvieron activas las líneas de actuación sobre las que se vertebran las distintas campañas: salud y nutrición, infancia, gestión de la diversidad y medioambiente. A partir de estas cuatro ramas principales se aplican los recursos disponibles con la capilaridad que ofrece una estructura empresarial que es en realidad una comunidad de agentes autónomos, cada uno en un entorno distinto, donde las prioridades son distintas. En diferentes ritmos y tiempos, todas las áreas de la organización se implican de forma transversal.



Salud y nutrición

Una gran empresa dedicada a la alimentación ha de preocuparse especialmente por las cuestiones relativas a la salud y la nutrición. En 2014 Covirán realizó una importante apuesta por el programa



LA COMIDA MÁS IMPORTANTE DEL DÍA

Los Desayunos Saludables de Covirán han llegado en 2014 a más de 500 niños, que han aprendido la importancia de comenzar el día con un desayuno nutritivo.



SALUD DESDE EL SUPERMERCADO

Covirán ha marcado determinados días importantes para el sector y ha desarrollado campañas de concienciación, con talleres de cocina, puntos de consejos, consultorías sobre nutrición, visitas escolares y charlas. Las principales acciones se enmarcan dentro de días especialmente remarcados como son:

-Día Internacional del Celíaco (27 de mayo).

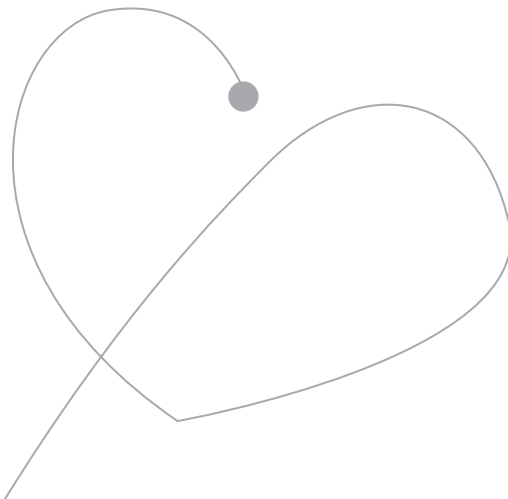
-Día Nacional de la Nutrición (28 de mayo).

-Día Mundial de la Salud (16 de octubre).



CONTRA LA POBREZA

En las provincias de Cádiz, Málaga, Granada y Almería se ubicaron 90 puntos de recogida de envoltorios de productos de la marca Gallina Blanca para donar comida al Banco de Alimentos, con un gran despliegue mediático para hacer más popular la iniciativa.



‘Cuidamos de ti y los tuyos’, acciones orientadas al fomento de los buenos hábitos y el consumo saludable. Este programa cuenta con el apoyo de distintos proveedores, en busca de sinergias dentro de la cadena agroalimentaria:



CONTRA EL CÁNCER

Una de las secciones de trabajo más importantes dentro de la responsabilidad de Covirán con la alimentación tiene que ver con la lucha contra el cáncer. La Cooperativa colabora con AECC desde hace varios años por ser una de las asociaciones cuya labor más interesa a los Socios y a la plantilla.

-Apoyo a la Asamblea provincial de AECC en Granada, con el desarrollo de tres concursos de alimentos oncosaludables.

-Carreras solidarias. Covirán participa en la marcha ‘Luchamos por la vida’, en Los Corrales de Buelna (Cantabria), desde hace cinco años; en la última edición participaron 6.000 corredores. También es uno de los patrocinadores principales de la Carrera de la Mujer contra el Cáncer de Mama (Granada), que tuvo el mismo éxito que la cita cántabra. Y del mismo modo, la Cooperativa colaboró con la competición ‘Un paseo por la historia’ de Linares (Jaén) a beneficio de asociaciones que apoyan la lucha contra esta enfermedad.

-Día Mundial contra el Cáncer de Mama. El pasado 19 de octubre de 2014 Covirán apoyó a la delegación granadina de AECC en su campaña de concienciación contra el Cáncer de Mama, colaborando en la divulgación de una dieta sana a través de un sorteo de cestas de productos.

CON LOS USUARIOS DE CÁRITAS

La participación en campañas para Cáritas y sus usuarios ha sido una de las más remarcables del año 2014. El 15 de septiembre se inauguró el Economato puesto en marcha por la delegación granadina de la organización, y para ello la Cooperativa ha colaborado con productos, formación del voluntariado, equipos informáticos, gestión de certificados, etc. En dicho economato las familias con menos recursos pueden comprar los productos que necesitan a precios adaptados a sus posibilidades, con el objetivo de dignificar el acto de la compra y brindar un apoyo psicológico indirecto valiosísimo. Los resultados de esta iniciativa han sido tan positivos que ya se está planeando la apertura de un centro de similares características en Toledo.



deporte

salud

nutrición



Covirán cuida de su gente



PARA LOS BANCOS DE ALIMENTOS

Covirán es una de las grandes empresas que colaboran de forma fluida y permanente con FESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos), en especial en su gran campaña de cara a las fiestas navideñas los días 28 y 29 de noviembre. En 2014 se consiguieron superar los 130.000 kilos de alimentos recaudados. Así se consolida también una estrategia de reaprovechamiento de excedentes aptos para el consumo, propia de una comunidad responsable con su entorno.

Participaron más de 50 Socios pertenecientes a las plataformas de El Ejido, Córdoba, Casabermeja, Atarfe, Jaén, Pamplona y Zaragoza.





SALUD EN EL TRABAJO

Covirán firmó en junio de 2014 su adhesión a la Estrategia de la Junta de Andalucía sobre Promoción de la Salud en el Lugar de Trabajo, impulsada por la Consejería de Igualdad, Salud y Políticas Sociales. Dicho documento se ha traducido en la puesta en práctica de talleres y programas para fomentar hábitos saludables en el entorno laboral, más allá del cumplimiento de la legalidad básica.



POR EL DEPORTE

La práctica de distintas actividades físicas no solo es un instrumento que permite vertebrar acciones atractivas sobre concienciación o reunión de apoyos de todo tipo. El deporte forma parte de una vida sana y es indisoluble de una buena alimentación. Con el apoyo y la sugerencia de los Socios, en muchas de las ocasiones, Covirán participa en distinta medida en competiciones y citas deportivas que refuerzan la imagen saludable de una empresa que funciona de una forma tan cercana al cliente final. Con el conocimiento de que el deporte es la llave perfecta para la puesta en marcha de acciones de responsabilidad social corporativa, la Cooperativa ha participado en eventos deportivos en Granada, Lugo, Sevilla, Almería, Zamora, Madrid, Murcia, Córdoba, Ávila, Santander, Ciudad Real, Vitoria, Mérida, Cádiz, etc. Y los patrocinios han ido desde el atletismo, la marcha urbana o la gimnasia rítmica hasta el ciclismo, el baloncesto o el fútbol.



POR LA CULTURA

La cultura también es un activo muy valioso para Covirán, y el nombre de la Cooperativa figura en carteles tan importantes como los del Festival Internacional de Música y Danza de Granada, donde fue patrocinador en 2014 de la obra Black el payaso (i pagliacci), celebrada con un rotundo éxito en el granadino palacio de Carlos V. Pero la empresa también ha querido estar presente en acciones de otras dimensiones, desde certámenes poéticos, fiestas vecinales de distintos rincones ibéricos y otras citas culturales en las que los propios Socios sugerían la participación de la compañía. Importantes patrocinios y apoyo a la cultura local, todo suma para fortalecer y difundir nuestra cultura.



Infancia

ALDEAS INFANTILES

La infancia es el futuro y a ella se dedican muchos esfuerzos en la responsabilidad social corporativa de Covirán. De las muchas actividades organizadas y de las muchas organizaciones con las que se trabaja de forma activa, destaca la labor emprendida junto a Aldeas Infantiles, como Constructores de Futuro.

Los niños y niñas que esta organización cuida en sus difíciles infancias llegan a la mayoría de edad y tanto Aldeas Infantiles como Covirán continúan apoyándoles para que entren con seguridad en el mundo de los adultos. Es un compromiso que la Cooperativa adquirió en 2008 y que mantiene debido a la importancia del cuidado de la infancia en su línea de actuación.



FUNDACIÓN CRECER JUGANDO

La campaña "Un juguete, una ilusión", impulsada por la Fundación Crecer Jugando y apoyada por RTVE, consigue implicar a buena parte de la ciudadanía en la venta de unos bolígrafos solidarios que durante la época navideña recaudan fondos para distribuir juguetes entre niños en riesgo de exclusión y en situación de pobreza. Socios de toda la

Península Ibérica han participado incluyendo en sus puntos de venta displays con estos bolígrafos. La casa Real lleva años mostrando su apoyo a la campaña y, en esta ocasión, la Reina Doña Leticia apoyó de manera personal la iniciativa, recibiendo y agradeciendo a las entidades colaboradoras, entre ellas, Covirán por su contribución a una infancia mejor.



JUVEÁNDALUS

En Granada, la habitual cooperación con la feria lúdica y navideña Juvenándalus ha ido más allá en su edición de 2014. Bajo el lema 'Comiendo sano y a buen ritmo' se pusieron en marcha de forma simultánea dos zonas de talleres, una dedicada a la nutrición saludable y otra a la práctica de deporte, en ambos casos con profesionales especializados que podían tratar directamente con un numeroso público infantil y familiar la importancia de una alimentación adecuada y de una actividad física regular, en la línea de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

Diversidad

Gestionar la diversidad desde la responsabilidad empresarial es amplio, complejo y transversal. Las diferentes capacidades, la edad, el género, y en general, todas las características de cada persona importan y han de ser tratadas de una forma analítica, profesional e igualitaria.

En esa línea, Covirán ha priorizado la integración de los colectivos en riesgo de exclusión a través de numerosas colaboraciones con diversas entidades, destacando:

PRINCIPALES COLABORACIONES

ANNE AXARQUÍA

Fundación Empresa y Juventud

Asociación 'A toda Vela'

Asociación ATECE-Guipúzcoa

Asociación de Autismo de Granada

Asociación AFANIAS

Asociación Granadina de Esclerosis Múltiple

Asociación Esclerosis Múltiple de Constantí

AMIVEL

Asociación de personas sordociegas de Castilla y León

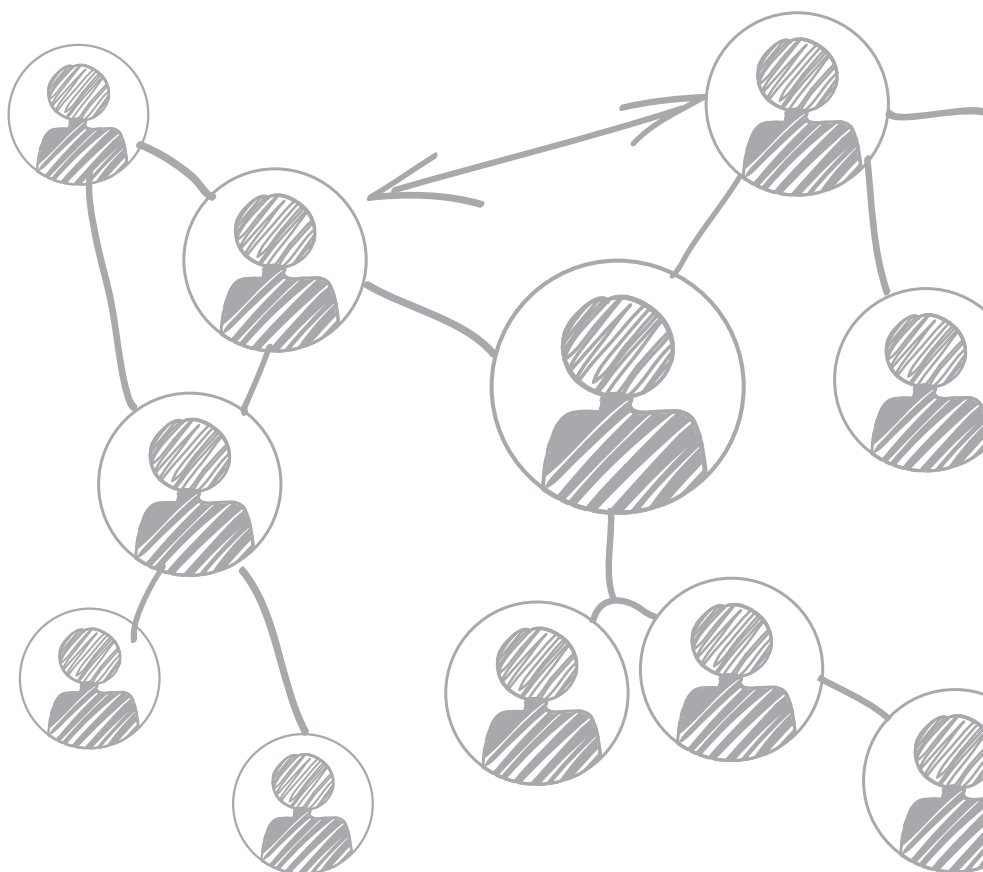
Asociación de Limitados de la Voz de Granada

ASPACE

GAEN

FEGRA DI

GRANADOWN



ACCESIBILIDAD UNIVERSAL CERTIFICADA

Covirán es, desde febrero de 2014, la primera empresa de distribución en España con un supermercado certificado en Accesibilidad Universal por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), basado en los requisitos de la norma española UNE 170001-2.

La Cooperativa confirma oficialmente que cuenta con herramientas, conocimientos y personal dedicados a

mantener y mejorar de forma continua este aspecto, con una acreditación que se extiende a la Escuela de Comercio, las zonas deportivas, el restaurante y el aparcamiento. La accesibilidad pasa de ser una característica diferenciadora de Covirán a una cuestión de filosofía de empresa, que empieza a extenderse entre los Socios y sus clientes como algo necesario para garantizar la igualdad de oportunidades en nuestra sociedad.



Premio Ability

Covirán ha sido capaz de transformar sus supermercados para hacerlos más accesibles a todos. Ese trabajo también ha tenido su recompensa. Su proyecto para hacer de los puntos de venta espacios accesibles, con independencia de la edad y capacidad de movilidad de sus clientes, quedó finalista de los Premios 'Telefónica Ability Awards'.



CAMPUS INCLUSIVO

Una de las grandes citas del año 2014 se produjo en septiembre con la visita de los alumnos participantes en el Campus Inclusivo de la Universidad de Granada, convocado por la Fundación ONCE y la Fundación Repsol junto al Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Veintiún alumnos de 4º de ESO y 1º y 2º Bachiller -13 con certificado de discapacidad y 8 sin discapacidad- acudieron dentro de este programa a la Plaza de la Ilusión, en Granada, en una ocasión irrepetible para comprobar el nivel de accesibilidad del supermercado, el restaurante y la Escuela de Comercio. "Me he sentido autónomo de verdad", afirmó uno de los alumnos con discapacidad. Y motivo de orgullo para la Cooperativa.

DÍA INTERNACIONAL DE LA DISCAPACIDAD

La Plaza de la Ilusión fue también testigo de una intensa actividad el Día Internacional de la Discapacidad, celebrado el 3 de diciembre. Diferentes acciones tuvieron lugar ese día:

- Deporte inclusivo. Las pistas de pádel situadas en la Plaza de la Ilusión, certificadas en accesibilidad universal, vivieron una jornada en la que participaron los deportistas de élite de esta disciplina Jesús Espejo Sánchez y Javier Ruiz Sánchez, combinando partidos inclusivos con partidos mixtos.
- Visita guiada. Usuarios de ASPACE Granada (Asociación Granadina de Atención a Personas con Parálisis Cerebral) realizaron esa misma mañana una visita guiada a las instalaciones de la Ilusión, conociendo de primera mano las facilidades que su supermercado inclusivo ofrece.



La empresa de telecomunicaciones distingue con el citado premio a las empresas e instituciones que apuestan por modelos de negocio sostenibles e integran a personas con discapacidad.

Precisamente, el supermercado Covirán la Ilusión fue nominado en la categoría de accesibilidad del entorno, alcanzando la fase final y reforzando así la apuesta de Covirán por la normalización, la integración y la igualdad.

Esta inclusión en el club Ability refuerza la apuesta de Covirán por la normalización, la integración y la igualdad de todas las personas, trabajando en su caso por adaptar sus espacios comerciales y mejorar la atención al cliente ofrecida en los mismos, especialmente hacia personas que tengan necesidades especiales.

Medioambiente

El plan director de Responsabilidad Social Corporativa de Covirán para 2014 se encuentra adscrito a los puntos 7, 8 y 9 del Pacto Mundial de Naciones Unidas, cerrando un marco desde el que poder definir unas directrices que puedan transponerse hacia niveles superiores e inferiores. Esta referencia permite medir éxitos y oportunidades, fideliza y crea negocio.

Este acuerdo internacional promueve diez grandes principios relacionados con los Derechos Humanos, las Normas Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción. En España cuenta con 2.600 entidades adscritas, de las cuales el 12% son grandes empresas y entre las que se encuentra Covirán.



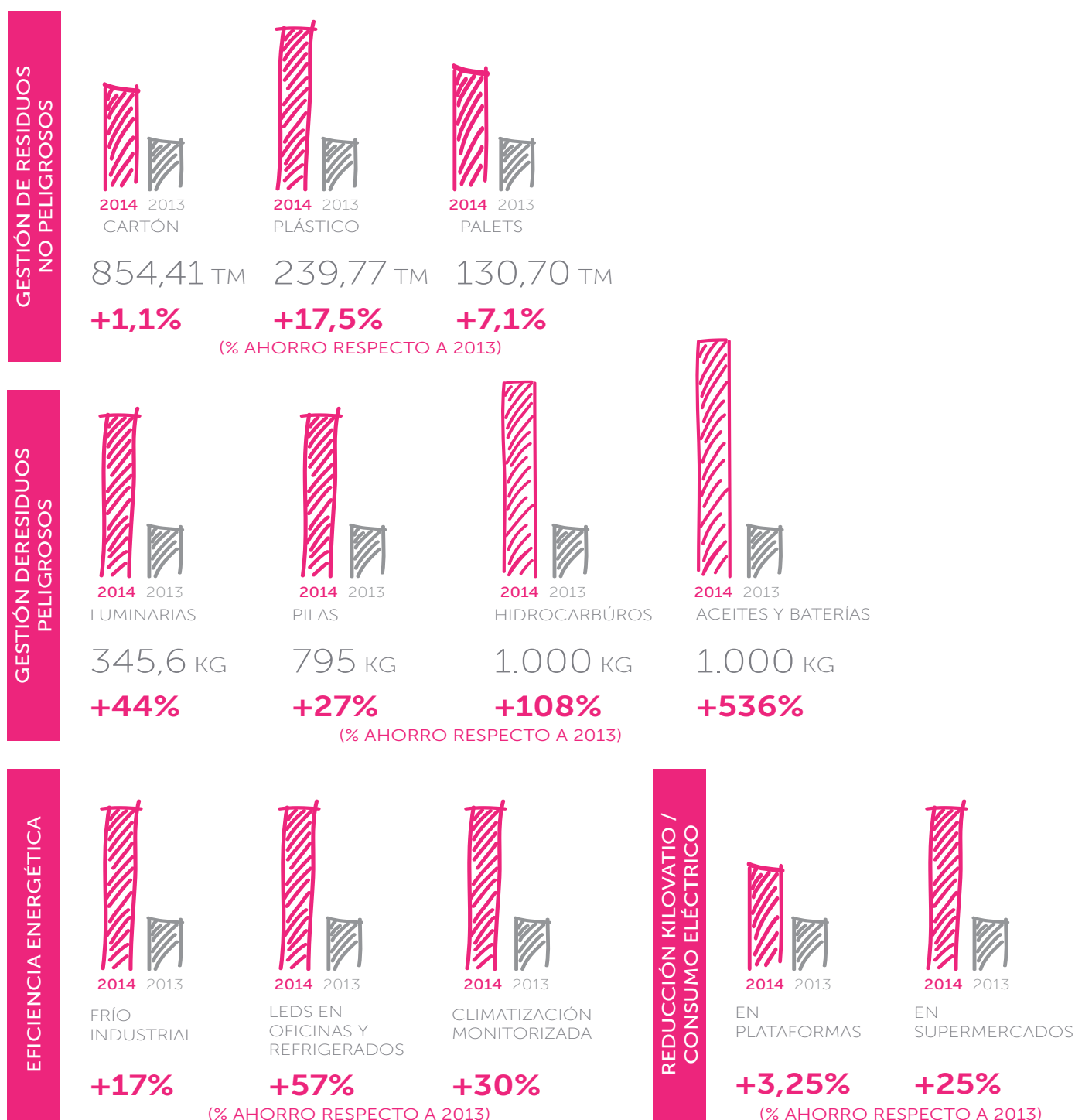
ECOLOGÍA EN CIFRAS

El Supermercado de la Plaza de la Ilusión llega a convertirse en 2014 en un faro que ilumina el camino que debería seguir este sector en años venideros en materia de responsabilidad social. Al tiempo que se conseguía la certificación en Accesibilidad Universal, cumple una función de sensibilización sobre sostenibilidad en el punto de venta, que llega a todos los Socios en forma de información valiosa sobre la rentabilidad que supone ser respetuosos con el medioambiente.

Por otra parte, la Cooperativa lleva años haciendo un buen trabajo en cuanto a la gestión de los residuos que genera su actividad, contribuyendo a minimizar el impacto negativo causado.

Tanto en la gestión de residuos no peligrosos como peligrosos, Covirán ha cerrado un año 2014 en el que las campañas de concienciación han dado los frutos deseados. Crecimientos especialmente destacables se encuentran en la recogida de plásticos y de aceites y baterías de vehículos, con una diferencia exponencial con respecto a años anteriores.

Estos avances permitirán consolidar la Cooperativa como referencia en gestión medioambiental, un esfuerzo que permite observar rentabilidad económica a medio plazo en beneficio de los Socios de Covirán. Principalmente a través del ahorro energético que suponen, que se traduce a su vez en una reducción de emisiones tóxicas hacia la naturaleza.





Retos de futuro

Expansión nacional e internacional

Covirán es hoy día la mejor solución para el detallista independiente de su sector, sin importar la ubicación del mismo o el marco territorial donde desarrolle su actividad. Una de las principales fortalezas de esta enseña es su adaptación a las particularidades de cada territorio, ya que su crecimiento va en paralelo a la necesidad de los Socios necesitados de una solución como la suya en cualquier punto geográfico; de ahí que el desarrollo, tanto nacional como internacional de Covirán, esté nuevamente en la hoja de ruta de la compañía para los próximos ejercicios.

En España la enseña seguirá siendo el referente por el que sin duda, apostarán muchos empresarios de cara a 2015, tanto en mercados maduros como en otros donde el recorrido y las posibilidades de crecimiento son mayores.



En esta línea, Covirán mira con atención a diversos territorios con mucha potencialidad de cara a 2015. Uno de ellos es el levante español, con posibilidades de crecimiento, al igual que las zonas de Canarias y Cataluña. En esta última Comunidad el objetivo es inaugurar una nueva plataforma de distribución cuando se alcance la masa crítica necesaria en 2015.

En el plano internacional el foco sigue centrado en los países vecinos. Con presencia ya en Gibraltar y, sobre todo, en Portugal, donde la Cooperativa ha consolidado su proyecto, la atención se dirige al vecino Marruecos donde, sin fecha en el horizonte de momento, se dan los pasos para valorar una incursión meditada de la mano de un Socio local.





Una red logística que mira al futuro

La red logística de Covirán se reestructura y adapta a las necesidades de los Socios y al proceso de crecimiento y expansión que vive la Cooperativa. Con el horizonte puesto en 2020, las plataformas de almacenaje y distribución están viviendo un proceso de reconversión que combina plataformas nodrizas con satélites. Es la fórmula de la empresa para estar más cerca de los productores, de los Socios y de los supermercados. En definitiva, para ser más eficientes.

En 2015 la apuesta por Madrid aportará la tan perseguida eficiencia, así como ahorros considerables a la Cooperativa y sus Socios. La nueva planificación de la red logística

hace que ahora la conexión de aprovisionamiento con las plataformas del norte sea mucho más corta y por lo tanto, menos costosa.

Nace el Proyecto Lean, basado en la búsqueda de la mejora continua. Bajo su marco se recogerán las propuestas de mejora desde dentro, optimizando los procesos de trabajo y permitiendo a los empleados de las plataformas ofrecer su propia visión de cómo mejorar el día a día de la propia labor que desarrollan.



Profesionalización y diferenciación: La Escuela de Comercio Covirán en el futuro

La formación a través de la Escuela de Comercio Covirán seguirá siendo una de las piedras angulares del desarrollo de Covirán, que aboga por la vanguardia y la innovación como llaves de futuro.

Para cultivar estas herramientas, en el horizonte de 2015 la Cooperativa se marca como retos un crecimiento progresivo de la actividad de la Fundación Covirán y, dentro de ella, la consolidación definitiva de la Escuela de Comercio Covirán.

Aparte de abordar contenidos que fomenten la competitividad de los puntos de venta, el centro formativo se irá abriendo paulatinamente a la sociedad.

Durante el año los programas formativos pondrán el acento, entre otras temáticas, en la Nutrición y la Salud, de modo que los socios, sus empleados y el cliente final adquieran

los conocimientos necesarios para llevar a cabo unos hábitos alimenticios saludables y, a su vez, hacerlos extensibles a los consumidores.

A esta interesante propuesta se unirán programas de formación online, charlas y seminarios, impartidos directamente por la Escuela y en los que también tendrán su espacio otros partners, como son los proveedores. Se profundizará así en el conocimiento nutricional de los alimentos y en aquellas temáticas relacionadas con el negocio que contribuyan a incrementar la calidad de vida y el conocimiento de los distintos grupos con los que se relaciona la Escuela.

En 2015 se reforzará, asimismo, la formación de los supermercados NCC. Su programa inicial se complementará profundizando en dos grandes cuestiones: su gestión económica y la mejora continua.

Se incidirá, por otra parte, en la importancia de un adecuado relevo generacional, con acciones concretas como conferencias dirigidas a los Socios de la Cooperativa y a aquellas personas interesadas en esta materia.

El centro afronta otros desafíos, entre éstos, ofrecer una formación reglada en el futuro, lo que implicará un importante salto cualitativo. El reto pasa por acreditar a la Escuela para la emisión de certificados oficiales/profesionales que dignifiquen la profesión.

Además, se seguirá trabajando para ser, a nivel nacional, una referencia a nivel formativo en el sector. Un camino que demuestra la clara apuesta de la Cooperativa por la educación y la profesionalización del colectivo como herramienta clave para construir un mejor mañana.

2015: Nuevas metas, nuevas cifras

2015 seguirá siendo un año complicado para el sector. A pesar de ello, Covirán tiene una previsión de crecimiento en el ejercicio del 7 %.

Covirán crece de la mano de sus Socios, detallistas independientes que encuentran en el modelo cooperativo de la enseña un paraguas de servicios cuyo desarrollo a título individual implicaría una inversión inasumible. Mejorar y ampliar estos servicios forma parte del reto de mejora continua de la Cooperativa.

En el punto de venta se trabaja en una tienda que garantice al cliente una experiencia de compra satisfactoria, cumpla con las expectativas del cliente y proyecte una imagen de grupo sólida e innovadora sin importar la ubicación de la tienda son algunos de los logros del NCC. Por eso la Cooperativa sigue trabajando en la evolución de un modelo al que ya se han adherido 129 establecimientos en todo el país. En 2015 se aspira a crecer en 55 supermercados más. En esta labor es fundamental la estrategia de extender a todas las plataformas el concepto, con al menos un supermercado de referencia en su zona de influencia.

Adelantarse a las necesidades del cliente seguirá siendo prioritario. Así, el software de planificación de la demanda ayudará en 2015 a anticiparse a las necesidades de aprovisionamiento. Inversiones como ésta, junto al trabajo que se está realizando con la definición del surtido, para optimizarlo y ajustarlo a las necesidades de cada tienda,

contribuyen a la rentabilidad. Una de las apuestas de 2015 en este sentido es el análisis que se está realizando del surtido, introduciendo el concepto de "misiones de compra" en función de los datos que arrojen los tickets de venta de cada Socio. Un estudio que permite a la Cooperativa detectar, entre otros matices, las estrategias más efectivas para cada tipología de establecimientos.

Y, como no, la tecnología está siendo protagonista en los retos de Covirán, que entiende esta inversión como clave en la mejora de la eficiencia operativa y en la diferenciación respecto a otras empresas del sector. A inversiones como el demand planner, la intranet en la nube o el picking por voz se le añade la modernización del propio ERP de la Cooperativa. Con todo, la gran apuesta tecnológica de cara al Socio es Covigés 3.0, la evolución del software de gestión de punto de venta a una nueva versión que dota a cada supermercado de las herramientas más avanzadas para garantizar un futuro de éxito.

Así, Covigés 3.0. incorpora prestaciones que preparan a los supermercados de la cadena para un escenario en el que la venta electrónica adquiera dimensiones mayores, ayudando a gestionar el reaprovisionamiento de la tienda y el desarrollo de herramientas propias de fidelización del cliente.



**La Placa
al Mérito en
el Comercio**



Como broche de oro recibimos la mayor distinción del Estado en materia de comercio:

La Placa al Mérito en el Comercio que el pasado mes de octubre entregó el Ministerio de Economía y Competitividad a Covirán reconoce su contribución al desarrollo económico y social de los municipios donde allí tiene presencia, ya sea en España o en Portugal.

Es la labor ejemplar a 53 años de sacrificio y esfuerzo que han situado a Covirán como la primera cooperativa agroalimentaria de la península.

El Consejero Delegado de Covirán, Luis Osuna, recogió el premio de manos del Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, quien subrayó la evolución ascendente de la Cooperativa en materia de empleo, que suma casi 15.000 puestos de trabajo; y su apuesta por la internacionalización en Portugal, donde ya es la quinta enseña de su sector en este país.

profesionalidad internacionalización
modernidad cercanía
solidez **servicio**
experiencia responsabilidad social