

GRUPO COVIRAN



MEMORIA ANUAL 2015

COVIRAN

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 04 |
| El Grupo Covirán en 2015. Introducción y resumen gráfico | 04 |
| Carta del Presidente - CEO Grupo Covirán | 08 |
| Grupo Covirán | 12 |
| 01. La actividad de la compañía | 20 |
| Covirán en la cadena agroalimentaria | 22 |
| Evolución en cifras | 24 |
| Crecimiento social continuado | 26 |
| 02. El apoyo de un gran grupo | 28 |
| Una política comercial para crecer | 31 |
| El marketing al servicio del Socio | 36 |
| Servicios para ganar eficiencia | 42 |
| El valor de una comunicación estratégica | 46 |
| Y siempre asesorados | 48 |
| 03. Expansión imparable | 50 |
| Consolidación del Grupo Covirán en España | 52 |
| Proyecto internacional consolidado: Portugal | 54 |
| La eficiencia logística, imprescindible para el crecimiento futuro | 56 |
| 04. Innovación y transformación digital | 60 |
| NCC: la tienda 10 en continua adaptación | 64 |
| La tecnología al servicio del Socio | 68 |
| Canales de comunicación que nos acercan | 70 |
| Dispositivos móviles interactivos | 72 |

| | |
|--|------------|
| 05. Desarrollo profesional y formación | 74 |
| A la vanguardia en formación | 76 |
| Escuela de Comercio Covirán | 78 |
| Programas formativos | 80 |
| Un día en COVIRAN 10 | 82 |
| Una Escuela abierta a su entorno | 84 |
| En busca del talento | 85 |
| Empleo de calidad | 86 |
| 06. Acción Social | 88 |
| Accesibilidad universal | 91 |
| Salud, nutrición y deporte | 93 |
| Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro | 96 |
| Lucha contra el desperdicio alimentario | 98 |
| Medio ambiente y sostenibilidad | 100 |
| 07. Reconocimientos | 102 |
| Premio Asepeyo a la mejor práctica preventiva | 104 |
| Premio Ejecutivo de Andalucía a Luis Osuna por la revista Andalucía Económica | 104 |
| Medalla de Oro de la Provincia a Covirán otorgada por la Diputación de Granada | 104 |
| Premio Empresa del Año revista Ejecutivos | 105 |
| Premio solidario 2015 de la Once | 105 |
| 08. 2016, el año del 55 aniversario | 106 |
| 55 Aniversario de Covirán | 110 |

EL GRUPO COVIRAN EN 2015

Los hitos alcanzados

El ejercicio 2015 ha estado marcado nuevamente por un crecimiento continuado del Grupo en todos sus ámbitos y una de las principales claves de este crecimiento ha sido la optimización. Si para algo han servido los duros años de crisis es para entender que sin nuevas estrategias, sin nuevas inversiones y sin la confianza en la filosofía de la empresa, resulta imposible ningún crecimiento. **Cabe destacar que este es el primer ejercicio en el que la compañía presenta su memoria del Grupo Covirán.**

La facturación es el mejor índice del sólido crecimiento de Grupo Covirán en la Península ibérica. Así, las ventas brutas bajo enseña han superado los 1.215 millones de euros, alcanzándose una cuota de mercado del 1.7% en España y del 0.7% en Portugal, cifra que se eleva considerablemente hasta el 5.5% y el 0.7% en ambos países, si tenemos en consideración únicamente los establecimientos de menos de 1.000 metros cuadrados. Igualmente relevantes son las cifras de inversiones de la Cooperativa y sus asociados, que ascienden conjuntamente a 21 millones de euros, dando muestras de la aportación de esta compañía al panorama socioeconómico ibérico. Esta cantidad se eleva a 172 millones de euros si sumamos las inversiones efectuadas desde 2008. La relevancia de estas cantidades alcanzadas por la Cooperativa y su masa de asociados, reflejan la dimensión actual de esta compañía.

Una de las claves del crecimiento del Grupo en 2015 ha sido la optimización.

Situarse en el Top 10 de la distribución no es sencillo y una Cooperativa como esta puede estar satisfecha de haber alcanzado este hito gracias al empuje de sus Socios y empleados, protagonistas de un proyecto con un gran futuro a tenor de los resultados.

En un mercado donde reina la competitividad por sí misma, es indispensable contar con una imagen de marca diferenciada, homogénea y que transmita a la perfección el

espíritu de la empresa. Pensar en Covirán es pensar en su calidad, su cercanía, en su servicio directo y en la esencia de sus Socios y del servicio que estos reciben. Miles de rostros, cada uno con una voz y unas expectativas, están detrás de esa marca, ahora más conectados, más preparados que nunca, más seguros y con la satisfacción de saber que entre todos se escogió el camino correcto.

Covirán se ha convertido por méritos propios en un actor principal en su sector como demuestra su pertenencia a diferentes organizaciones sectoriales y empresariales como Asedas o CAEA, en su junta directiva u ostentando la presidencia. Así, pone en primera línea a sus 2.825 Socios, la defensa de sus intereses ante la administración y la mejora del marco de actuación de los supermercados de proximidad frente a otros modelos de negocio.

Para una Cooperativa en continua expansión resulta fundamental que Socios, empleados y proveedores caminen unidos hacia la mejor gestión de los recursos, algo que repercute en la calidad que reciben los consumidores y en la sociedad en conjunto.

Además de la unión, ayudan al logro de estos resultados la apuesta por la profesionalización realizada por Covirán. En el plano de la formación, 2015 ha servido para afianzar la Escuela de Comercio con la innovación como timón: un total de 1.733 alumnos se han formado en más de 150 cursos que la Escuela ha llevado allá donde ha estado el Socio, ya fuera en la sede de Granada, a través de su portal online y en los propios puntos de venta, incluidos los de Portugal.

Igual de importante es su Nuevo Concepto de tienda, con un crecimiento imparable hasta los 159 establecimientos, referencias todos ellos de la vanguardia en el punto de venta; o su Fundación, creada este año y cuya misión es aportar valor a la sociedad donde está inserta y favorecer el conocimiento en las diferentes áreas donde se desarrolla. Con ese espíritu, y en su apuesta por la innovación y la investigación, durante 2016 se materializará el primer Premio de la Fundación Covirán, un galardón al mejor producto o idea de producto elaborado a base de frutas o verduras que aporte un valor diferencial a los consumidores y que contribuya a una alimentación saludable.

2015 ha sido también un año importante para la consolidación de su modelo en Portugal y para continuar abordando la digitalización de la compañía, aspectos ambos más que importantes en el presente y en el futuro de Covirán, un futuro que apunta a 2020 como meta, como horizonte en el que se espera la consecución de importantes logros

que no hagan más que confirmar el buen porvenir de la empresa, donde el impulso de la red logística, la apuesta continua por la mejora de la productividad, la formación o el servicio al Socio, serán claves que ayuden a mejorar todos los aspectos del modelo de la empresa sin perder de vista su esencia ni ninguno de los pequeños detalles que la hacen grande.

La participación activa y siempre responsable de Covirán con la sociedad, la han llevado a formar parte de distintos foros y a favorecer acuerdos en beneficio de la estabilidad de la cadena agroalimentaria, como el suscrito en septiembre relativo al sector lácteo, momento en que la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente resaltó la importancia de este plan de apoyo ya que supone la unión de fuerzas de toda la cadena de valor para dotarlo de estabilidad y sostenibilidad.

La lucha contra el desperdicio alimentario ha seguido siendo una constante en 2015, teniendo voz Covirán como miembro de AECOC, en un comité creado para tal fin en el que se lleva años trabajando para concienciar sobre la importancia de evitar el despilfarro de alimentos en la empresa y el hogar.

En 2015 también se han seguido dando pasos para garantizar un futuro basado en el trabajo responsable. Concretamente, la Asamblea de Socios aprobó por unanimidad el Código de Buen Gobierno y Buenas Prácticas Corporativas, que garantizan una gestión ética y transparente de la compañía por cada uno de sus miembros, vital hoy día para cualquier entidad que quiera gozar de un mañana de éxito.

La presente Memoria del Grupo servirá para analizar cómo ha evolucionado la Cooperativa en los últimos doce meses, consolidándose más si cabe como un actor principal del sector de distribución detallista en España y Portugal. Nuevamente, sus Socios y empleados han sido el pilar fundamental, y las cifras así lo demuestran: 2015 se cerró con 2.825 Socios, 14.582 empleados y un total de 2.549 supermercados que operan bajo su enseña en España y Portugal, ascendiendo esta cifra a 3.270 negocios adheridos.

COVIRAN EN 2015

PRINCIPALES MAGNITUDES



Cuotas

Cuota Mercado



Cuota Mercado Supermercados < 1.000 m²



Ventas Brutas Bajo Enseña

TOTAL GRUPO



ESPAÑA



PORTUGAL



Volumen de negocio



2014



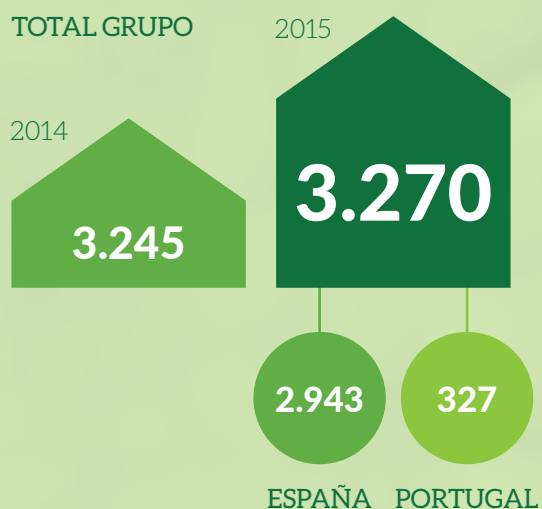
2015

+4% respecto 2014

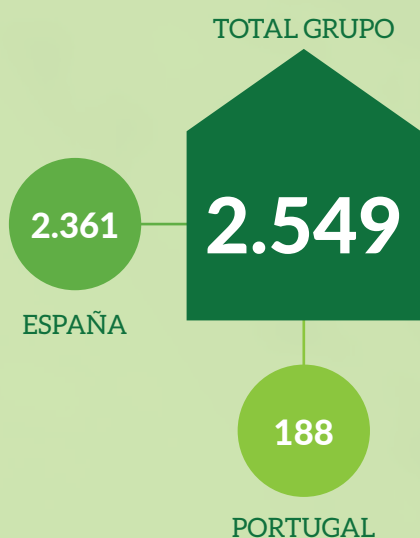


Nº de establecimientos

Negocios Adheridos



Número Supermercados Bajo Enseña



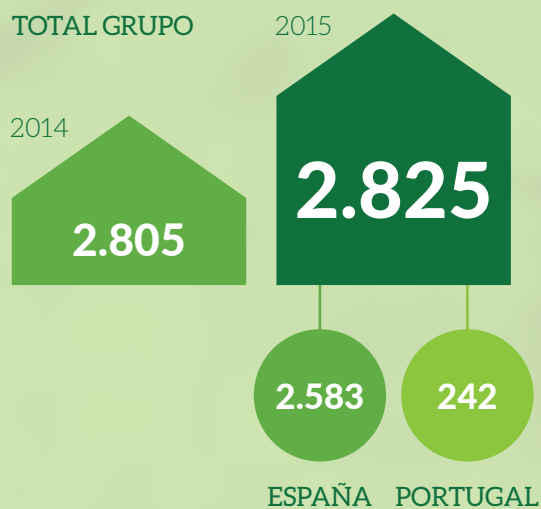
TOP 10

Distribución Nacional

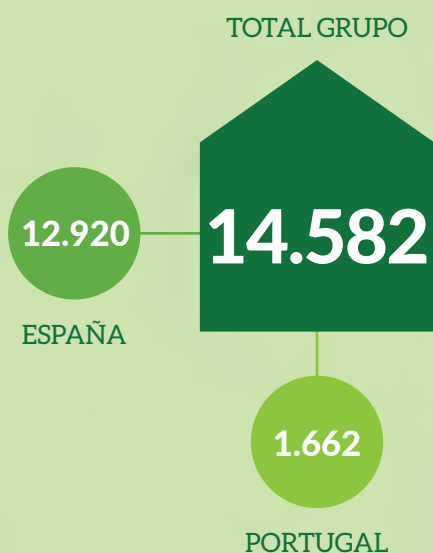


Balance

Socios



Empleo



91% empleo indefnido

CARTA PRESIDENTE - CEO GRUPO COVIRAN

Nuestro Grupo Cooperativo Covirán ha avanzado mucho en 2015. Sobre la base de un modelo de negocio basado en la proximidad, tenemos el proyecto más ilusionante del sector de la distribución en la Península Ibérica.

Estimados Socios,

El ejercicio 2015 ha estado marcado nuevamente por el crecimiento de nuestro Grupo en todos los ámbitos, prueba inequívoca del esfuerzo y la profesionalidad de todos nuestros Socios y trabajadores, los cuales, con su dedicación y compromiso han contribuido a alcanzar los retos que nos habíamos propuesto.

Quiero destacar especialmente en esta Memoria anual, primera que realizamos como Grupo Covirán, el esfuerzo realizado por los pequeños y medianos empresarios que forman nuestro Grupo cooperativo y que, un año más, han impulsado el crecimiento de esta Cooperativa y promovido la satisfacción del cliente final en un entorno cada día más competitivo. La contribución de nuestro modelo, basado en la Economía Social, es clave para la creación de empleo estable y de calidad, así como para la riqueza económica y la cohesión social en todos los territorios donde estamos presentes dentro de la Península Ibérica, 1.270 municipios de España y 17 de los 18 distritos Portugueses, además de las dos regiones autónomas de Azores y Madeira.

Este año, por primera vez, como queda reflejada en la presente Memoria, ofrecemos nuestros datos por enseña, dando un paso más, ahora que disponemos de la información detallada por cada punto de venta bajo la enseña Covirán, por lo que nos permite mostrar la cifra real de impacto de nuestra compañía. Merece la pena reseñar, entre otras cuestiones, la cuota de mercado bajo enseña, que alcanza el 1,7% dentro del mercado español, cifra que se sitúa en el 5.8% si hacemos referencia a los establecimientos de 1.000 metros.

Al cierre del año 2015 alcanzamos los 14.582 puestos de trabajo, de los cuales 12.920 están en España y 1.662 en Portugal. En la actual situación socioeconómica, es destacable el porcentaje de empleo indefinido de nuestra fuerza laboral, situándose en un 91 %, y nuestra media salarial, la cual está situada por encima de la media del sector, con una cifra de 1.337 euros.

Un dato de especial importancia en nuestro modelo es el mayor impacto que tiene en la creación de empleo por encima del resto de operadores nacionales, triplicando el empleo generado por cada millón de euros vendidos, algo de lo que, sin lugar a dudas, nos sentimos especialmente orgullosos.

Las ventas brutas bajo enseña han ascendido en 2015 a 1.215 millones de euros, entrando Covirán de esta manera en el Top 10 de la distribución nacional. En Portugal el proyecto sigue su desarrollo, y hemos superado los 100 millones de euros. El volumen de negocio del Grupo cooperativo ha crecido un 4% alcanzando los 640 millones de euros; este crecimiento es del 7% si tomamos como referencia las unidades. Asimismo nuestro crecimiento ventas comparables ha estado situado por primera vez en los últimos años por encima del 2%, dando muestras del buen trabajo realizado en los puntos de venta.

Quiero también destacar el papel desempeñado por el Grupo Covirán en la contribución al desarrollo rural en Iberia, generando una importante actividad económica y empresarial y, en muchos casos, facilitando la permanencia de nuestras empresas a través del relevo generacional y todo ello bajo la fórmula cooperativa, produciendo riqueza en el entorno local más próximo, generando empleo y redistribuyendo el beneficio de una manera más social. En este sentido el Cash Flow Social correspondiente al ejercicio 2015 se ha incrementado por encima del 4% respecto al año anterior y asciende a los 543 millones de euros. Nuestra compañía trabaja de la mano de sus Socios fortaleciendo el tejido social y empresarial local, destacando el esfuerzo inversor conjunto de Socios y Cooperativa, hasta los 21 millones de euros de inversión en 2015, cifra que se eleva hasta los 172 millones de euros desde 2008, años en los que hemos seguido apostando por la inversión como palanca de crecimiento.



Covirán, primera Cooperativa de detallistas independientes de la Península Ibérica, aspira a ser el Grupo líder de los supermercados de proximidad en los mercados donde está presente y con esa visión, afrontamos los retos de un futuro con unos valores sólidos como el compromiso, el trabajo responsable, la igualdad y el cooperativismo. Dentro de la estrategia de nuestro Grupo destaca el enfoque de sostenibilidad en todas sus políticas así como la búsqueda de la eficiencia en los procesos dentro de la cadena alimentaria que contribuya a su desarrollo también sostenible. Junto a su dimensión económica, financiera y social Covirán ha implantado acciones y políticas de sostenibilidad y corresponsabilidad con la sociedad y nuestro entorno, donde destacan la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, los acuerdos con entidades sin ánimo de lucro como Aldeas Infantiles, Unicef, Cáritas, Proyecto Hombre o la AECC, el impulso de convenios que promuevan la integración social y laboral de colectivos en riesgo de exclusión o la estrecha colaboración con los Bancos de alimentos. Destaca también la adhesión para la lucha contra el desperdicio alimentario o la participación en el Pacto contra la pobreza infantil en Andalucía. Además, este año hemos implantado nuestro Código de buen gobierno corporativo y buenas prácticas con objeto de garantizar el respeto a las normas y una conducta ética en nuestro ámbito laboral. Asimismo, hemos contribuido a la eficiencia y a la estabilidad de la cadena agroalimentaria con acuerdos como el firmado en favor de la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor en el sector lácteo.

Ha sido también el 2015 un año de reconocimientos de ámbito local, regional y nacional, que se unen a los ya conseguidos por la Cooperativa en años anteriores y que nos anima a seguir trabajando en la misma línea que hasta ahora.

De cara a 2016, año en el que Covirán conmemora su 55 aniversario, mantendremos vigente nuestro

compromiso como generadores de actividad económica y empleo estable. En los próximos años, y dentro del marco del Plan estratégico Covirán 2020, nuestro esfuerzo se concentrará en la rentabilidad de nuestros Socios, en seguir ganando cuota de mercado y consolidar nuestra expansión nacional e internacional como principales retos, todo ello junto a la constante modernización de nuestras tiendas y nuestra apuesta por la profesionalización del colectivo de la mano de nuestra Escuela de Comercio. Estoy convencido de que con el esfuerzo de nuestro equipo vamos a lograr todos los objetivos propuestos y por ello vamos a seguir trabajando con el entusiasmo de saber que contribuimos de forma eficaz al desarrollo económico y que nuestro espíritu de trabajo y mentalidad cooperativista, unida a la innovación y a la formación continua de nuestros equipos, serán claves para el desarrollo futuro.

Queda un largo camino por recorrer juntos. Socios, trabajadores, clientes y colaboradores estamos llamados a afrontar nuevos y apasionantes retos.

Tenemos la ilusión, tenemos las ideas y el proyecto adecuado. Pero, ante todo, tenemos un capital humano, Socios y Empleados, inigualable. Gracias por creer en Covirán.

Un saludo.

Luis Osuna, Presidente - CEO Grupo Covirán

MENSAJE DE JOSÉ MARÍA URBANO

PRESIDENTE DEL CONSEJO RECTOR DE COVIRAN



Nuevamente y a tenor de los resultados, Covirán termina 2015 con la satisfacción de haber sabido estar cerca de sus Socios, escuchándolos y apoyándolos para dar respuesta a sus necesidades, ante un entorno cambiante y cada día más competitivo. Es ese y no otro nuestro principal objetivo, dar respuesta a los requerimientos de nuestros más de 2.800 asociados, esta es la clave del crecimiento de una empresa que ha sabido hacer del trato cercano y personalizado hacia el Socio y al cliente uno de sus principales baluartes.

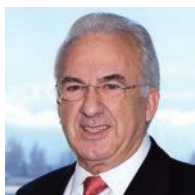
Si ha habido una palabra clave en 2015, esa sería Compromiso. Porque como he remarcado en cada una de las reuniones celebradas en todas las Plataformas, en las que una vez más he tenido el gusto de estar presente, hoy más que nunca, este compromiso es un imperativo para seguir con la buena trayectoria de la empresa y gozar de un futuro de éxito. Tenemos que incrementar el vínculo de cada uno de nosotros hacia la que es nuestra empresa, Covirán. Incrementar por tanto, el orgullo de pertenecer a esta gran Cooperativa. Esto será importante no solo de cara a los próximos años, sino ahora en el presente, por lo que deberemos hacer un esfuerzo que vaya más allá del plano particular, para seguir aportando cada uno nuestro grano de arena en beneficio de todo el colectivo, en beneficio de nuestra gran empresa.

Un saludo.

José María Urbano Pérez, Presidente del Consejo Rector

MENSAJE DE ANTONIO ROBLES

PRESIDENTE DE HONOR Y DE LA FUNDACIÓN COVIRAN



Aprovecho estas líneas, una vez más, para poner en valor la gran contribución de nuestra empresa a una sociedad mejor, gracias en buena parte, al trabajo conjunto de la Cooperativa y también de sus Socios, muy comprometidos con la realidad más próxima.

Trabajar bajo los valores que promueve el cooperativismo para contribuir a un entorno más justo y con menos desigualdad, es sin duda, uno de los objetivos de la Fundación Covirán, como también lo es apostar por la innovación y la investigación como pilares sobre los que sustentar el desarrollo de nuestra sociedad con miras a un futuro mejor.

En 2015, hemos seguido trabajando para generar empleo y riqueza, apoyando a colectivos en riesgos de exclusión; hemos colaborado con entidades en favor de la infancia y de los más necesitados y hemos avanzado para que nuestros supermercados sean más accesibles para todo tipo de personas, sin olvidar nuestra estrecha colaboración con los Bancos de Alimentos, a los que apoyamos en la gran labor que realizan cada día. Estos son solo algunos ejemplos que fundamentan la constitución de nuestra Fundación Covirán, en la que se integra nuestra Escuela de Comercio, que desde 2013 trabaja para lograr una cualificación excelente de todo nuestro colectivo.

Desde aquí, manifestar por tanto nuestro compromiso con el desarrollo de la sociedad en todos los pueblos y ciudades donde estamos presentes, nuestro compromiso con todas esas personas que forman parte de la historia de Covirán.

Un abrazo.

*Antonio Robles Lizancos, Presidente de Honor
y de la Fundación Covirán*



GRUPO COVIRAN

UNA ESTRUCTURA DE FUTURO

En 2015 la Asamblea general de Socios de Covirán aprobó por unanimidad reforzar su estructura societaria, con la constitución del Grupo Covirán, el cual está presidido por Luis Osuna y cuyo Consejo de Administración se compone por el resto de Socios miembros del Consejo Rector de la Cooperativa.

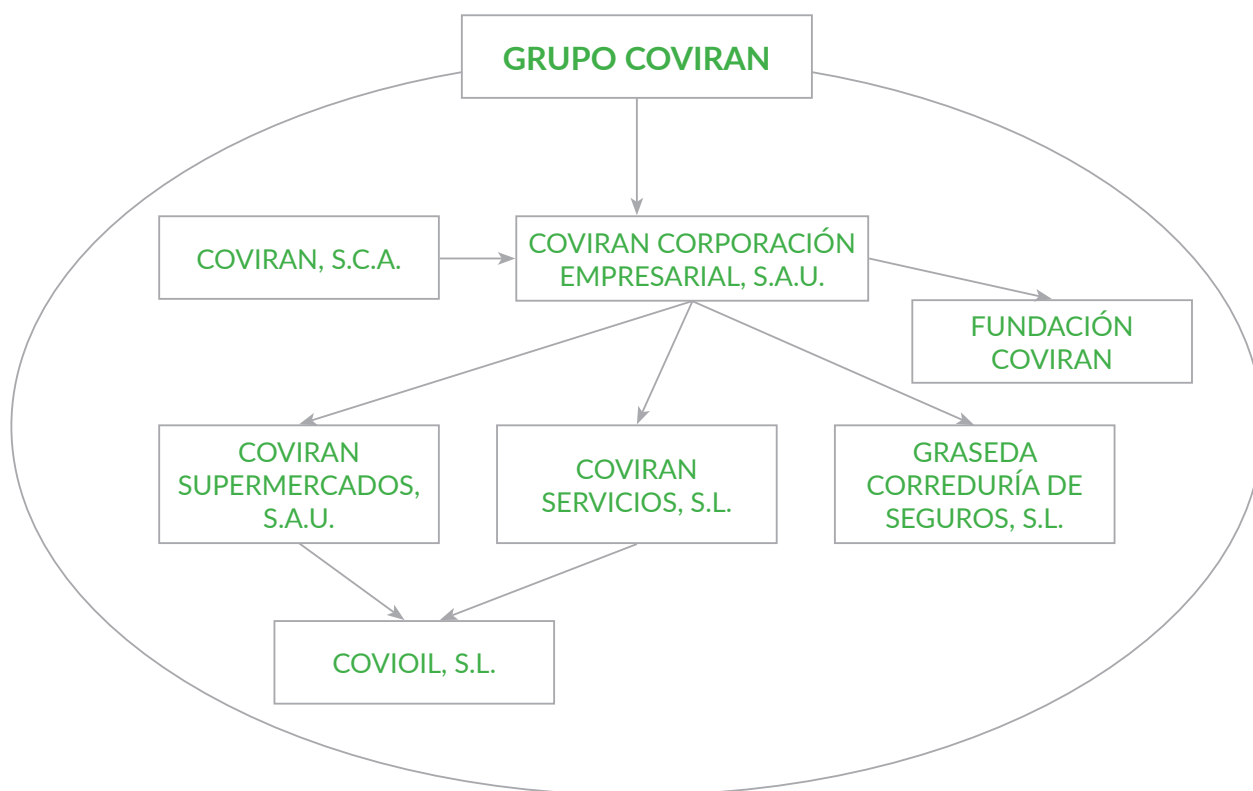
El Grupo Covirán aglutina además de la Cooperativa, al resto de sociedades con las que esta cuenta, entre otras, la Corporación Covirán, las sociedades de servicios al asociado, su correduría de seguros y la empresa Covirán supermercados.

Su creación responde a la estrategia de Covirán de reforzar su capacidad de suministrar servicios al Socio y dotar a su estructura de la agilidad que requiere una empresa con su dimensión, con 3.270 negocios adheridos, en la toma

de decisiones. Fundamental es también el incrementar su profesionalización en todas las áreas de su negocio.

A partir de ese momento, desde el Grupo se definirá la estrategia global de todas las empresas que forman parte del mismo y será desde este órgano desde donde se ejercerá el control presupuestario y financiero de todas ellas. De él dependerá el Área de Auditoría del Grupo.

Covirán adapta así su estructura para dar respuesta a los retos futuros de la compañía, ganando agilidad e incrementando la profesionalización en sus órganos de decisión. Sin duda, forma parte del éxito de esta empresa el haber sabido adaptarse en cada momento a las necesidades del entorno y del mercado, siendo este paso prueba de ello.



Organigrama del Grupo Covirán

PARTICIPACIÓN ACTIVA DEL SOCIO

En esta evolución de la estructura para el crecimiento imparable de la Cooperativa y su expansión geográfica se ha hecho imprescindible potenciar canales, encuentros y órganos que faciliten al Socio su participación activa en Covirán.

Las reuniones de Socios en las plataformas de distribución son uno de los canales más consolidados para tratar temas concretos y generales de la Cooperativa y para acercarse a su vez al Socio, de forma fácil, cómoda y personalizada. Se trata de poner a su alcance toda la información relativa a Covirán y ofrecerles un canal más para opinar y formar parte de las decisiones que atañen a la Cooperativa.

Como novedad, en 2015, se gestó un importante proyecto que contribuye a fortalecer la compañía, la comunicación bidireccional Socio-Cooperativa y la participación y representación de todos los asociados con independencia

de la Plataforma a la que pertenezcan: los Consejos Territoriales y el Conselho Social Portugal a propuesta del Presidente - CEO del Grupo Covirán.

El Consejo Rector ha entendido la relevancia de desarrollar un órgano consultivo para incrementar la participación del Socio con su Cooperativa. Un órgano donde el Socio con sus ideas y propuestas pueda ayudar al crecimiento de la Cooperativa y al que trasladar, a petición del Consejo, propuestas para analizar. De forma voluntaria, a finales de año se han presentado las diferentes candidaturas por cada una de las plataformas de distribución, exponiendo los Socios los motivos por los que se postulan y sometiendo posteriormente a la votación por parte de sus compañeros a través de la intranet, en un proceso transparente y abierto a todos. Sin duda, Socios y Cooperativa ganarán compartiendo con este órgano que comenzará a trabajar en 2016.



Plataforma de Coslada, Madrid

Luís Osuna Hervás
Presidente - CEO Grupo Covirán

José María Urbano Pérez
Presidente del Consejo Rector

Antonio Robles Lizancos
Presidente de Honor

Marcial Ros Muros
Vicepresidente del Consejo Rector

Francisco Javier López Romero
Secretario del Consejo Rector

Antonio Rodríguez López

Enrique López Sánchez

Javier Vidondo Ilincheta

José Luís Bravo González

José Muñoz Domínguez

Juán Antonio Rodríguez Fernández

Manuel Barrios Delgado

Pedro Félix Lavín Poveda

Tomás Muñoz Arjona

Vicente Robles García

Miguel Ángel López Hiraldo
Representante de los trabajadores en el
Consejo Rector

Francisco de Paula Torres García
Letrado asesor



CONSEJO RECTOR



Luís Osuna Hervás
Presidente - CEO Grupo Covirán

María Aguilera Jiménez
Directora General de Negocio

Rafael Cortés Rodríguez
Director General Finanzas y
Operaciones

Joaquín Carceller Angulo
Director División de Compras

Javier Peña Avilés
Director División de Ventas

Juan Antonio Pérez Robles
Director División de Operaciones

Silvia Miranda Boussidan
Directora División de Marketing y
Soluciones de Negocio

Carlos Martínez Castilla
Director Área Jurídica



Componentes del Comité de Dirección del Grupo Covirán

COMITÉ DE DIRECCIÓN



COVIRAN, MODELO DE ÉXITO



Visión

Ser el Grupo cooperativo líder de los supermercados de proximidad en los mercados donde estemos presentes.

Misión

Proporcionar a los detallistas independientes, a sus clientes y a la sociedad, supermercados de cercanía a través de una oferta integral de negocio, basados en la rentabilidad, la confianza, la cooperación y la generación de crecimiento en la económica local.



Hay conceptos fundamentales para una empresa. Conceptos como Misión, Visión y Valores son el pilar de toda organización, más allá de su formato jurídico.

Y es que las organizaciones que, como Covirán, tienen vocación de futuro y quieren perdurar en el tiempo generando éxitos de forma constante, han de mantener determinados parámetros bien definidos. Es el caso de su Misión, Visión y Valores, que constituyen la base de su estrategia sobre la que sustentar su crecimiento de hoy y mañana.

Es importante que todos los miembros de Covirán y los grupos de interés con los que se relaciona la compañía conozcan estos conceptos, se alineen y se sientan identificados con ellos en la consecución de los objetivos comunes trazados.

En Covirán, estos fundamentos han hecho que la empresa sea hoy un Grupo que ha conseguido aunar los intereses y voluntades de 2.825 Socios y 14.582 empleados, creándose un equipo humano dispuesto a trabajar por un proyecto con futuro.



La Actividad de la compañía | 01

COVIRAN EN LA CADENA AGROALIMENTARIA

Durante el año 2015, Covirán ha conformado una pieza fundamental en el sector agroalimentario ibérico, participando de forma significativa en la eficiencia de su sector, desempeñando un papel estratégico como entidad de economía social que es. Su vocación vertebradora del sector y de la economía en la península se ha convertido en un puente entre el sector productor y el mercado final, en beneficio del cliente. Innovación, productividad, inversión y trabajo constante forman parte de la esencia de esta compañía que, por su forma de trabajar y de la mano de sus miles de socios, colabora para fortalecer una cadena agroalimentaria que aporte valor a la sociedad a través de una gestión sostenible y eficiente.

El proyecto Covirán apuesta por hacer partícipes de su éxito a sus proveedores y al resto de agentes que, dentro de la cadena, comparten con ella objetivos e intereses, y lo hace a través de relaciones basadas en la confianza, la transparencia y el crecimiento mutuo, con un marco de colaboración beneficioso para todas las partes. Creer en el valor compartido, en los productos de origen español, en nuestra industria y en nuestro sector, hacen que Covirán se haya ganado por méritos propios un lugar de referencia en la distribución ibérica.

EVOLUCIÓN EN CIFRAS

Incluso en los años más duros de la crisis, Covirán siguió apostando por inversiones, por la internacionalización, la innovación, la generación de puestos de trabajo y la formación. Es por ello que el Grupo supo aprovechar muy bien 2015 y cerró el ejercicio con resultados positivos, por encima de la media del sector.

Los resultados alcanzados en 2015 avalan el buen trabajo llevado a cabo en los últimos doce meses. El Grupo ha crecido en todas sus principales magnitudes, logrando unas ventas brutas bajo enseña que superan los 1.215 millones de euros. El volumen de negocio ha sido un 4% superior a 2015, al igual que ha aumentado el beneficio neto un 35% hasta los 0,92 millones de euros y el Ebitda, hasta los 7,23 millones.

Covirán consiguió en 2015 incrementar su cuota de mercado, que alcanza ya el 1,7% en España y el 0,7% en Portugal, cifras que se elevan a cerca del 5,5% en España si solo se tienen en cuenta los establecimientos de mil metros o menos.

Detrás de este balance está el esfuerzo de los empleados y Socios de Covirán, que suma más de 3.270 negocios adheridos a cierre de 2015.

Este último año ha sido un año positivo para la Cooperativa, con buenos resultados pero sobre todo se ha reforzado un modelo que hoy día es la mejor solución dentro del mercado ibérico para el detallista independiente.

Y es que el modelo de Covirán es singular, dado que el Grupo no centra sus esfuerzos en dar grandes cantidades de beneficio para luego repartirlo entre sus accionistas, sino que la buena marcha del negocio la traslada al Socio vía precios y servicios, que es la mejor forma de retornarle al asociado los beneficios que vaya teniendo la Cooperativa.

En 2015 se han visto reflejados, además, los resultados de un proceso que la Cooperativa está llevando a cabo de una profunda transformación en el ámbito operativo, de actuaciones que están haciendo que la cadena de suministro y todas las operaciones sean más eficientes. Son mejoras que se traducen en una mayor competitividad y en una mejor relación calidad/precio y también en unos costes unitarios de producción y distribución menores.

Combinado con las necesidades del mercado que exigen no solo reducir los costes, sino hacerlo, y dando un mayor y mejor servicio, Covirán se propone el reto con el horizonte 2020 de que estas líneas que tradicionalmente son divergentes confluyan: un menor coste con un mayor cantidad y calidad de los servicios que presta a los Socios y al cliente final.

El ámbito de las Operaciones es crucial para poder llevar a cabo esta transformación, acompañándolo, evidentemente, de todas las políticas comerciales que se han definido en el Plan Estratégico 2020. A ello se añade una profunda apuesta por la tecnología que, a través de programas específicos y aplicaciones, permitirá disponer y procesar gran cantidad de información, valiosa para la toma de decisiones tanto en la tienda como en la organización. Covirán para 2020 quiere ser una empresa más digital, aunque nunca pierda su esencia: la tienda física como punto de confluencia con el cliente.

EVOLUCIÓN EN CIFRAS

Ventas
Brutas
Bajo Enseña

1.215 M€

ESPAÑA: 1.114 M€ PORTUGAL: 101 M€
(millones euros)

Cuota de
Mercado
España

1.7 %

TOP 10 DISTRIBUCIÓN NACIONAL

21

millones €

INVERSIÓN
2015

172

millones €

INVERSIÓN
ACUMULADA
DESDE 2008

543

millones €

CASH FLOW
SOCIAL

400

millones €

COMPRA
PROVEEDORES
NACIONALES

+21 %

CRECIMIENTO
SUPERFICIE
CONSTANTE

% Crecimiento

VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA

1.215
millones €

↑ 4%

VOLUMEN DE NEGOCIO

640
millones €

↑ 4%

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS

1,22
millones €

↑ 21,4%

BENEFICIO NETO

0,92
millones €

↑ 35,4%

EBITDA

7,23
millones €

↑ 2,5%

CRECIMIENTO SOCIAL CONTINUADO

Covirán cerró el ejercicio con 2.825 Socios en la península y 2.549 supermercados operando bajo su enseña, a los que se unen otros 721 establecimientos adheridos a la cadena. Se trata de la primera vez que la Cooperativa ofrece datos bajo enseña Covirán, lo que permite analizar las cifras de ventas e inversiones de los supermercados que operan con la identificación de la Cooperativa y el aporte de su modelo de negocio a la economía de la Península Ibérica.

La Cooperativa y sus Socios superaron los 21 millones de euros de inversión en 2015, cifra que se elevó hasta los 172 millones de euros desde 2008, años en los que Covirán ha seguido apostando por la inversión como palanca de crecimiento; y la rentabilidad de los supermercados de la cadena exhibió un crecimiento a superficie constante del 2,1% en el ejercicio, una cifra especialmente relevante en el mercado actual.

El Cash Flow Social correspondiente al ejercicio 2015 se ha incrementado por encima del 4% respecto al año anterior y asciende a los 543 millones de euros. Esta magnitud económica refleja el papel desempeñado por el Grupo en la contribución al desarrollo, generando una importante actividad económica y empresarial.

Son datos que confirman la solidez del modelo cooperativo de Covirán, que conjuga el corazón de muchos Socios, detallistas independientes, con el músculo que aporta un Grupo que da soporte técnico, logístico, promocional y financiero a todos ellos.

La Cooperativa y sus Socios superaron los 21 millones de euros de inversión en 2015.

Al cierre de 2015, 14.582 personas desarrollaban su trabajo bajo el paraguas de Covirán, ya sea en sus establecimientos, o bien como trabajadores de la propia Cooperativa. Esta cifra es una de las más importantes para una empresa en la que las personas, importan.



SOCIOS



2.825

ESPAÑA: 2.583 PORTUGAL: 242

NEGOCIOS ADHERIDOS



3.270

ESPAÑA: 2.943 PORTUGAL: 327

TIENDAS BAJO ENSEÑA



2.549

ESPAÑA: 2.361 PORTUGAL: 188



CASH FLOW SOCIAL GRUPO 2015

543

millones €

| | |
|-----------------------------------|----------------|
| Pago compras y servicios | 495 millones € |
| Remuneraciones empleados | 30 millones € |
| Pago impuestos y deuda financiera | 10 millones € |
| Pago dividendos | 0,4 millones € |
| Inversión con fines sociales | 0,2 millones € |
| Pago inversiones activos | 7 millones € |



TOTAL EMPLEO

14.582

EMPLEO INDEFINIDO

Grupo Covirán

91%

RANKING DISTRIBUCIÓN POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS (Mdo. Ibérico)

2º

ESPAÑA

3º

PORTUGAL



El apoyo de un gran grupo | 02

Hoy por hoy, Covirán cuenta con una serie de valores asociados a su enseña que la posicionan en la mente del consumidor y marcan sus rasgos diferenciales. Hablamos de la cercanía, la calidad, la integración con el entorno, la vocación de servicio o el conocimiento y el cuidado al cliente. Esa imagen de marca se ha alcanzado en buena parte gracias al trabajo de los Socios, que han interiorizado el espíritu cooperativista y la filosofía de la empresa, reflejándola a la perfección en cada uno de sus negocios. Pero además de esto, para ser competitivos es preciso contar con el apoyo que ofrece una compañía como esta, capaz de ofrecer soluciones integrales de marketing, de comunicación o una política comercial adaptada, entre otras ventajas, que repercuten en la rentabilidad de cada Socio.

El Grupo Covirán se concibe hoy no solo como una central de compras, sino como una central integral de servicios a su asociado, adaptándose su estructura a ello y con la orientación de incrementar la rentabilidad en cualquier ámbito de actividad del negocio.

Más allá del acceso a un completo surtido con las mejores marcas y una excelente marca propia, la estructura del Grupo Covirán favorece acuerdos y alianzas en diversos ámbitos y sectores en beneficio de su colectivo. Prueba de ello son los acuerdos en España y Portugal con entidades financieras líderes altamente beneficiosos, los convenios para reducir los costes de adquisición de energía eléctrica o combustible o incluso, la adquisición de viajes a precios competitivos a través de una central de viajes propia.

Con esta premisa, el Grupo Covirán cuenta con empresas, como es su propia Correduría de Seguros, que ofrece a sus miembros los productos, servicios y el asesoramiento personalizado necesario para crecer.

El Grupo Covirán y las empresas en él integradas, han proseguido en 2015 aportando valor añadido a sus Socios, contribuyendo decididamente al aumento de la competitividad de sus supermercados.



Trabajadora de Covirán La Ilusión, María José Quintana Martín

UNA POLÍTICA COMERCIAL PARA CRECER

En España un 12% de los consumidores reconoce que, aunque busca promociones para ahorrar, solo las adquiere si le gusta la marca. De ahí el esfuerzo del Grupo por trabajar con grandes proveedores que complementen y diversifiquen el surtido en las tiendas de la enseña. Se trata de mantener la libertad de elección del cliente, seña de identidad de la casa.

La actividad promocional de la marca fabricante fue imparable en 2015 y la presencia de grandes proveedores en los folletos promocionales, una constante. Y es que los proveedores son concebidos por Covirán como auténticos colaboradores, siendo un sostén importante de proyectos de Covirán como la Escuela de Comercio, la Fundación Covirán o el Club Familia. La relación es tan estrecha que su participación en la celebración del 55 aniversario de la enseña será fundamental en 2016.

Covirán ha seguido en 2015 desarrollando una política promocional agresiva que cubra las necesidades de sus Socios y a su vez, la del cliente final, adaptándose en cada momento a las tendencias y a los requerimientos del mercado en el que se opera.

Adaptación local

Las campañas de productos locales y regionales que Covirán ha promovido en 2015 han supuesto un importante hito por la buena acogida que han tenido por parte de los Socios.

Con su lanzamiento la compañía muestra su apoyo y compromiso con los productores y proveedores más cercanos, contribuyendo a la economía más local.

Se apuesta así por la promoción de productos autóctonos, ligados a la identidad regional y local, con lo que se respalda e incentiva además el desarrollo sostenible del entorno más cercano.

Se dispone así de los productos locales a precios más competitivos y minimizando los costes en transporte, especialmente en los frescos y de temporada. De esta manera, la compañía se convierte en un importante actor de la cadena agroalimentaria, asegurando a través de una logística y distribución eficientes, que el producto llega a los hogares en las mejores condiciones de consumo, velando por la calidad y evitando sobrecostes.

El incremento de las promociones locales a través de diferentes campañas refuerzan con surtido el arraigo en cada territorio, ligado a los sabores, gustos y costumbres de la tierra, algo muy importante para establecimientos de proximidad con ADN local como los que operan bajo la enseña Covirán.

El esfuerzo por contribuir en la economía de cada territorio nacional ha hecho que en 2015, las compras a proveedores nacionales supongan 400 millones de euros, muestra del apoyo del Grupo Covirán a la industria española y su impacto en la economía y en su sector.



Más Frescos

La consolidación y promoción de los productos frescos está en el eje de la estrategia de Covirán por su concepto de proximidad. En una cadena de supermercado donde el cliente acude por compras de reposición, fundamentalmente, es importante contar con productos frescos que garanticen calidad a buen precio, como manera de fidelizar al cliente.

La fruta tuvo en 2015 un excelente comportamiento, con un crecimiento del 8% en valor y del 4% en volumen, motivado por el incremento en el precio, fundamentalmente de hortalizas y patatas.

En 2015, las ventas brutas bajo enseña de productos frescos, sección estratégica para la compañía, fueron de 520 millones de euros en España y Portugal.

También influyeron las altas temperaturas registradas durante el año, con un otoño e inicio de invierno absolutamente primaveral, que adelantó y acortó las producciones.

Hubo mercancía antes de temporada y en su periodo natural ya escaseaba, lo que disparó los precios.

La capacidad negociadora del Grupo Covirán facilitó el lanzamiento de productos frescos de marca propia que funcionaron muy bien como la sandía, corazones y cogollos de lechuga o bolsas de ensalada listas para el consumo.

En 2016 Covirán lanzará en sus supermercados nuevos productos frescos de marca propia como el melón y los boles de ensalada, dando respuesta así a la demanda del cliente.

Como sello de la casa, Covirán lleva la preocupación por la seguridad alimentaria hasta máximas cotas y en las plataformas se está incorporando la trazabilidad de frutas y verduras. En 2016 se impartirá en las plataformas el plan de formación en criterios básicos de frutería y hortalizas.

Marca propia

La marca propia sigue dejando su impronta en los supermercados del Grupo, con un crecimiento de sus ventas, tanto en valor como en volúmenes. Durante 2015, las ventas brutas bajo enseña en marca propia en España y Portugal ascendieron a 176 millones de euros, lo que da idea de la acogida que tiene entre los Socios y sus clientes.

Los supermercados de la cadena han comenzado a ofertar marca propia de embutidos tanto cocidos como curados, en piezas y en la popular gama de 1 euro.

No han sido las únicas incorporaciones de 2015: la masa de hojaldre Covirán de 230 gramos, la lata de Shandy de 33 centilitros, el gazpacho tradicional refrigerado y diferentes variedades de postres lácteos se han introducido en este surtido con un notable éxito.

En Portugal, la marca Covirán sigue conquistando a los consumidores. Han cosechado un importante éxito, por otra parte, dos productos que se lanzaron a finales de 2015, los aceites y las harinas, artículos muy bien recibidos por parte del público. Los vinos que se embotellan para Covirán Portugal son a su vez muy reconocidos por su precio y calidad superior. Tanto es así que uno de sus caldos ha resultado premiado en Berlín, siendo este galardón prueba de la cuidada selección de todos los proveedores tanto en España como en Portugal.

Covirán tiene muy en cuenta las tendencias que marcan un crecimiento del mercado y de los hábitos de sus compradores. Fruto de este conocimiento es la introducción de la gama Exquisité, un segmento de productos Premium, que se ampliará en 2016.

Ante el elevado porcentaje de la población con intolerancia al gluten, y en la línea de atender las necesidades de cualquier cliente, incluidos aquellos que cuentan con unas características especiales, la enseña mantiene en su catálogo 199 productos sin gluten, aptos por tanto para celíacos, con una relación calidad precio que los hacen especialmente atractivos. A estos se añaden otras 380 referencias verdes que son productos que por su naturaleza no llevan gluten. El catálogo de todas estas referencias se puede consultar en la web de Covirán.

Al éxito de las referencias ya existentes, se añade la incorporación de 64 nuevos productos y la actualización de otros 74, en total, un surtido compuesto por 1.298 referencias en España y 1.012 en Portugal.

La compañía ha continuado en el ejercicio desarrollando su surtido de marca propia, para responder a las necesidades del mercado y de un cliente que encuentra en ella productos de una excelente relación calidad precio, que facilitan la economía en el hogar. De particular relevancia en el ejercicio fue el desarrollo de la charcutería, que comenzó en 2015 con una primera fase de implantación.



Seguridad alimentaria

Velar por la calidad de los productos comercializados con la marca Covirán, sinónimo de calidad y confianza para el consumidor, es un imperativo para la empresa. La seguridad alimentaria es irrenunciable, de ahí que todos los fabricantes de productos y proveedores marca Coviran deban estar homologados y superar satisfactoriamente los controles de seguimiento, implicándose de manera conjunta en un proceso que persigue ofrecer a los consumidores las máximas garantías. Para lograrlo, hay establecido un plan de control en el que destacan los siguientes procesos:



AUDITORÍA

Covirán realiza auditoría a todos los proveedores de MDD, según protocolo interno basado en normas IFS, para comprobar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos por el Departamento de Calidad. Dependiendo de los resultados obtenidos y los certificados de calidad (IFS o BRC) que posea la empresa, se establece la frecuencia de revisión. Los proveedores que no superen la auditoría no serán dados de alta hasta que no arreglen las deficiencias y se verifique por auditoría de seguimiento.



ANÁLISIS

Todos los productos deben ser analizados, al menos una vez al año, con resultado satisfactorio. Los productos más sensibles, como leche y perecederos, tienen establecidos análisis mensuales para reforzar el control.

Si un producto tiene incidencia se analiza de nuevo en la siguiente recogida y si el resultado no es positivo se realiza plan de control especial y seguimiento para solventar la desviación.

Los análisis deben cumplir tanto con las condiciones pactadas en Ficha técnica como con la legislación vigente en todos los ámbitos: físico - químico, organoléptico y microbiológico.



CATAS

La empresa realiza catas internas para control y seguimiento de productos Covirán ya dados de alta y catas externas en laboratorios acreditados con paneles de 60 consumidores, para altas nuevas y cambios de proveedor. Las catas externas sirven para valorar el producto y posicionarlo en el mercado ya que siempre se hacen comparativas con la competencia.

Además de los protocolos establecidos para homologación y seguimiento, el Grupo vela porque se cumpla la Normativa de aplicación en cuanto a etiquetado, composición de productos y estado de instalaciones, realizándose controles extras altamente específicos relacionados con fraudes como identificación especies, residuos de antibióticos, trazas de alérgenos con el fin de garantizar la calidad y seguridad alimentaria de todos nuestros productos.





*¿Quieres ayudarnos
a evaluar los productos
Covirán?*

**Entra a formar parte del Panel
de Consumidores Covirán.**
Inscríbete a través del portal del empleado.



COVIRAN

EL MARKETING AL SERVICIO DEL SOCIO

EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Las prioridades de la estrategia de Marketing durante todo el año 2015 han sido claras: a nivel externo, dotar a los Socios de las mejores herramientas de fidelización que puedan disponer para fidelizar a sus clientes. Desde el Grupo Covirán se diseñan dichos recursos, se estudian y se optimizan, se reafirman las acciones que han tenido éxito en ediciones pasadas y se crean nuevas promociones para los nuevos tiempos.

Investigación de Mercado

El departamento de Investigación de Mercado continúa dedicado al estudio y analítica del sector, trabajando con datos que ayudan a la toma de decisiones, en muchos casos, vital para el acierto en un negocio como este, que necesita extraer conclusiones en base a una información fidedigna, tanto a nivel interno como de cara al Socio.

- Durante 2015 se pusieron en marcha un centenar de estudios de mercado destinados a mejorar la competitividad de los Socios, así como para el desarrollo del Grupo por Cataluña.

- Desarrollo de 'mystery shoppers' –clientes ficticios que analizan la experiencia de consumo realmente- recorrieron negocios de Nuevo Concepto Covirán - concluyendo que la media de satisfacción es superior al 80%.

- A través de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), y con su plataforma de Shopper

View, conseguimos colocarnos en el punto de vista del comprador senior, y encontrar aquellos detalles en los que el servicio podía mejorar.

- En materia de medición de ventas y cuotas de mercado, el Grupo Covirán ha dado un importante paso en 2015. Ha llegado el momento de poder comparar los éxitos de esta compañía con el del resto del mercado en igualdad de condiciones, y para ello era fundamental contemplar los condicionantes propios del particular funcionamiento de esta empresa. Hasta ahora, no era posible poder contar con datos sobre las ventas efectuadas 'sell-out', esto es, hacia el consumidor final. El Departamento de Investigación de Mercado ha trabajado este año para realizar mediciones internas que proporcionen los datos de inversiones y ventas bajo enseña del Grupo Covirán, marcando un antes y un después en el tratamiento de esta información, que muestra verdaderamente la dimensión en el panorama de la distribución de la compañía.

Las campanadas DEL AHORRO



En las campanadas tendrás **3 MINUTOS** por caja **GRATIS** uno de los artículos indicados en las pantallas!



Los artículos adheridos a la promoción* se entregan durante los tres minutos que estará activado el código y la cuenta atrás en las pantallas. Artículo por ticket de compra.

*Artículos adheridos a la promoción:
Gama de turrónes Coviran
Peladillas Coviran 100 g
Bombones Surtidos 80 g
Surtido Artesano Estepa Coviran 300 g
Pastas Surtidas Artesanas Coviran 400 g
Nevaditos Hojaldre Coviran 410 g
Torta de Alicante D.O. Coviran 200 g

COVIRAN

COVIRAN

Por ti, y para ti

Por compras superiores a 15€ podrás entrar en el sorteo de una caja de bombones.

Disfruta de un dulce día de la mujer trabajadora

VALOR CHOCO LATISSIMO

Solo tienes que completar la **sopa de letras** que te entregarán en caja y depositarla en la urna.

COVIRAN

Valida del 25 de febrero al 07 de marzo de 2015.
Puntos de venta: S.L. Coviran Las Tres Pintas, S.L. BULLAS Murcia.

El marketing relacional: Una idea, una acción

Las acciones de marketing relacional, vinculadas a la experiencia del usuario, forman parte de la estrategia de personalización de las campañas de Covirán. Más allá de las tendencias hacia la verticalidad, cada Socio vive en su supermercado la posibilidad de celebrar o sorprender a sus clientes con novedades que refuercen su imagen en su entorno más cercano. Para ello, es vital contar con el apoyo de expertos en marketing que puedan materializar cada idea en cada punto de venta y con el refuerzo directo de proveedores de primeras marcas que apoyen cada acción.

Aquí cada campaña es única: fechas señaladas como el Día de la Madre, motivos enraizados en la comunidad como las festividades locales, momentos especiales como la inauguración o el aniversario de una tienda, nuevas fiestas populares que van calando en el presente como Halloween, merecen una dedicación individual. En total, 120 campañas de marketing relacional han tenido lugar en 2015 con éxito notable.



Trade Marketing: Quédate con Covirán

Para que el cliente final disfrute de las ventajas de comprar en Covirán tiene que vivir la experiencia en la tienda y comprobar que el trato y la calidad hacen que merezca la pena repetir. Para ello, se han vuelto a poner en marcha en 2015 campañas de trade marketing que atraen al público con acciones cuidadas concebidas para obtener su satisfacción.

- Colaboración con proveedores de primer nivel que han trabajado con el Grupo Covirán para materializar algunas de las acciones de trade marketing a implantar en puntos de venta.

En 2015, se desarrollaron medio centenar de ideas con estos proveedores, alcanzando un total de 2.548 implantaciones en comercios del Grupo Covirán.

- Colecciones especiales. Además de resultar un recurso atractivo para llamar a nuevos públicos, las colecciones fidelizan a los clientes en dirección a una meta deseada. En 2015, los supermercados Covirán contaron con las promociones de los Cuchillos de Paco Roncero y las sartenes Bergner de Samantha Vallejo-Nágera, en distintos momentos del año, con un refuerzo especial de difusión en televisión a nivel nacional.

- Las tres campañas de dinamización con devolución garantizada –en las que los supermercados podían retornar los productos no vendidos a su terminación– también fueron un éxito. Fueron acciones centradas en menaje de hogar, ‘vuelta al cole’ y cuidados estéticos de cara al verano, con una buena aceptación por parte del Socio y del cliente que afianzan la posibilidad de repetir la experiencia.

- Venta directa de expositores. Una nueva actividad que lleva hasta el Socio la posibilidad de albergar en su establecimiento expositores nuevos con branding, que en casos como el de Red Bull llevaban aparejados premios especiales para los clientes.

- Promoción de Carros de la Compra. En las dos ediciones pasadas se pudo comprobar la efectividad de la campaña dirigida al público lector de periódicos, alcanzando a 400 establecimientos de las provincias de Granada, Almería y Jaén. La posibilidad de acceder a un carro de la compra valorado en 96 euros gracias a la acumulación de cupones causó en 2015, una vez más, una respuesta superior a las expectativas: en 48 horas se agotaron todas las reservas, que eran 6.500. Los carros que no fueron recogidos se donaron a Bancos de Alimentos.

- Campañas de Navidad: Tres acciones han convertido los establecimientos de Covirán en 2015 en uno de los grandes atractivos de barrios y municipios con motivos propios de las fiestas. Por un lado, la ya tradicional lotería de La Bruja de Oro, comercializada en supermercados del Grupo sin impacto económico (como campaña de reclamo), que con 10 números vendidos en Covirán ha repartido 352.000 euros en premios. Por otro, Las Campanadas del Ahorro, con más de 700 productos que fueron regalados sobre un sistema de recompensa por concurso de velocidad (como campaña de gamificación). Y por último, con el lanzamiento exclusivo de elementos de decoración navideña, que además se combinaba con el Manual de Implantación 2015 para el Socio, con el que obtenía indicaciones y consejos para preparar su supermercado en la época más importante para el comercio.



El Club Familia en 2015: relanzamiento y nuevos éxitos

Al Club Familia pertenecen miles de hogares fidelizados desde hace más de cinco años. Es una comunidad de clientes recurrentes y conectados de manera directa con sus comercios. Esta plataforma de fidelización sigue en forma, pero en 2015 ha dado un salto más gracias a su relanzamiento:

01.

CONSUMIDORES SATISFECHOS

Ofertar al consumidor final aquellos productos que más desea, para que su satisfacción sea plena.

02.

NUEVOS PROVEEDORES

Nuevos proveedores que se suman al programa, con acciones relacionadas de forma directa con sus productos, como el Mes de la Cerveza.

03.

PERSONALIZACIÓN

La personalización se ha empleado al máximo, superando las 5.000 propuestas únicas de promociones.

04.

IDENTIFICACIÓN A TRAVÉS DEL MÓVIL

La identificación por medio de teléfonos móviles ha permitido la inclusión de nuevas tecnologías en el Club y la facilitación de su aprovechamiento.

05.

CLUB FAMILIA ONLINE

La visibilidad del folleto de Covirán, una de las herramientas más importantes en la difusión de estas campañas, ha alcanzado también a internet, donde se ha mejorado su posicionamiento a través de portales especializados.

425.000

HOGARES ADHERIDOS

Los resultados positivos avalan la evolución del Club Familia, y todo, para que cada Socio pueda sacarle el mayor provecho posible a su nómina de clientes fidelizados.

➔ El 50% de los clientes alcanzados han recibido impactos de productos que ya consumen de forma habitual.

➔ Las redenciones de descuentos y regalos han crecido un 88%.



1.000

PUNTOS DE VENTAS
RECEPTORES



+2.500

PREMIOS EMITIDOS
POR LOS PROVEEDORES



OBJETIVOS CUBIERTOS

POTENCIAR
SECCIONES
COMPLETAS DE LOS
SUPERMERCADOS

RECUPERAR
CLIENTES
PERDIDOS

PODER OFRECER
EXPERIENCIAS
EXCLUSIVAS A LOS
MIEMBROS
DEL CLUB

DAR NOTORIEDAD
A NUEVAS
APERTURAS

CAPTAR
PARTICIPANTES
EN SORTEOS
IMPORTANTES

HACER FRENTE
A NUEVAS Y
AGRESIVAS
COMPETENCIAS

SERVICIOS PARA GANAR EFICIENCIA

CASC: Atención experta desde dentro

Uno de los servicios más importantes dentro del Grupo Covirán consiste en la atención individual que los Socios reciben, de manera personalizada y directa, a través del CASC (Centro de Atención al Socio y al Cliente de Covirán), un departamento que se ha reforzado durante 2015 y que ha ofrecido nuevas líneas de apoyo.

Dicho call center concentra en un primer nivel todas las cuestiones en las que un comercio Covirán puede necesitar asistencia, desde el servicio técnico, información sobre campañas o las asesorías de financiación hasta las reclamaciones formuladas por los propios clientes finales. Estas reclamaciones se redujeron el año pasado en un 58% con respecto al periodo anterior, dando buena cuenta de la efectividad de la escucha activa de las necesidades y demandas de los usuarios e iniciando un importante cambio

de tendencia. En total, el CASC ha atendido entre el teléfono y las solicitudes web más de 190.000 peticiones.

La eficacia del CASC queda avalada por la nota media de 9 sobre 10 en la encuesta de satisfacción realizada a los Socios.

Help Desk

En 2015 los Socios de la Cooperativa comenzaron a implantar la nueva versión de su software de gestión del punto de venta, Covigés 3.0. Para que el manejo de Covigés 3.0 resulte fácil, ágil e intuitivo para el Socio, el Grupo Covirán realiza un importante esfuerzo en facilitar el proceso de adaptación antes, durante y después de la instalación del software. Con esta idea pone a disposición de los asociados un plan de formación que se complementa con el servicio de asistencia Help Desk.

Este soporte presta al Socio un servicio de acompañamiento, asesoría y asistencia técnica personalizada durante su primera etapa de gestión de la tienda a través de Covigés 3.0. De esta forma simplifica el aprendizaje de los asociados, reduciendo la brecha digital en el uso de esta herramienta.

A través de esta línea directa, el Socio puede resolver dudas e incidencias de forma inmediata, así como recibir formación telemática durante tres días ampliables, con la ayuda de un equipo especializado en el programa que sigue reciclando sus conocimientos continuamente. A su función de acompañamiento se añade la de análisis del nivel de satisfacción previo y posterior al proceso.

Los sondeos realizados por la compañía en este sentido han arrojado resultados muy positivos sobre el servicio, que logró una media de 7,3 sobre 10.

Departamento de Subvenciones: asesoramiento experto

El apoyo al Socio, a la hora de analizar las distintas subvenciones a las que puede acceder como pequeño empresario, está cobrando una importancia vital año a año dentro del Grupo Covirán.

En 2015, este servicio ha ayudado a presentar solicitudes de incentivos para necesidades de inversión por un valor de más de un millón de euros, con una tasa de aprobación superior al 88%. En total, dichas subvenciones han significado el 30% de esas necesidades.



Equipamientos: las mejores condiciones siempre para los Socios

El grupo Covirán sigue negociando cada año con los proveedores mejoras en las condiciones para los Socios, a los que se ofrece un servicio integral de equipamiento que les permite beneficiarse de precios más competitivos.

La compañía aprovecha con esta intención las sinergias y ventajas que se derivan de formar parte de entidades y asociaciones como Euromadi para conseguir una mejor gestión del equipamiento y un importante ahorro de costes para sus asociados. En las políticas de negociación con los proveedores estos entornos colaborativos suponen una gran ventaja económica para el Socio.

Al menor coste del equipamiento se une la comodidad de contar con un servicio integral, que pone a disposición de los asociados desde el papel que sale por el TPV hasta las luminarias, lo que facilita el equipamiento de los establecimientos sin invertir tiempo y esfuerzo en exceso.

De cara a mostrar de forma pormenorizada el equipamiento al alcance del Socio, se editó un catálogo multimedia de proveedores en 2015.

Prevención de Riesgos

Covirán, en sus 55 años de vida y enmarcada en la economía social, ha tenido un crecimiento considerable en el devenir de los años, con una voluntad transformadora y generadora de empleo y de beneficios sociales. En este contexto el Grupo apuesta por el fomento de la salud y la seguridad en el trabajo y resulta imprescindible involucrar a todos, Socios y empleados, en sus puestos de trabajo en la Cooperativa y en el punto de venta.

Covirán apuesta por el
fomento de la salud y la
seguridad en el trabajo.
Resulta imprescindible
involucrar a todos:
Socios y empleados.

En este aspecto, los Socios de Covirán disponen de un Servicio de Prevención Mancomunado (SPM) que ha experimentado un crecimiento del 14% en este último año.

Este servicio aporta al Socio un valor añadido respecto a los Servicios de Prevención Ajenos que hay en el mercado.

Un objetivo fundamental del SPM sigue siendo la protección de trabajadores especialmente sensibles (menores de edad, discapacitados, embarazadas, etc.) Un año más los datos demuestran su eficacia.

En 2015, cabe destacar el descenso en el número de accidentes laborales con baja respecto al periodo anterior, registrándose una reducción importante en el número de accidentes in itinere y en la duración de los mismos.

Estas acciones van unidas a campañas de comunicación para facilitar a Socios y empleados la información y formación imprescindible para llevar a término su labor diaria sin riesgos para ellos y sus equipos.



COVIRAN



Llévate lo que quieras
Ajusta
la compra
a tu presupuesto
No querrás
que manques



YOGURES / POSTRES

EL VALOR DE UNA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Covirán gestiona la comunicación corporativa de la compañía con objeto de acercar un mensaje certero a cada uno de sus stakeholders o grupos de interés, que se transforme en una mayor confianza hacia la enseña.

En los últimos años y especialmente en 2015, la empresa ha intensificado su presencia en los medios de comunicación, ya que estos son un aliado imprescindible para llegar donde la empresa quiere estar: cerca de sus Socios, de sus clientes, proveedores o de las instituciones.

La mayor presencia y difusión de Covirán en los medios de comunicación, en muchos casos, de ámbito nacional, se traduce en una mayor reputación, solvencia y credibilidad, factores estos que han contribuido en el pasado año a fortalecer la imagen de marca de Covirán y por tanto, la imagen de marca de cada uno de los Socios y establecimientos de la Cooperativa.

La compañía ha logrado abrirse un importante hueco en la prensa nacional, ganando visibilidad y posicionándose como un referente de su sector. Reconocidos diarios publican información relevante relativa a la enseña tanto en España como en Portugal, dado su peso dentro del comercio detallista, y solicitan la presencia de los directivos de la empresa, por ser referentes y contar con una gran credibilidad.

Esta repercusión mediática, que tanta notoriedad aporta a la enseña, se logra en parte por la relación de confianza que se ha ido forjando entre Covirán y los medios de comunicación año a año, y ha derivado en el reconocimiento y la credibilidad otorgado por los mismos.

En los últimos doce meses, la popularidad de Covirán se ha visto reforzada por las inversiones publicitarias llevadas a cabo. Así, la imagen de la compañía apareció en la televisión nacional, concretamente en Telecinco, de la mano de la conocidísima Samantha Vallejo-Nágera de Master Chef, quien fue la imagen de una campaña de sartenes. Junto con la emisión de este spot publicitario, conocidos rostros se convirtieron en prescriptores de la campaña en programas televisivos líderes, impactando en una audiencia de miles de personas.

Y SIEMPRE ASESORADOS

Si hay algo que distingue a Covirán de la mayoría de enseñas del sector es el apoyo que la Cooperativa ofrece a sus asociados, no solo desde su integración en la compañía, sino desde el momento en que se gesta la idea de pertenecer a ella. Es desde ese mismo inicio que se genera un vínculo Cooperativa-Socio que se mantendrá vivo durante toda la permanencia de este en la empresa, siendo un compañero de viaje imprescindible para el Asociado.

En esta labor de asesoramiento y acompañamiento permanente, la División de Ventas de la compañía desempeña un papel más que relevante, ya que se convierten en el rostro que el Socio, identificará y al que trasladará sus inquietudes,

lo que los transforma en una figura esencial para la orientación y ayuda del Socio.

En 2015, el equipo de Ventas ha seguido desarrollando su labor para materializar en el punto de venta todos los esfuerzos de la compañía. Incrementar la presencia de la enseña allí donde ya se está, detectar nuevos mercados en los que crecer, pero sobre todo, estar cerca de cada uno de los Socios que componen Covirán, atenderles y asesorarles, convirtiéndose en un pilar de apoyo constante durante la trayectoria profesional de estos es sin duda una de las labores más gratificantes y distintivas de esta casa.

Socio del Supermercado Portales (Competa, Málaga) junto a José Ángel Cisneros, de la División de Ventas de Covirán



El apoyo de la Cooperativa, clave para el crecimiento



Expansión imparable | 03

CONSOLIDACIÓN DEL GRUPO COVIRAN EN ESPAÑA

Covirán cierra el ejercicio con 2.825 Socios en la península y 2.549 supermercados operando bajo su enseña (2.361 en España y 188 en Portugal) si bien, esta cifra asciende a 3.270 negocios adheridos a la cadena (2.943 en España y 327 en Portugal).

Se trata de la primera vez que la Cooperativa ofrece datos "bajo enseña Covirán"; de esta manera analiza las cifras reales de ventas e inversiones de los supermercados que operan con la identificación de la Cooperativa, poniendo de relevancia el peso de la enseña en el panorama español y portugués, además de en su sector y dentro de la cadena agroalimentaria.

La presencia de Covirán se extiende por toda la geografía Ibérica, convirtiéndose en un actor imprescindible de la distribución internacional. A cierre de 2015 la enseña goza de presencia en 16 de las 17 comunidades autónomas de España, a lo largo de 49 provincias, más las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. En Portugal, se asienta en 17 distritos más las dos regiones autónomas de Azores y Madeira. Se suma a esta presencia internacional Gibraltar.

La cuota de mercado de Covirán ha seguido incrementándose en 2015 hasta alcanzar el 1,7% en España y el 0,7% en Portugal y estas cifras son muy superiores si nos centramos en los establecimientos de 1.000 metros o menos, llegando a los 5,5% de cuota y 2,13% respectivamente.

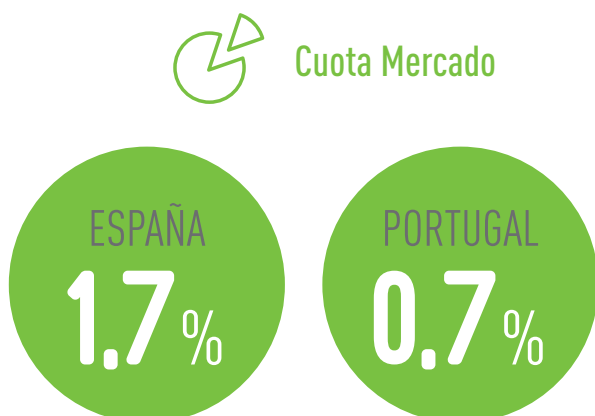
En mercados maduros como el andaluz o el cántabro, el peso de la enseña es una realidad desde hace años, superándose esta cuota. Y es que en los últimos ejercicios, a

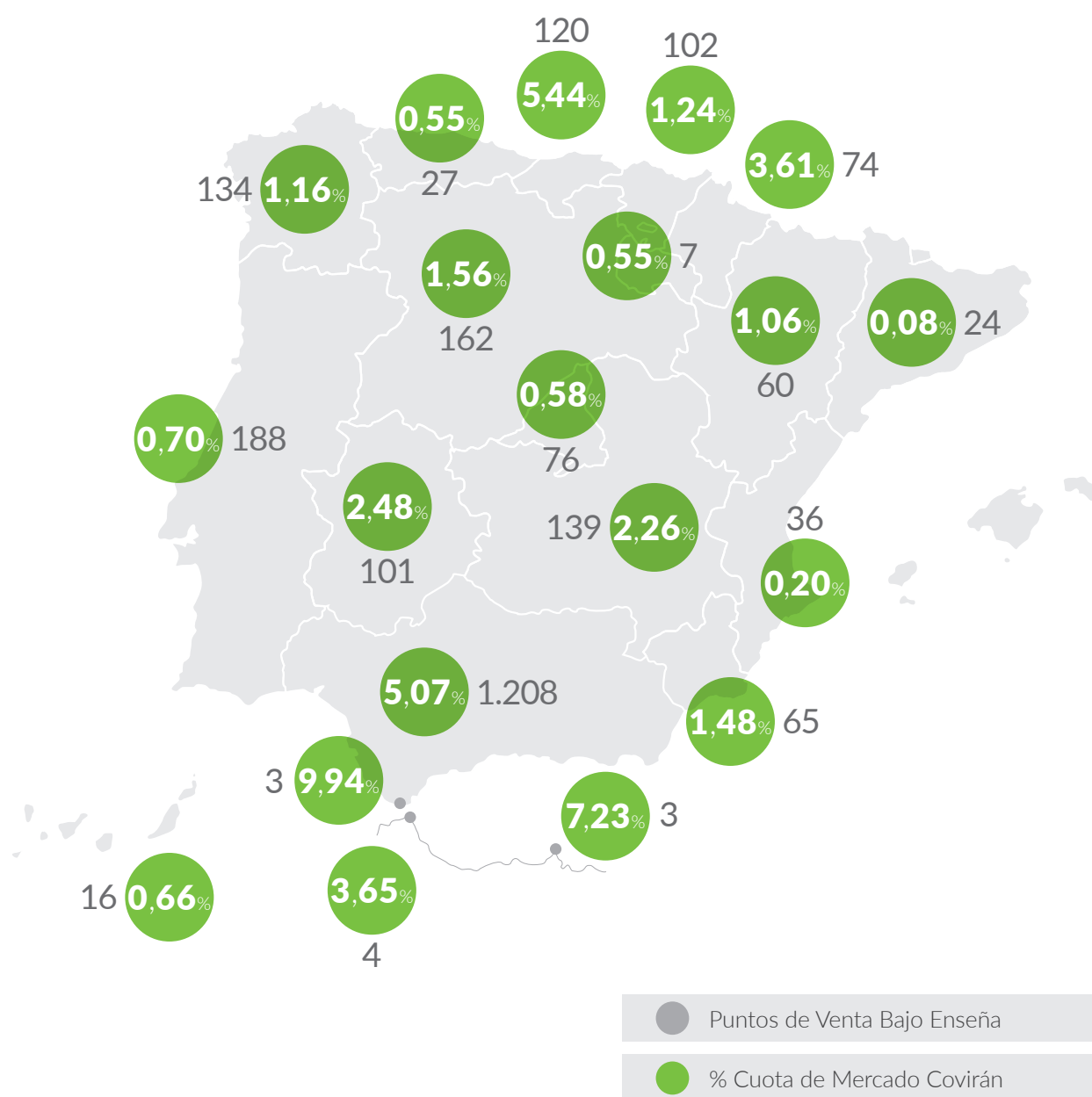
pesar del estancamiento del sector, el Grupo Covirán ha sabido seguir dando pasos certeros para seguir desarrollando su modelo que, en los momentos de dificultad, se ha convertido en un revulsivo para los empresarios independientes de la distribución de alimentación.

En el ranking de la distribución, Covirán mantiene una año más su presencia como segundo operador por número de puntos de venta en España, y asciende a la tercera posición en Portugal, mostrando así como el proyecto va consolidándose en este país.

El modelo de negocio de Covirán y los supermercados de la enseña tienen un impacto directo en el aumento del empleo local, así en 2015 se mantiene un empleo de 14.582 puestos, de los cuales España suma 12.920 y Portugal 1.662. De ellos, cerca de 1.100 son empleados directos de la propia Cooperativa, con un porcentaje de empleo indefinido de 91% que pone de manifiesto la estabilidad laboral que promueve Covirán.

Las perspectivas de futuro de Covirán son prometedoras, comenzando el año centrados en su expansión nacional, en zonas estratégicas como Madrid, Galicia, Aragón, Cataluña o Castilla y León. La empresa tiene previsto abrir una plataforma de distribución en Canarias y otra en Cataluña; la primera de ellas entrará en funcionamiento en el primer semestre de 2016 y la segunda a lo largo del primer semestre de 2017, incrementando con ello el nivel de servicio de los asociados de Covirán y favoreciendo la incorporación de nuevos Socios en estos territorios.





| Nº SUPERMERCADOS BAJO ENSEÑA (España y Portugal) | |
|--|------------|
| Andalucía | 1.208 |
| Aragón | 60 |
| Cantabria | 120 |
| Cataluña | 24 |
| Castilla La Mancha | 139 |
| Castilla y León | 162 |
| Comunidad de Madrid | 76 |
| Comunidad Valenciana | 36 |
| Extremadura | 101 |
| Galicia | 134 |
| Islas Canarias | 16 |
| La Rioja | 7 |
| Navarra | 74 |
| País Vasco | 102 |
| Principado de Asturias | 27 |
| Región de Murcia | 65 |
| Ceuta | 4 |
| Melilla | 3 |
| Gibraltar | 3 |
| PORTUGAL | 188 |

| CUOTA MERCADO | |
|------------------------|--------------|
| Andalucía | 5,07% |
| Aragón | 1,06% |
| Cantabria | 5,44% |
| Cataluña | 0,08% |
| Castilla La Mancha | 2,26% |
| Castilla y León | 1,56% |
| Comunidad de Madrid | 0,58% |
| Comunidad Valenciana | 0,20% |
| Extremadura | 2,48% |
| Galicia | 1,16% |
| Islas Canarias | 0,66% |
| La Rioja | 0,55% |
| Navarra | 3,61% |
| País Vasco | 1,24% |
| Principado de Asturias | 0,55% |
| Región de Murcia | 1,48% |
| Ceuta | 3,65% |
| Melilla | 7,23% |
| Gibraltar | 9,94% |
| PORTUGAL | 0,70% |

PROYECTO INTERNACIONAL CONSOLIDADO: PORTUGAL

Covirán en Portugal tiene ya un recorrido de 5 años de vida y representa el éxito del proyecto Covirán para los detallistas independientes incluso fuera de sus fronteras habituales. Sus objetivos de internacionalización se han cumplido porque su modelo de negocio social es la mejor respuesta para que miles de pequeños y medianos empresarios desarrollen su actividad y contribuyan a generar empleo y riqueza, también fuera de España. El modelo de economía social del Grupo ha echado fuertes raíces en el país, donde ha supuesto un importante estímulo para el sector, alcanzando una madurez fruto de su adaptación a las peculiaridades del mercado luso.

El Grupo Covirán ha logrado abrir nuevos horizontes en un contexto de apuros económicos para numerosos negocios portugueses. En su proceso de expansión, la compañía no solo se ha adaptado a las necesidades del sector, sino que ha aportado a su vez nuevas respuestas y soluciones en tiempos económicos difíciles, lo que la ha consolidado como la mejor y más sólida alternativa de futuro para los establecimientos detallistas del país.

Cifras que hablan de consolidación

Gracias a su solidez y capacidad de adaptación, Covirán se ha situado en Portugal en el tercer puesto en el ranking nacional del sector por número de establecimientos. En 2015 sus ventas brutas bajo enseña se elevan a 111 millones y ha alcanzado el 0,7% de cuota de mercado, porcentaje que asciende al 2,13% en establecimientos con menos de 1000 m².

La cadena ya cuenta con 327 negocios adheridos, de los que 188 son supermercados bajo enseña. Sus tres plataformas logísticas, ubicadas en Aveiro, Algoz (distrito de Faro) y Sintra (distrito de Lisboa), dan cobertura a 242 Socios. Al igual que en España, su modelo basado en la economía social apuesta por la creación de un empleo de calidad en todas las zonas donde se desarrolla su actividad. A cierre de 2015, Covirán genera más de 1.660 puestos de trabajo vinculado en Portugal.

Por zonas geográficas, en 2015 se ha crecido especialmente en Sintra, donde se ha alcanzado un volumen de negocio considerable, reflejo de que el modelo avanza sin problemas. Dado que en la zona del Algarve el Grupo Covirán cuenta con asociados en todas las grandes poblaciones, el objetivo para 2015 se centraba en crecer

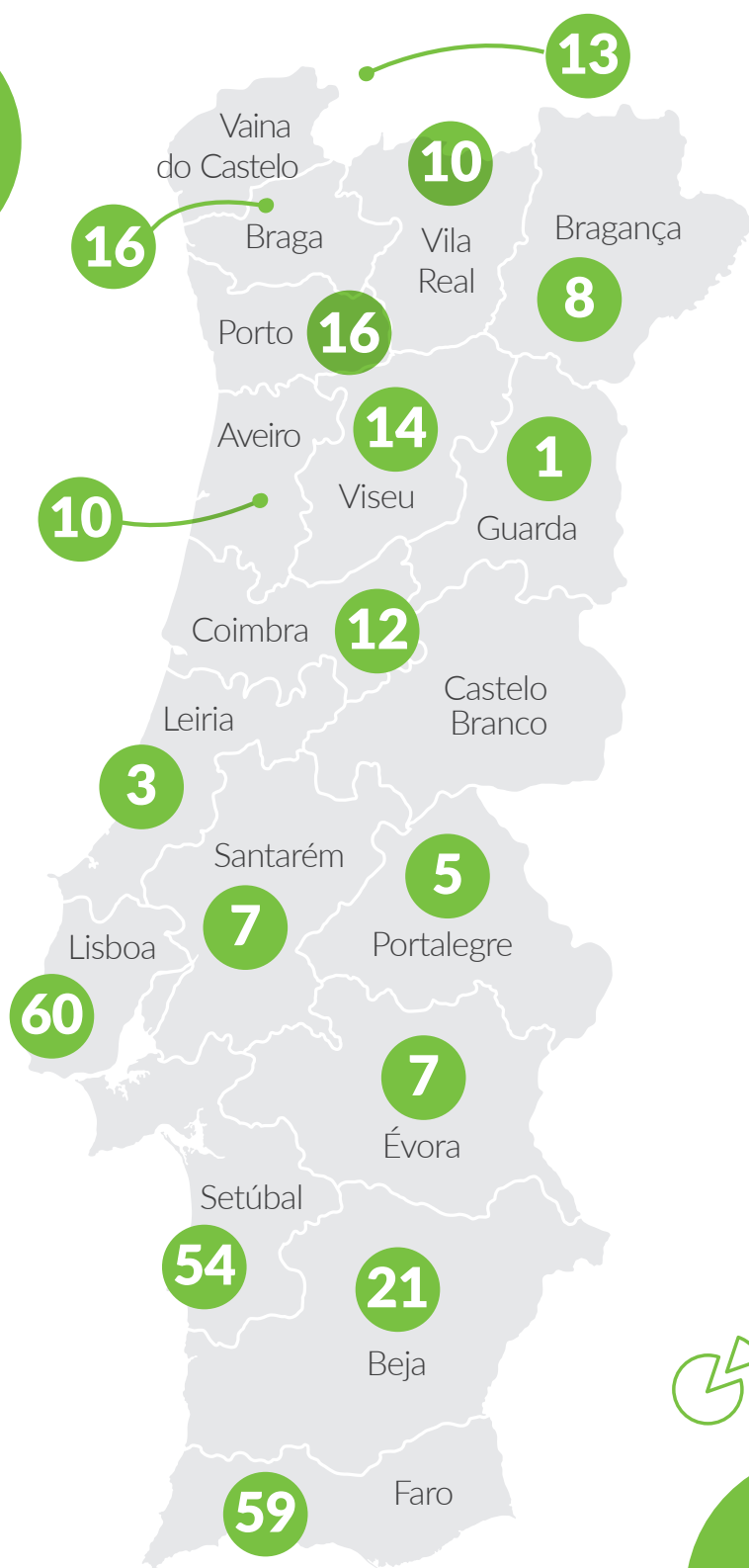
en el centro de Portugal, una meta alcanzada que sigue entre los retos de futuro de la Cooperativa debido a su potencial.

Durante 2015 se han incrementado las acciones promocionales para dar respuesta a los clientes lusos, ofreciéndoles calidad a buen precio con un surtido equilibrado, los lineales integran las primeras marcas en convivencia con la marca Covirán, garantizando la seguridad alimentaria y servicio excelente y cercano.

Orientadas al cliente final se lanzaron acciones que han conseguido sorprender a clientes y se han repetido, asimismo, con idéntico éxito al de ediciones anteriores, acciones como el Folleto Aniversario, que repartió 600 carros de compra.

Cada día la enseña Covirán goza de una mayor solidez y reputación entre los Socios y también, entre el cliente final. Este proyecto se ha convertido en una realidad que está sirviendo como paraguas para cientos de empresarios que han encontrado en Covirán el compañero excelente para la prosperidad de sus negocios.


TIENDAS
320
PORTUGAL



3 Azores
1 Madeira

 Cuota Mercado

PORTUGAL
0.7%

 Total negocios adheridos Portugal

LA EFICIENCIA LOGÍSTICA, IMPRESINDIBLE PARA EL CRECIMIENTO FUTURO

Una red logística a la altura del Socio

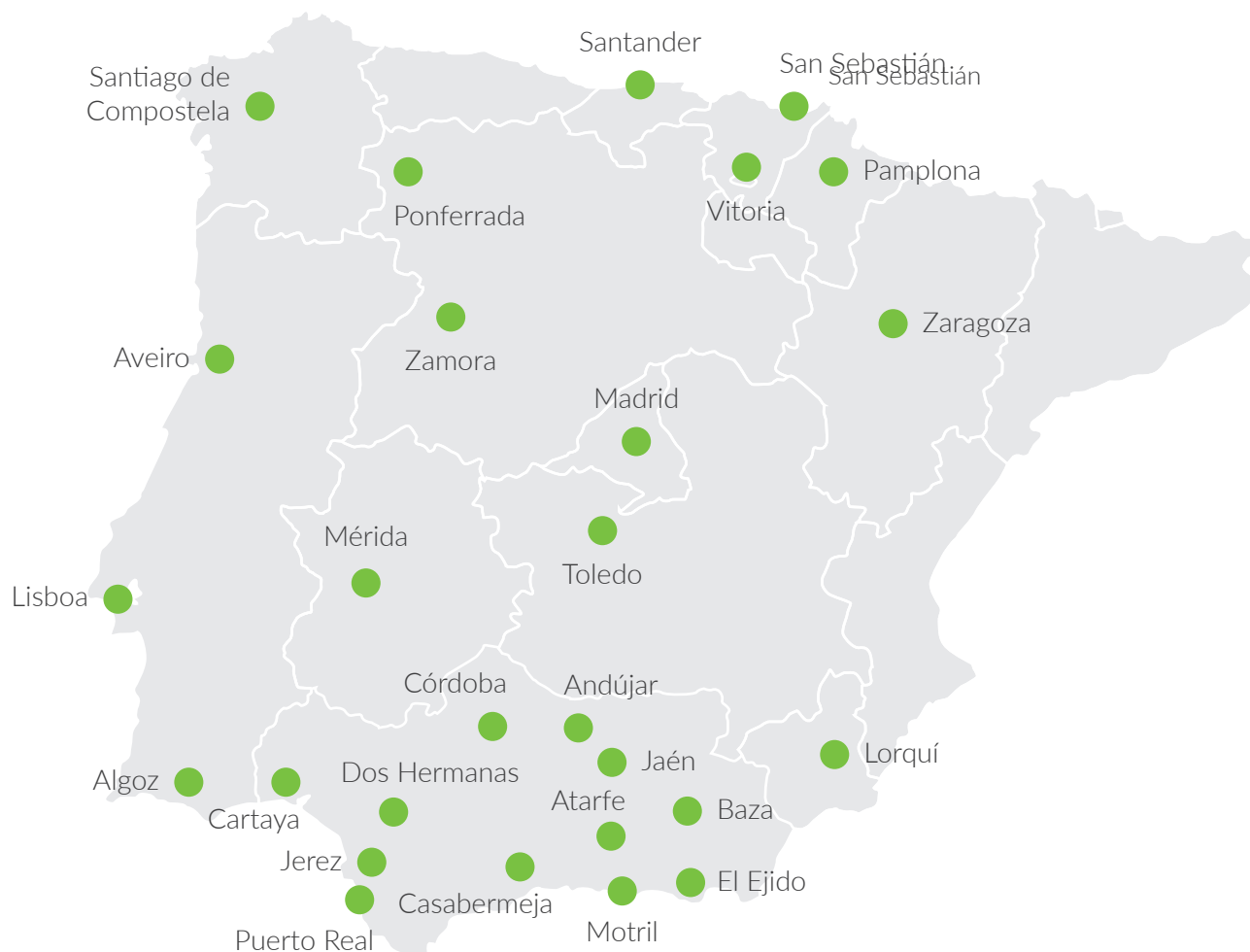
Covirán cuenta con una completa red logística para ganar eficiencia en el almacenaje y la distribución. Una red logística en permanente adaptación, tanto en la propia estructura de los almacenes como en su número, ante la continua incorporación de Socios y la expansión y consolidación de la Cooperativa en nuevos territorios, optimizando los recursos y aportando la agilidad para llegar donde no llega nadie.

El epicentro de la empresa en materia logística está puesto en mejorar la productividad, la trazabilidad de los productos y la optimización de los procesos de distribución para implantarlos en todas las plataformas, buscando la calidad del servicio al Socio.

En la actualidad Covirán cuenta con 24 plataformas en España y tres en Portugal, con un total de sala de ventas de 414.960 m²:

- ➔ 12 en Andalucía: Atarfe (nodriza nacional), Motril y Baza en la provincia de Granada, Jaén y Andújar en Jaén, El Ejido en Almería, Puerto Real y Jerez de la Frontera en Cádiz, Casabermeja en Málaga, Dos Hermanas en Sevilla, Cartaya en Huelva y en Córdoba.
- ➔ 1 en la Comunidad Murciana: en la población de Lorquí.
- ➔ 1 en Navarra: Pamplona.
- ➔ 1 en Extremadura: Mérida.
- ➔ 2 en el País Vasco: Astigarra (Guipúzcoa) y Vitoria.
- ➔ 1 en Cantabria: En Peñacastillo, Santander.
- ➔ 2 en la Comunidad de Castilla y León: Zamora y Ponferrada.
- ➔ 1 en la Comunidad de Castilla La Mancha: Toledo.
- ➔ 1 en Galicia: Santiago.
- ➔ 1 en Aragón: Zaragoza.
- ➔ 1 en Madrid: Coslada.
- ➔ 3 en Portugal: Aveiro, Algoz y Sintra.





En la actualidad Covirán
cuenta con 24 plataformas
en España y 3 en Portugal,
con un total de sala de
ventas de 414.960 m²

Covirán tiene como horizonte temporal el año 2020 para la materialización de su plan estratégico, donde el capítulo logístico desempeña un papel protagonista por la repercusión directa en la eficiencia de su modelo.

En 2013 comenzó un profundo análisis del área logística para rediseñar y adaptar la red y dar respuesta a las nuevas necesidades de los Socios.

Entre otros aspectos, esto supone adecuar las plataformas de distribución a las áreas geográficas donde Covirán está asentada, para incrementar el nivel de servicio al asociado, como ocurrió con la apertura de la plataforma de distribución en Coslada (Madrid) a finales de 2014.

Un proceso en continua evolución para dar un servicio cercano y eficiente a los Socios.

La plataforma de Coslada ha dibujado un nuevo mapa logístico y ha permitido a Covirán no solo un importante ahorro de costes de transporte, también mejorar el nivel de servicio al Socio.

Coslada ha proporcionado, al mismo tiempo, reducir el nivel de stock en otras plataformas y ser más eficientes, al reducir costes de transporte, con mejora del nivel de servicio y de la rotación de productos, todo ello, siempre en beneficio del asociado.

Contar con una plataforma en el centro de la península ha facultado al Grupo mejorar condiciones logísticas con proveedores, obteniendo importantes beneficios que redundan en su competitividad de cara al Socio y al cliente.

Este nuevo escenario ha seguido evolucionando, y se completará en 2016 con la nueva plataforma canaria situada en Tenerife; previsiblemente en 2017 otra nave se ubicará en la comunidad catalana, a tenor del crecimiento

que se va experimentando en esta Comunidad. Un proceso en continua evolución para dar un servicio cercano y eficiente a los Socios.

Destacan los esfuerzos destinados a disminuir los stocks y a la optimización de los recursos; incrementar estos ratios se alcanza con una flota en constante proceso de adaptación y centrada en el servicio a los Socios, donde los tiempos y la definición de las rutas marcan el día a día de su gestión.

Esta adaptación de las plataformas de distribución continuará en próximos ejercicios, con la introducción de mejoras en las ya existentes, aperturas de nuevos centros y con la consolidación de un surtido basado en la demanda de cada uno de los Socios.

En 2015, se ha consolidado en la organización la cultura de la metodología Lean, un plan de mejora continua que fortalece el compromiso del equipo humano en dar al Socio el mejor servicio, basado en la profesionalización, compromiso y espíritu colaborativo, atributos de diferenciación del modelo cooperativista. Los resultados de esta nueva filosofía de trabajo se han hecho visibles y cuantificables con mejoras en la productividad, en el control de caducidades, stock y en el nivel de servicio prestado al Socio.

El plan estratégico en el área de logística involucra al resto del Grupo, trazándose una serie de objetivos medibles y alcanzables para los próximos ejercicios que se materializarán a buen seguro en mejoras tangibles para cada asociado y punto de venta.

La innovación tecnológica irrumpe en el área de operaciones al igual que en el resto de la compañía. La implantación del picking por voz en las 27 plataformas de distribución se completará durante el ejercicio 2016 y continuará el desarrollo de los terminales de radiofrecuencia en los procesos de los almacenes, desde la recepción de mercancías hasta la expedición de los productos al Socio y el envío de información al mismo, proporcionando un soporte flexible y automatizado de ayuda en el procesamiento de todos los movimientos de mercancías (entrada, ubicación, cross-docking, picking, preparación, y expedición), así como en el mantenimiento de los inventarios de stock en su complejo de almacenes.

Otro importante eslabón en la cadena logística es, sin duda, el transporte; las mejoras de 2015 apuntan a asegurar la cadena de frío con un exhaustivo control de temperaturas.

Todas estas actuaciones redundan, como no podía ser de otra manera, en la satisfacción del colectivo de Socios de la compañía, y cómo no, en la seguridad de la cadena alimentaria, estableciéndose niveles de control que garantizan la calidad del producto, caducidad o trazabilidad del lote. En definitiva, todo esfuerzo es poco cuando se trata de velar por la seguridad alimentaria destinada al cliente final.

La excelente percepción por parte del Socio, de su servicio de preparación de mercancía y reparto ha dado como resultado el incremento de este servicio en España. Las nuevas incorporaciones, los Socios que se suman en la actualidad al proyecto Covirán, lo hacen directamente asumiendo este servicio como una mejora imprescindible para poder dedicarse a la gestión de su negocio.

Día a día en Covirán se trabaja en la mejora de los tiempos de entrega, adecuando cada servicio a cada necesidad. En estos momentos el porcentaje en satisfacción de sus

Socios es muy alto y creciente, tanto en tiempos de entrega como de calidad del servicio, ya sea en estado físico del pedido, referencias solicitadas, errores de preparación etc. Este porcentaje se mantiene, e incluso se supera, al hacer referencia al suministro inter-plataformas.

A los proyectos ya en desarrollo se unirán otros que aspiran a dar respuesta ante los cambios en las necesidades e incrementar el nivel de eficiencia y servicio al asociado, como el Demand planner SO 99+, una herramienta informática de planificación de la demanda que permitirá a Covirán anticiparse a esta así como ser proactivos a la hora de planificar el aprovisionamiento.

La red logística de Covirán es un pilar fundamental sobre el que descansa el desarrollo de la compañía y su crecimiento tanto en los mercados actuales como en los potenciales. Trabajar para su optimización se convierte en una cuestión imprescindible en el entorno actual y más si cabe en un sector tan dinámico como este al que se suma la elevada capilaridad de Covirán, que no renuncia a llevar su modelo de supermercado a cualquier lugar donde haya un detallista dispuesto a sumarse.



**Innovación y
transformación
digital**

04

Covirán en su última década ha hecho de la innovación un instrumento de mejora continua, centrada en la eficiencia, en la competitividad y la sostenibilidad.

Es un objetivo compartido con sus más de 2.800 Socios en la búsqueda de rentabilizar el punto de venta, donde desde la imagen, la tecnología, hasta los canales de comunicación, pasando por el propio formato del NCC, desempeñan un papel fundamental y se convierten en palancas relevantes de la evolución de Covirán.

La innovación efectiva es aquella que se implementa de forma sistemática en los supermercados tras su fase previa de prueba, medición de resultados y valoración final, un objetivo más fácilmente alcanzable si pasa primero a través de las tiendas piloto.

La transformación digital con soluciones eficientes para el punto de venta tiene en el software de gestión Covigés 3.0 el producto a medida de cada detallista. La tecnología, entendida como una palanca que aporta valor y rentabilidad al negocio, sigue su desarrollo en la Cooperativa año a año.

Y todo ello con una comunicación estratégica certera, a nivel interno y externo, de forma bidireccional entre el Socio y la Cooperativa, y también con el cliente, con la sociedad y con todos los grupos de interés con los que se relaciona Covirán. El objetivo es claro: estar más cerca del Socio y del cliente, y poner a su disposición todos los instrumentos necesarios para escucharlo y atenderlo, dando respuesta a sus necesidades y a su vez, hacerle partícipe de todos los proyectos de la Cooperativa.





NCC: LA TIENDA 10 EN CONTINUA ADAPTACIÓN

Cifras: la rentabilidad de estar a la vanguardia

El modelo de tienda 10 de Covirán sigue sumando aperturas. Al cierre de 2015, 159 establecimientos operan bajo este formato de tienda que apuesta por la modernidad y el vanguardismo en el comercio de proximidad. Además, más de 300 establecimientos han acometido inversiones para modernizar y renovar sus negocios. No hay que olvidar igualmente el esfuerzo inversor realizado, con 21 millones de euros en 2015 destinados principalmente a la mejora y renovación de los puntos de venta de los asociados y a la innovación tecnológica, y modernización del punto de venta, así como al proyecto de expansión.

Con la implantación de este modelo de supermercado de última generación se busca como objetivo global modernizar los puntos de venta y crear una imagen de marca unificada e identificable por parte del cliente final. La modernidad se ha llevado al supermercado tradicional sin importar el metraje o ubicación.

A lo largo del ejercicio se ha dado luz verde a 100 proyectos de supermercados bajo el Nuevo Concepto, de los que 30 ya se han inaugurado y el resto se encuentra en progreso para su próxima implantación.

Del éxito y rentabilidad de este formato de tienda en comparación con el modelo convencional hablan sus cifras de facturación, por encima de la media del resto de Socios. Así su incremento en compras a superficie constante ha sido muy superior a la media del sector.

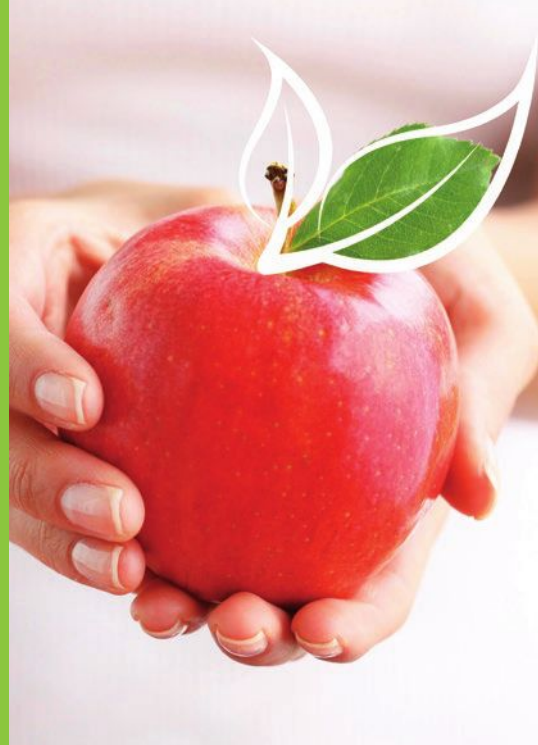
Parte de su éxito descansa en la formación específica que recibe el Socio para reforzar sus conocimientos. Entre las nuevas acciones formativas que se han implementado con esta idea se encuentra el programa 'NCC Alta Gestión', muy bien recibido por parte de los asociados.



Socios del supermercado NCC Alimentación Garo, con sus empleadas



COMUNICACIÓN
EMOCIONAL Y
ATRACTIVA



INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA

MODERNIZACIÓN
CONTINUA DEL
PUNTO DE VENTA



La evolución continua del NCC

Desde su implantación hace seis años, el Nuevo Concepto Covirán, un modelo de supermercado 10, sigue una evolución constante para maximizar su atractivo para el cliente final. Con la investigación e innovación como brújulas permanentes, se incorporan mejoras a la vanguardia a nivel tecnológico, de imagen y de gestión, al tiempo que se reducen costes y se aboga por la eficiencia para incrementar la rentabilidad de los establecimientos.

Esta apuesta por la modernización es la única forma de estar a la última y ofrecer un servicio adaptado a los nuevos tiempos sin quedarse atrás. Como dice el refranero popular, “es cuestión de renovarse o morir”.

La implantación del modelo NCC continúa imparable. Su rentabilidad para el Socio ha propiciado que la mayor parte de las incorporaciones con el modelo de tienda tradicional se decante por un formato muy cercano a la tienda 10 de Covirán desde un primer momento. De esta forma, con una mínima inversión se puede dar el salto a este moderno modelo en un futuro.

Este innovador formato, cuyas mejoras se testean en las ‘tiendas piloto’ de Covirán antes de su implantación

para comprobar sus beneficios, hace posible que los establecimientos de proximidad den un paso al frente para diferenciarse en el sector de la alimentación. De forma paralela se consigue hacer más satisfactoria la experiencia de compra incorporando servicios a la altura de las grandes superficies.

Durante 2015 se ha renovado la imagen interior de las tiendas para hacer más agradable la sensación del consumidor, se ha crecido en accesibilidad, eficiencia energética, comunicación y equipamientos, además de subrayar la presencia de ‘universos’ diferentes en el interior del supermercado que rompen la monotonía del proceso de compra. Se ha trabajado, asimismo, en la visibilidad del punto de atención al cliente, entre otras novedades encaminadas a estimular las ventas y poner al cliente en el centro de la tienda.

Para la mejora continua del modelo NCC resultan reveladoras las auditorías que llevan a cabo los ‘mystery shoppers’ o clientes de incógnito que evalúan la calidad de la atención, un ‘examen’ que permiten conocer los aspectos que requieren un refuerzo para incidir en su progreso.



En 2015, la evolución del NCC se ha centrado en:

1. Una comunicación emocional: momentos de consumo como protagonistas

El diseño ha ganado peso en los supermercados NCC. Su imagen se ha renovado para dar protagonismo a los momentos de consumo frente a los productos, lo que permite que el cliente se sienta más identificado con lo que contempla cuando recorre las distintas secciones y le evoque instantes de bienestar.

Como de costumbre, esta novedad se pilotó previamente en el supermercado de la Ilusión, donde la percepción de los consumidores mejoró visiblemente. Comprobados sus óptimos resultados, se trasladó a los Socios.

2. Un responsable de tienda más visible: Te ayudo

El punto de información o 'Te ayudo' es otro de los elementos que se ha incorporado a las tiendas NCC de los Socios tras su implantación en la Ilusión.

A diferencia de los servicios de información convencionales, esta herramienta busca dar notoriedad al responsable de tienda al objeto de que los clientes puedan reconocerlo fácilmente. Se consigue de esta forma que un responsable resulte visible en la tienda, donde el cliente puede localizarlo rápidamente y recibir una atención más inmediata.

3. Más eficiencia, mayor accesibilidad y universos diferenciados

A lo largo de 2015 se ha abordado la eficiencia de las tiendas NCC, lo que permite ahorrar costes y maximizar beneficios.

Los NCC han incorporado, asimismo, elementos para personas con algún tipo de discapacidad o movilidad reducida, abanderando la apuesta del Grupo Covirán por la diversidad y la accesibilidad universal.

Se ha profundizado, paralelamente, en el diseño de la bodega y la panadería como universos diferenciados dentro de la tienda, uno a la entrada y otro en la salida. De esta forma, el cliente se 'sumerge' en un espacio especializado y con identidad propia al acceder a estos entornos.



LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL SOCIO

Cuando Covirán habla de tecnología no sólo se refiere a la informática que necesita el Grupo para su funcionamiento ordinario. Lo hace con un concepto integral, teniendo en cuenta todos aquellos aspectos imprescindibles para articular las relaciones de la Cooperativa con sus Socios, de los Socios con sus clientes y de la Cooperativa con el cliente final, con un enfoque de 360°.

Covirán ha apostado en los últimos ejercicios por inversiones tecnológicas que no solo aportan modernización, también solidez y robustez a su proyecto cooperativo y eficiencia a sus procesos. Durante el ejercicio 2015, el Grupo realizó un importante esfuerzo inversor y destinó 6,4 millones de euros a innovación tecnológica.

Son inversiones que difícilmente un Socio podría acometer de manera individualizada y que Covirán pone a disposición de sus Socios. La Cooperativa está inmersa en un profundo sistema de transformación digital que no olvida el mundo físico, la tienda, que es la esencia de su actividad.

Con Covigés 3.0 se ha dado un importante salto cuantitativo en la gestión de los puntos de venta, que gracias a este nuevo software de gestión tienen a su alcance el soporte necesario para convertirse en empresa puntera a nivel digital.

Covigés 3.0. constituye el pilar informático que los supermercados necesitan para adaptarse a los retos de futuro. Este programa facilita al Socio la compra en tiempo real para su reabastecimiento, el inventario o la información de surtido y catálogo con sus correspondientes promociones.

**Covigés 3.0. constituye
el pilar informático
que los supermercados
necesitan para adaptarse
a los retos de futuro.**

Pero además le permite trabajar la futura venta online u otros canales de venta, así como incorporar redes sociales o dispositivos con su app.

Entre sus virtudes también destaca la posibilidad de gestionar de forma centralizada varios establecimientos, empleados y permisos. Y lo más importante: la automatización de procesos y la integración con la Cooperativa para que el Socio dedique el mínimo tiempo posible al ordenador.

En definitiva ofrece soluciones a medida del comercio minorista y el sector retail, para los que se desarrolló de forma específica. Cuenta para ello con una base de datos común, lo que permite aprovechar y compartir las sinergias del trabajo emprendido por todos.

En 2015 el Sobre Digital ha ganado peso entre los asociados consolidándose como una útil herramienta para facilitar las gestiones administrativas al tratar de forma digital toda su documentación para tenerla al alcance de un click.

Desde que se implantó como servicio de valor añadido, el Socio puede acceder directamente a él y mantener controlados sus datos en una base segura y realizar los trámites que demanda la gestión del punto de venta.

El Sobre Digital, al que se accede desde el portal del Socio, ofrece la inmediatez que los nuevos tiempos requieren, aportando más calidad sin necesidad de papel, con lo que se cultiva de paso la sostenibilidad y el respeto medioambiental. De ahí que se trate de una herramienta cada día más aplaudida por los asociados, que se benefician de nuevas prestaciones encaminadas a que su trabajo resulte más cómodo y seguro, ganando así calidad de vida.



CANALES DE COMUNICACIÓN QUE NOS ACERCAN

Big Data, aplicaciones, redes sociales, software de gestión... sin olvidar la tienda física, el alma y esencia de Covirán. Todo esto forma parte de un engranaje que evidencia el compromiso de Covirán con la omnicanalidad. La nueva plataforma tecnológica de Covirán permitirá soluciones de e-commerce, que estarán integradas además con redes sociales y aportarán información estructurada con herramientas de Big Data. La capilaridad que en lo físico tienen los supermercados del Grupo se extenderá también al mundo digital. Una combinación ganadora que aprovecha todas las ventajas y posibilidades de comunicación.

Los tiempos son digitales e interactivos ya desde hace varios años. En 2015 llegó el momento de incentivar la comunicación a través de una web corporativa renovada y con nuevas posibilidades, abierta a todos y adaptable a cualquier dispositivo electrónico (móviles, tablets, portátiles).

Que un mismo portal sea capaz de responder a las necesidades de cualquier usuario era un reto importante. En www.coviran.es se da utilidad a clientes, Socios, empleados, instituciones, medios de comunicación que se nutren de información al día.

Durante el año 2015 la web de Covirán España ha experimentado un crecimiento superior al 10%, acercándose a las 600.000 visitas en el último ejercicio e incorporando casi 200.000 nuevos usuarios al tráfico del portal. Más de 49.000 personas han navegado por la nueva página, cuya sección de empleo y ofertas han generado interés entre el público.

El portal del Socio, por su parte, se convierte en el principal canal de comunicación con este. A lo largo del ejercicio ha recibido más de 273.000 visitas de asociados, que empiezan a usar con más asiduidad esta herramienta, sobre todo para realizar sus pedidos y consultar artículos.

En Portugal, tanto la web corporativa de la empresa como el portal dedicado al Socio han impulsado su crecimiento.

Así, la versión portuguesa ha recibido más del doble de visitas en 2015 que en 2014. En lo que al portal del Socio de Portugal se refiere, su uso está generalizado entre los asociados. Más del 91% se ha dado de alta en este espacio online como soporte habitual para consultar sus movimientos y facturas, principalmente.

Durante 2015 se ha preparado además el lanzamiento en redes sociales, para dar un paso más en la forma en la que los consumidores se relacionan con Covirán estableciendo un diálogo de tú a tú. Los perfiles corporativos de Facebook y Twitter serán un punto de encuentro más con el Socio y el cliente de Covirán, trasladándose la cercanía en el trato que ofrece la empresa más allá de la propia tienda.

Este proyecto se consolidará a lo largo de 2016.

Covirán da un nuevo paso más en la gestión de su comunicación corporativa, que pasa del entorno tradicional al digital, con el mismo reto de aportar valor al Socio, incrementar la reputación de la empresa y ofrecer al cliente un canal más de comunicación.

WEB PÚBLICA
+600.000
VISITAS



+200.000
NUEVOS
USUARIOS



PORTAL DEL SOCIO
+270.000
VISITAS

EN 2016

COVIRAN EN LAS
REDES SOCIALES



DISPOSITIVOS MÓVILES INTERACTIVOS

Con este nombre, dispositivos móviles interactivos, nos referimos no solo a teléfonos móviles, también a PDAs localizadores o GPS. La movilidad en el acceso a la Red y a los documentos relacionados con la empresa son algunas de las ventajas que se pueden destacar. Poder acceder al correo electrónico en cualquier lugar, a todo tipo de archivos o a las aplicaciones propias de la compañía son sus posibilidades que incrementan el potencial de productividad en su día a día.

Sin embargo el teléfono móvil es por excelencia el más destacado por ser el de uso más generalizado. Tanto es así que desde un móvil:

- Se puede acceder a la web corporativa, actualizada y accesible desde estos dispositivos.
- Los clientes del Club Familia, con el móvil o incluso solo el número del móvil asociado a través del programa de gestión Covigés 3.0, pueden hacer uso de su tarjeta de fidelización.
- Los asociados reciben a través de este canal de comunicación información puntual e inmediata sobre acciones promocionales, alertas alimentarias o eventos corporativos.

Cada día estos dispositivos forman parte de los diferentes grupos de interés de la empresa y se suman a los canales de comunicación ya existentes. De cara a 2016, la Cooperativa trabaja en el desarrollo de su APP, que le permitirá estar más cerca aún de sus Socios y clientes, y satisfacer sus necesidades.

El proceso de transformación digital de las empresas pasa por crear experiencias en los distintos canales de comunicación, tanto online como offline, para aportar valor añadido a sus clientes, Socios, trabajadores y grupos de interés. En este sentido, desarrollar una estrategia de omnicanalidad en la que se integre la atención al cliente es fundamental para ofrecer servicios que se sitúen a la altura de un usuario que tiene unas expectativas cada día más elevadas.





**Desarrollo
profesional y
formación**

05

A LA VANGUARDIA EN FORMACIÓN

“Aprender es como remar contra corriente: en cuanto se deja, se retrocede”. Para Covirán estas palabras del compositor inglés Brittel resumen la importancia de hacer de la formación continua la estrategia que tiene como principal objetivo el crecimiento de los puntos de venta.

El aprendizaje representa una de las piedras angulares de la compañía, para la que la competitividad y diferenciación en el sector pasan necesariamente por una gestión eficiente. Pero también por ganar competencias y reciclar continuamente los conocimientos en aras de ofrecer

al cliente final una respuesta basada en la excelencia y profesionalidad.

Para hacerlo posible, Covirán ofrece una amplia y variada oferta formativa vinculada a las necesidades del Socio y de su personal, así como a las de los empleados del propio Grupo, de modo que pueda asumir los retos del sector de forma eficaz. Estas propuestas educativas se imparten a través de la Escuela de Comercio, dependiente de la Fundación Covirán y desde el Área de Recursos Humanos de la empresa.





ESCUELA DE COMERCIO COVIRÁN

CONSOLIDACIÓN Y DESARROLLO

La Escuela de Comercio Covirán ha vivido un intenso curso escolar en 2015, según reflejan las cifras vinculadas a este apartado. Así, 1.733 alumnos pasaron por sus instalaciones y las aulas de 24 de sus plataformas, en las que se han desarrollado conjuntamente 150 programas formativos.

Estos números refrendan el crecimiento cuantitativo y cualitativo de la Escuela, que ha potenciado su participación y propuestas de aprendizaje respecto a 2014, cuando se impartieron 134 programas de los que se beneficiaron 1.359 personas.

En lo que respecta al perfil de los alumnos, además de los Socios y personal interno de la Compañía, son los usuarios ajenos a Covirán los que aumentan cada día, dado el carácter abierto a la sociedad de la Fundación Covirán, organización que desarrolla su actividad a través de la Escuela de Comercio Covirán.

A partir de cierto grado de experiencia, la única forma de seguir aprendiendo es enseñando. Pocas acciones formativas tienen tanto valor como aquellas que surgen del interior del propio centro de actividad. En 2015 se ha invertido en potenciar la formación por parte del personal del Grupo Covirán, a través de formadores propios. Hay varios casos de éxito que ya están sirviendo de referencia, como los talleres de tratamiento de frescos en la plataforma de Zaragoza.

Los expertos encargados de transferir sus conocimientos y experiencia se introducen, además, en la tesitura de tener que refrescar conocimientos, actualizar contenidos y enfrentarse a dudas nuevas, lo cual impulsa sus habilidades.

El objetivo de Grupo Covirán es acrecentar el porcentaje de recursos internos empleados en formación de formadores, dados los buenos resultados de estas experiencias y la satisfacción de los Socios receptores de esta formación.

La Escuela de Comercio, gestionada por la Fundación Covirán, ha consolidado su andadura este 2015 con

importantes resultados a nivel cualitativo y cuantitativo. Su mayor número de acciones formativas y alumnos así lo avalan.

En su segundo año de actividad se ha apostado por la innovación, la flexibilidad y práctica en sus propuestas de aprendizaje al objeto de ofrecer un servicio cualificado y profesional que repercute en un consumidor final con mayores exigencias y expectativas.

Se podría definir 2015 como el año de la consolidación e innovación del proyecto, ya que por un lado han arraigado los programas ya establecidos y, por otro, se han promovido nuevas propuestas formativas para dar respuesta tanto a las necesidades de los asociados y su personal, como a las internas de Covirán.

La Escuela sigue reforzando de esta forma el objetivo con el que abrió sus puertas: transformarse en un referente en la formación y aprendizaje de los empresarios detallistas, así como en la gestión de pequeñas y medianas empresas ligadas a la alimentación.

En un sector tan competitivo como éste la diferenciación es vital para ganar cuota de confianza en el corazón de la clientela, de ahí la importancia de ofrecer al público un servicio cualificado y especializado, al tiempo que se potencia el rendimiento del punto de venta con una gestión eficaz y eficiente.

Con este propósito, ofrece contenidos adaptados a las necesidades de gestión de sus Socios y al desarrollo de competencias y habilidades de sus empleados.

En su afán por acercar la formación a los asociados sin importar las distancias, las enseñanzas de la escuela se imparten más allá de su sede en Granada o de las sedes satélites en las distintas plataformas.

Los alumnos también pueden acceder a los contenidos desde cualquier punto, a través de internet, gracias a la Escuela de Comercio online o comprobar 'in situ' cómo

la teoría se transforma en práctica en su propio supermercado.

La cercanía representa uno de los grandes valores añadidos de Covirán. La Escuela lo hace suyo llegando al Socio allá donde esté: ya sea en la plataforma, en su punto de venta o de forma virtual cuando la asistencia presencial resulta imposible.

A través del portal www.escueladecomercio-coviran.org, el centro de formación mantiene abierta una ventana en internet para que el Socio tenga acceso en cualquier momento a distintos programas.

La formación online a través de la Escuela digital ha crecido sensiblemente en 2015: 204 alumnos se han conectado a esta plataforma para realizar cursos a distancia como el de Manipulador de alimentos.

Para conocer más a fondo el producto que se vende, se ha llevado a cabo, asimismo, visitas a las fábricas de los proveedores, donde los asociados ahondan en las características de los diferentes artículos.

Pero además la Escuela de Comercio Covirán pone a disposición del Socio herramientas de tutorización y asesoramiento, así como una amplia oferta académica en colaboración con universidades, fundaciones e instituciones vinculadas a la enseñanza empresarial en general y la industria alimentaria en particular.

Todo un abanico de posibilidades para garantizar la máxima calidad de la formación y facilitar su acceso de modo que suponga una inversión, no un problema ante obstáculos como la falta de tiempo o las distancias.



PROGRAMAS FORMATIVOS

La Escuela de Comercio ha desarrollado novedosos y muy avanzados programas formativos centrados en las necesidades de los Socios, sus empleados o el propio personal del Grupo Covirán en una clara apuesta por la innovación como motor estratégico:

Programa NCC Alta Gestión para Socios con recorrido en el formato 'Covirán 10'

Hasta ahora se habían impartido cursos de iniciación para aquellos nuevos o antiguos Socios en el Nuevo Concepto Covirán. Para quienes ya tienen recorrido y madurez en este moderno formato de supermercado se ha lanzado esta nueva formación a medida, con la que se trabaja la evolución y capacidad de gestión durante dos días. De momento se ha celebrado una edición del programa en la que participaron 19 alumnos.

Seminario 'Reforma Fiscal en mi empresa'

La reforma fiscal conlleva un importante cambio de régimen para autónomos. Teniendo en cuenta que aproximadamente el 60% de los Socios de Covirán son personas físicas o comunidad de bienes a los que esta nueva ley afecta directamente, se ha abordado esta formación específica para que conozcan los entresijos prácticos de dicha normativa y su incidencia en sus negocios. El curso ha contado con 3 ediciones y 49 alumnos.

Seminario de 'Educación Financiera' con la Fundación CajaGranada

En respuesta a la crisis económica, la Unión Europea ha desarrollado un importante plan de formación de base en materia financiera dirigido a la ciudadanía. Siguiendo esta propuesta, en la que también participan el Banco de España y las cajas de ahorro, la Fundación Covirán ha cerrado un acuerdo para trasladar esa cultura financiera básica a sus Socios con la colaboración de BMN.

Nuevos seminarios de gestión por categorías

Como ya se hiciera el año anterior, en 2015 se ha impulsado la gestión por categorías con nuevos seminarios ligados a grandes marcas. Se ha avanzado así en la gestión de la charcutería, en la de refrescos, en la leche como producto gancho, en el yogurt como fuente de salud y rentabilidad o en los desayunos más rentables, acciones formativas en colaboración con nuestros proveedores más destacados.

Conferencia sobre la 'Empresa Familiar y relevo generacional' junto a la Escuela de Gerencia

Con este encuentro se buscaba concienciar a los Socios de la importancia de ceder el testigo a las jóvenes generaciones familiares y que, a su vez, estas conozcan el atractivo de contar con un negocio de la mano de Covirán, lo que se conoce como relevo generacional o sucesión familiar.

Antiguamente responsabilizarse de un supermercado podía 'comprometer' la calidad de vida, dado la cantidad de horas que consumía su funcionamiento. Sin embargo, al disponer de una central de compras y de servicios integrales como Covirán, que cubre toda la actividad de la compra y aprovisionamiento del Socio, su trabajo puede centrarse en la venta al cliente y en la gestión de su empresa, lo que supone un aliciente importante para los jóvenes.

La actual tesitura económica sumada a la inestabilidad del mercado laboral ha provocado un aumento del número de Socios con estudios superiores que confían en Covirán como proyecto sólido de autoempleo.

Hoy día se cuenta con una cantera de asociados jóvenes de segunda y tercera generación que ha optado por el modelo NCC y gestiona recursos desde el punto de vista empresarial.

Visitas a los centros de producción de grandes proveedores

Durante 2015 se ha implantado una nueva modalidad de gestión por categorías que combina una jornada de formación, networking y ocio con visitas a centros de producción, una alternativa que ha tenido gran aceptación entre los Socios. Se han llevado a cabo tres ediciones: sendas sobre cervezas en las centrales de Mahou-San Miguel y Cruzcampo en Alovera y Sevilla, respectivamente; y una tercera dedicada a la gestión de charcutería en la fábrica de El Pozo.

En total, 395 alumnos se han sumado a los seminarios sobre la gestión de categorías en colaboración con los fabricantes, de los que se han celebrado 22 ediciones.

La Escuela de Comercio se ha despedido de 2015 consolidando acciones formativas ya conocidas por la compañía y celebradas con éxito:

Programa de Bienvenida

Para las nuevas incorporaciones de Covirán se lleva a cabo una semana de formación intensiva en el campus de Granada, donde aprenden los principios básicos de la compañía y revisan todas las áreas de gestión del supermercado. En el transcurso del año se han desarrollado ocho ediciones en las que han participado 108 alumnos.

Programa de tutorización y prácticas en el punto de venta

A demanda de los Socios un tutor lleva a cabo acciones formativas individualizadas y a medida centradas en la gestión del punto de venta, en las secciones de frutería o carnicería o en el aprendizaje del jefe de tienda. En 2015 se han cerrado 5 ediciones con 7 alumnos.

Programa Covigés 3.0

La formación en Covigés 3.0 representa un pilar estratégico para la Escuela de Comercio, ya que incide en la mejora de los procesos de gestión e información de los supermercados a través de este software de gestión de última generación. A los alumnos que se han iniciado en Covigés 3.0 a través del programa de bienvenida se unen los 291 que han participado en las 27 ediciones de cursos formativos para conocer esta potente herramienta.

Programas de Excel, Outlook y Windows 8

Dirigidos al personal interno de Covirán y al objeto de prestar un mejor servicio al Socio, se han desarrollado cursos de informática centrados en Excel, Outlook y Windows 8, con 56 alumnos en total.

Programa NCC Inicial

Para aquellos Socios que se inician en el formato de tienda Covirán 10 se ha lanzado esta formación específica con 10 ediciones y 113 alumnos en 2015.

Durante el ejercicio 2015 se ha dado un importante impulso a la formación en la división de Portugal, donde se han promovido los siguientes programas:

Gestión de Frescos, de las que se han desarrollado tres ediciones con 55 alumnos.

Gestión del Merchandising, con dos ediciones y 19 alumnos.

Gestión punto de venta 'Atención al Cliente + Merchandising': 11 alumnos se han sumado a sus dos ediciones.

Programa Gestión Eficiente de la Sección de Frutería

Entre los principales valores añadidos de Covirán respecto a la competencia destacan su posicionamiento como supermercado de cercanía y especialistas en Frescos, de ahí que el acento formativo en esta sección sea capital. En 2015 se han desarrollado dos ediciones de gestión eficiente de frutería en la que han participado 31 alumnos.

Programa de Bienvenida, del que se ha celebrado una edición con 15 Socios.

Covigés 2.X, para conocer la nueva versión del software de gestión de punto de venta que usa la división de Portugal se han emprendido dos ediciones con 18 alumnos.

UN DÍA EN COVIRAN 10

24 HORAS EN LA PIEL DEL SOCIO

El negocio visto desde la óptica del Socios; que los trabajadores conozcan en profundidad el negocio y el día a día de un supermercado es fundamental.

Así, este proyecto, dirigido por Recursos Humanos, tiene como finalidad conocer al detalle la dinámica de un punto de venta y las problemáticas que afronta, haciendo especial hincapié en la empatía y el compromiso que se ha de mantener con los asociados. Se trataba de calzarse sus zapatos para conocer a fondo sus necesidades.

El objetivo final no es otro que brindar soluciones desde cada área que den respuesta a sus retos para facilitar su trabajo, mejorar la competitividad y resultados.

Tras la primera edición de este programa -del que se han podido extraer interesantes conclusiones al término de cada sesión- están previstas otras dos destinadas al personal de operaciones.

Esta formación ha hecho visible el sentimiento de pertenencia del equipo humano y su compromiso constante en darle a los Socios un servicio de calidad y profesionalizado.

Estamos +
COMPROMETIDOS

- 1 Compartimos una misma meta
ARGUMENTARIO COMÚN:
De la conducta de cada uno depende el destino de todos.

- 2 Comunicación afectiva
MEJORA DE LA COMUNICACIÓN CON EL SOCIO:
Nuestros Socios deben sentir seguridad y confiabilidad en la información recibida; transparencia y veracidad, sinónimo de confianza.

3 Saber hacer = Saber ser
TRANSVERSAL:
Compartimos conocimiento para alcanzar un objetivo común.

4 Evolución: somos Covirán
FORMACIÓN:
Potenciamos nuestra cultura de trabajo, nuestra forma de pensar y actuar.

5 Colaboración = Unión
TRABAJAR CON OTROS DEPARTAMENTOS:
El trabajo en equipo es la habilidad para trabajar hacia una visión común.

6 El Socio, siempre lo primero
SEGUIMIENTO A SOCIOS:
Para saber lo que la gente realmente piensa, presta atención a lo que hacen, más que a lo que dicen.

7 Proyectos materializados
MÁS RESOLUTIVOS:
Tenemos la capacidad de empezar y acabar algo en un tiempo determinado.

8 Más profesionales
AGILIZAR PROCESOS:
Cultura de equipo y resolución de problemas a tiempo a través de procedimientos establecidos.

9 El primer cliente, el Socio
LA PRIORIDAD:
LOS SOCIOS
Las personas, Socios y trabajadores, claves de la Cooperativa.

10 Orgullosos de formar parte de Covirán
FOMENTO DEL SENTIMIENTO DE PERTENENCIA:
Formar parte de un grupo, implicarse y ser responsable, valor diferenciador frente a la competencia.

11 Escucha activa y cercanía
ASERTIVOS Y COMPROMETIDOS:
Prestamos atención y valoramos criterios e ideas diferentes a las nuestras.

12 Cerca de nuestros socios
CONOCE EL NEGOCIO:
Mantente cerca de tus Socios. Tan cerca que seas tú el que les diga lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de que lo necesitan.

13 Modelo de éxito: equipo coordinado
MEJORA DE COMUNICACIÓN Y COORDINACIÓN INTERNA:
Estrategia para ganar eficiencia y alcanzar el éxito.

**Somos
+
COVIRAN**

UNA ESCUELA ABIERTA A SU ENTORNO



Convenios para el fomento de la investigación

La Fundación Covirán ha cerrado convenios con distintas instituciones relacionadas con la Educación para fomentar la investigación en el sector empresarial y agroalimentario. Entre estos se encuentra el acuerdo alcanzado con la Universidad de Granada para que la sede de la Escuela de Comercio acoja parte del programa del Master de Neuromarketing.

El supermercado de I+D+I de la Ilusión y las modernas instalaciones de la Escuela de Comercio Covirán posibilitarán que los alumnos lleven a la práctica esta pionera disciplina para analizar sus resultados en el sector retail. En sus clases podrán estudiar además en qué medida condicionan las decisiones de los consumidores los avances en neurociencia aplicados al marketing, una materia que despierta gran interés en el sector empresarial.



Programa de 'Gestión del Punto de Venta, especialistas en Frescos'

Para fomentar las posibilidades de acceso al mercado laboral de colectivos en riesgo de exclusión que desean dedicarse al sector de la alimentación, la Escuela de Comercio ha acogido este programa formativo en colaboración con la Diputación de Granada. Su contenido está enfocado a la capacitación de los alumnos interesados en emprender o encontrar trabajo en el sector. Con esta idea, 12 jóvenes han realizado prácticas durante tres meses en puntos de venta para aprender su funcionamiento interno tras una formación teórica previa.



Gastrotendencias

Junto a Surgenia, centro investigador de tendencias, la Fundación Covirán presentó el pasado octubre el informe 'Gastrotendencias 2: alimentación, turismo y diseño en la era millennials', un estudio enfocado a aquellas empresas del sector que buscan diferenciarse a través del diseño para dirigir su mensaje a un segmento del mercado concreto.

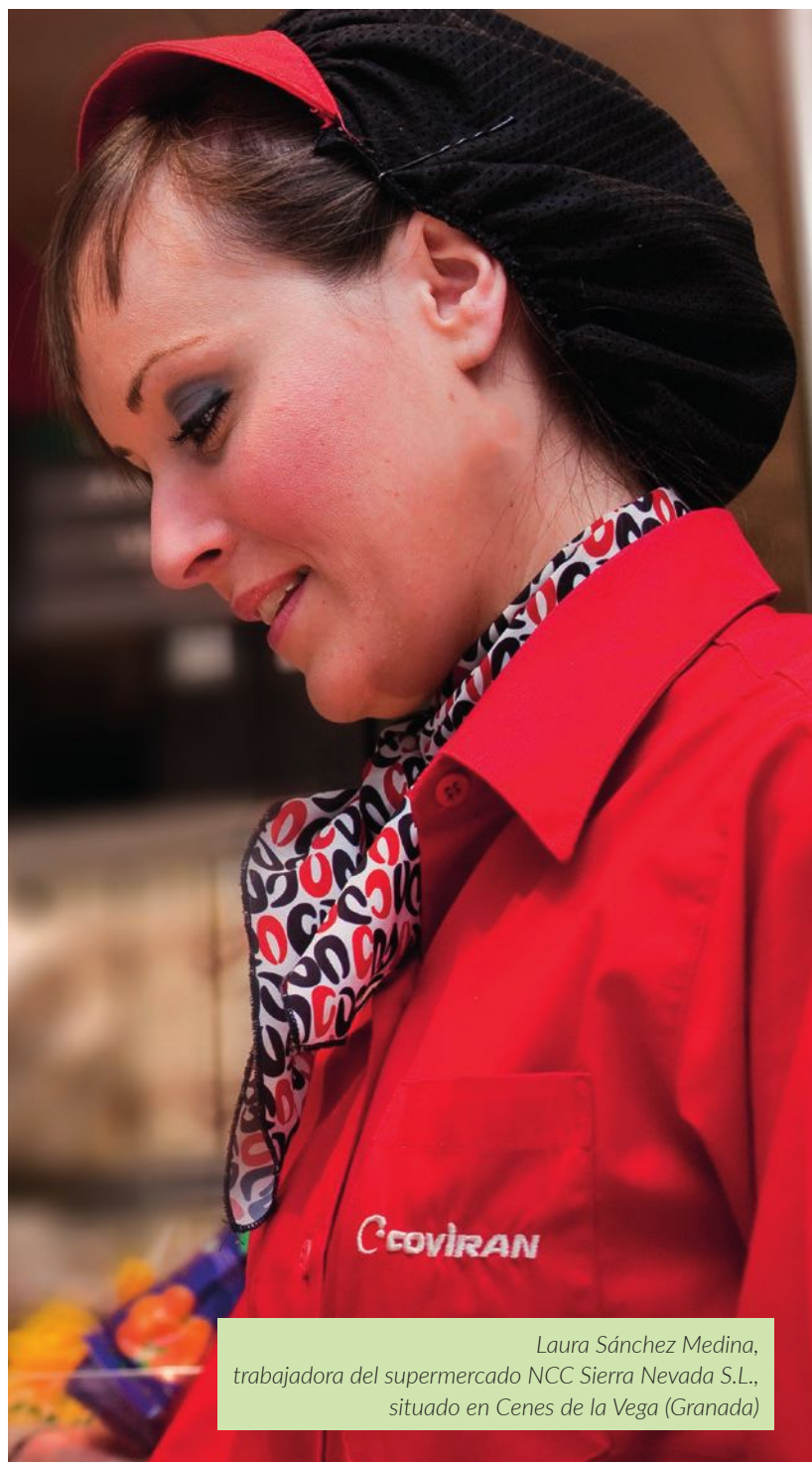
Esta investigación, que se dio a conocer en la sede de la Escuela de Comercio, esclarece las claves que marcarán el mañana del sector. Arroja luz, en esta línea, sobre las tendencias alimentarias que se seguirán en un futuro, las transformaciones en la estructura del hogar que incidirán en la cesta de la compra o los factores sociales, legislativos, económicos y tecnológicos que las compañías agroalimentarias deben tener en cuenta para transformar en oportunidades los desafíos.

EN BUSCA DEL TALENTO

En un entorno competitivo y cambiante, una empresa de gran tamaño tiene que tener herramientas y recursos siempre disponibles y actualizados para encontrar el talento, hallar a la persona ideal para el puesto vacante, en el menor tiempo posible. Por ello, en 2015 el Grupo Covirán ha avanzado significativamente en la recepción de currículums a través de vías directas digitales, como la web corporativa y las herramientas de recursos humanos online, reduciendo costes y tiempos con respecto a la recurrència a entidades ajenas como consultoras.

Estudiando las tendencias de los últimos años, se puede concluir que el Grupo Covirán encuentra el talento en mayor proporción gracias a la participación proactiva, es decir, a través de los candidatos que *motu proprio* contactan con la empresa para comunicar su deseo de trabajar dentro de la compañía.

La dinamización de los recursos humanos del Grupo Covirán también ha sido posible en 2015 de cara a los Socios, facilitándoles la posibilidad de buscar los perfiles más ajustados a las necesidades de sus supermercados a través de la web corporativa. Los Socios de Covirán han insertado 13 ofertas de empleo para sus tiendas con 342 candidaturas recibidas en total, en un primer paso que seguirá ampliándose y creciendo a lo largo de 2016.



Laura Sánchez Medina,
trabajadora del supermercado NCC Sierra Nevada S.L.,
situado en Cenes de la Vega (Granada)

EMPLEO DE CALIDAD

Covirán es una empresa “elegida” para trabajar, gracias a la buena imagen que tiene en cuestiones laborales, tanto en el Grupo como con los Socios.

El empleo estable y de calidad es la primera responsabilidad social de las empresas. Contar con profesionales formados es una de mayores ventajas competitivas de la empresa no solo para dar un mejor servicio a los clientes, sino para contribuir a su fidelización. Covirán comprende la importancia de atraer y retener a sus mejores empleados.

Los empleados, o clientes internos, se convierten en la cara visible de la Cooperativa y de los supermercados, en el espejo donde se reflejan los valores de la empresa de cara al cliente y, en gran medida, terminan siendo los responsables de la fidelización de los clientes. Para lograr los resultados esperados hay que contar con su compromiso.

La creación de empleo estable y de calidad es uno de los compromisos de Covirán, así como la conciliación de la vida laboral con la familiar, la diversidad en las plantillas y el fomento de la igualdad de oportunidades, con la inclusión de personas con diferentes capacidades.

La política de recursos humanos de Covirán reside en el compromiso con los trabajadores y en la flexibilidad necesaria para alcanzar los objetivos empresariales.

La apuesta por el contrato indefinido forma ya parte de la identidad de marca de la empresa. Incluso cuando el contexto económico general, la crisis concreta del sector,

o las situaciones socio-laborales de una época u otra son adversas. Más del 91% de la plantilla de Covirán tiene un contrato de trabajo indefinido, porque en Covirán no creen que la temporalidad sea una opción viable si se persiguen objetivos a medio o largo plazo –que son los que más importan. Además, también más del 91% de esos contratos son de jornada completa, para cimentar la estabilidad de los trabajadores.

La calidad del empleo no se mide solo gracias a los parámetros clásicos, esto es, durabilidad, cantidad y salario, sino también por otros condicionantes sociales que van ganando terreno dentro de la vida laboral de las personas. Como dicta la normativa, todo trabajador que ha solicitado la reducción de su jornada laboral por atención a menores la ha visto concedida, pero con un plus: en todos y cada uno de los casos se ha concedido dicha reducción en el horario que el solicitante sugería.

En el Grupo Covirán se practica una política de recursos humanos que permanezca ecuaníme con respecto a todos los rangos de edad, sexo y condición. Cada puesto requiere de una experiencia y formación concretas y cada proceso persigue encontrar al candidato más idóneo.

Es destacable la variedad en los distintos procesos de selección realizados en 2015, ampliando puestos y cubriendo vacantes de distintas áreas, todas importantes para el funcionamiento del propio Grupo.



Joaquín Serrano García y Jonás Lizancos Rodríguez,
empleados de la plataforma de Atarfe

Acción social | 06

En los principios básicos de Covirán, como empresa de economía social, está el compromiso por la mejora social del entorno donde desarrolla su actividad, la promoción de la salud y unos hábitos de vida saludables, una contribución a una mejor calidad de vida e integración social de distintos colectivos en riesgo de exclusión así como el cuidado de la infancia y del medio ambiente, entre otros.

Estos son, sin duda, algunos de los pilares que sustentan la Responsabilidad social empresarial en Covirán y que vienen siendo desarrollados por la compañía, a través de distintos programas año a año. Fruto de este compromiso, la compañía ha ratificado por cuarto año su adhesión a los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas para la responsabilidad social empresarial articulados en Derechos Humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. El grupo Covirán comparte el objetivo de este pacto de una gestión ética basada en sus 10 principios.

Además, durante el año 2015 ha difundido a sus socios y empleados el Código de buen gobierno corporativo y buenas prácticas, que regula y fomenta el cumplimiento normativo y la ética empresarial. Se enmarca en el objetivo de concienciar a cada miembro de la compañía de su responsabilidad dentro de su ámbito de actuación.

Asimismo, Covirán ha contribuido a la eficiencia y a la estabilidad de la cadena agroalimentaria con acuerdos como el firmado en favor de la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor en el sector lácteo. Este histórico acuerdo revalorizará este alimento básico en la cesta de la compra para que los clientes puedan apreciar su importancia.

Un año más el Grupo Covirán se ha convertido en una referencia nacional en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Cada día que pasa refuerza su compromiso con sus Socios, empleados y clientes a través de actuaciones que mejoran su reputación corporativa y redundan en beneficio de la sociedad. Prueba de ello, la adhesión como firmante de la Alianza para la Lucha contra la Pobreza Infantil, materializada el 25 de junio de 2015, cuyo objetivo es aunar esfuerzos contra la exclusión social de los menores mediante una red de trabajo con las administraciones públicas, organizaciones de iniciativa social, agentes sociales y económicos y el tejido financiero de Andalucía. Covirán forma parte de un grupo de trabajo que desarrollará proyectos para la lucha contra la pobreza infantil en Andalucía y que se presentarán ante la Unión Europea, a fin de que los mismos fueran financiados a través de Fondos Europeos.

El comportamiento ético y respetuoso, las buenas prácticas implantadas dentro de la compañía, la implicación de los empleados y Socios, siempre cercanos a las necesidades de su entorno, son factores que fortalecen cada día más a Covirán.

Esta es la línea de trabajo que se viene manteniendo en los últimos años, la misma que ha permitido situar a Covirán en una posición privilegiada que la diferencia de la competencia, a la altura de la demanda del consumidor actual, que reconoce y premia a las empresas que llevan a cabo una gestión responsable económica, social y medioambiental.

Y es en esa gestión responsable del Grupo y de los supermercados donde se hallan algunos de los rasgos que hacen a esta Cooperativa diferente, mostrando que detrás de ella hay un equipo comprometido que colabora entre sí para generar el máximo valor.

Todas las encuestas y estudios muestran la verdadera importancia de la RSE enmarcada en la estrategia de cada supermercado y con efectos positivos para su negocio. Los clientes valoran la reputación de los establecimientos y afecta en sus procesos de decisión de compra. Los Socios de Covirán durante el año 2015 han realizado acciones en su área de influencia en colaboración con la Cooperativa, incrementando el impacto positivo de su actividad en la comunidad y en su entorno.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Accesibilidad Universal

Covirán ha apostado porque sus supermercados sean entornos más accesibles donde realizar la compra sea un acto normalizado para todo tipo de personas, sin importar sus capacidades.

En esta línea, en 2014 su supermercado Covirán la Ilusión, situado en Granada, se convirtió en un referente en esta materia, al ser el primero y único en obtener la certificación de AENOR que lo acredita como un espacio 100% accesible.

Todo un reconocimiento al trabajo llevado a cabo en esta materia, y que ha seguido avanzando con objeto de hacerse extensivo al resto del colectivo. En esta línea y fruto del convencimiento de que aún queda mucho por hacer, en 2015 se trabajó para incorporar la certificación de AENOR a una segunda tienda, también en Granada, en las mismas condiciones; será en el primer trimestre de 2016.

Se ha trabajado también para que en el medio plazo, los Socios puedan incorporar la accesibilidad como un elemento más que contribuya a la satisfacción de sus clientes. Así, a través de la Escuela de Comercio Covirán, los Socios que abran un establecimiento bajo el Nuevo Concepto Covirán a partir de 2016, recibirán una formación específica en esta materia que les capacite para atender a personas con necesidades diferentes. Verán como sus supermercados incorporan de manera normalizada diferentes elementos que contribuyen a la accesibilidad del negocio desde el inicio del proyecto. Todo ello siempre con el objetivo de que el colectivo Covirán siga evolucionando para incorporar la accesibilidad a sus supermercados, haciendo de la compra un acto inclusivo donde la eliminación de toda barrera sea una realidad.

En esta misma línea de trabajo y como novedad, en 2015 Covirán ha implementado el servicio de asistencia en compra Asiste, dirigido a aquellos clientes que pueden contar con algún tipo de limitación temporal o permanente o que cuenten con alguna necesidad especial que les impida realizar la compra. Este servicio se ha testado en el supermercado de la Ilusión para que posteriormente lo puedan incorporar el resto de asociados.



Proyectos de este tipo, además de dar respuesta a la demanda de la sociedad y al compromiso que Covirán tiene con su entorno, se convierten en acciones rentables ya que logran integrar a nuevos perfiles de clientes, que se encuentran más satisfechos e integrados, y a su vez, mejoran la experiencia de compra de quienes ya formaban parte de la clientela.

Esa satisfacción y la buena marcha del proyecto de accesibilidad se recogen en una encuesta de satisfacción hecha a los clientes del súper Covirán la Ilusión, con una excelente nota de 9,5 sobre 10 en los servicios ofrecidos, animando a la compañía a seguir en esta línea que persigue la excelencia.

En 2015 y vinculado con el proyecto de accesibilidad, Covirán ha desarrollado y colaborado en 40 acciones dirigidas a la integración y normalización de personas con diferentes capacidades, con un alcance de más de 2.000 personas. En este sentido, destacando la Colaboración por segundo año consecutivo con el Campus Inclusivo Granada 2015, en julio de 2015 y dentro del Programa 'Campus Inclusivos', gestado con la finalidad de potenciar la inclusión del alumnado con discapacidad en las Universidades españolas, evitando el abandono en los estudios superiores.

Entidades de reconocido prestigio en el ámbito de la inclusión social, como ONCE, además de ser partícipes, se han

convertido en compañeros de este proyecto. Así, en 2015 se presentó ante la sociedad el acuerdo entre Covirán y la ONCE para eliminar barreras y favorecer la integración de las personas con discapacidad en el ejercicio cotidiano de realizar la compra en un supermercado. Además de garantizar la accesibilidad, el convenio contempla medidas para promover la contratación de personas con discapacidad, impulsar campañas de sensibilización social y fomentar las relaciones comerciales y empresariales.

Son de gran ayuda las distintas actividades que promueve Covirán con colectivos de personas con necesidades especiales. El reto no es otro que ser más ambicioso en lo social y conseguir una mayor calidad de vida e igualdad de oportunidades para todas las personas, especialmente a aquellos colectivos en riesgo de exclusión.

Con este convencimiento, Covirán participó en el primer Congreso Nacional sobre empleo de las Personas con Discapacidad que organizó FEGRADI Granada, y patrocinó en junio la sección de cortos accesibles en el Festival Ópera Prima en Corto, primer festival de cortometrajes que integra en su filosofía promover la integración de colectivos de exclusión social. Así, Covirán contribuyó a acercar el cine de forma accesible a personas con discapacidad auditiva y visual.



Salud, nutrición y deporte

Covirán continúa desarrollando programas que fomenten la salud a través de la promoción de unos hábitos nutricionales saludables entre adultos y escolares. Igualmente destacable, su labor en la sensibilización y prevención del cáncer, involucrándose en diferentes acciones en todo el país. En esta misma línea y con idéntico objetivo, el fomento de la práctica deportiva y el apoyo a numerosas iniciativas vinculadas al deporte han sido una constante en 2015.

Fomento de hábitos de vida saludables

Cuidar de la salud mediante la alimentación y un estilo de vida saludable siempre ha sido uno de los desafíos de Covirán en materia de Responsabilidad Social. Por ello, en 2015 se ha dado continuidad a las acciones de sensibilización en los puntos de venta de los Socios de la enseña, de la mano de sus conocidos “puntos de consejo” en tiendas o las Semanas de la Alimentación, que por segundo año consecutivo han logrado sensibilizar en esta materia a más de 600 adultos y niños.

Semanas de la Alimentación

En colaboración con Danone, estas dos semanas se han dirigido tanto al público infantil como a seniors para los que se han organizado diferentes dinámicas e impartido charlas con temáticas afines en la capital granadina y en municipios de la provincia, vinculándose a estas acciones los Socios locales.

Para los más pequeños, encuentros donde trasladarles cómo han de cuidar sus defensas, talleres de meriendas saludables e, incluso, visitas guiadas por el supermercado y degustación de productos, fueron objeto de estas semanas, que se complementan con los diferentes desayunos saludables ofrecidos en el año, conjugando acciones lúdicas con el aprendizaje de hábitos beneficiosos para la salud desde edades bien tempranas.

De manera complementaria pero con el mismo objetivo, cuidar la salud de los clientes, la organización de los puntos de consejo nutricionales en los supermercados, acercando la información al mismo establecimiento de la mano de un dietista nutricionista que explica a los clientes los beneficios que aporta el consumo de determinados alimentos, como las frutas y las verduras. Se trata de acercar estos consejos al lugar mismo de la compra, convirtiendo los supermercados en enclaves de sensibilización.

Lucha contra la obesidad infantil

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la obesidad y el sobrepeso han alcanzado caracteres de epidemia a nivel mundial. Más de mil millones de personas adultas tienen sobrepeso y el crecimiento de la obesidad infantil en los países desarrollados es muy preocupante.

Para trabajar en ese ámbito, durante 2015 se llevaron a cabo 275 colaboraciones en toda España para aumentar la ingesta de alimentos saludables y evitar el sobrepeso.

Las campañas se centraron en el fomento de los buenos hábitos nutricionales y las actividades deportivas. También fueron importantes los talleres saludables y la presencia en eventos destacables como ferias juveniles. Muchas de estas acciones, además de ir dirigidas a los más pequeños, tienen carácter solidario, sumando así beneficios para la sociedad.

Enmarcado en este ámbito del cuidado de la salud, encontramos la labor de Covirán en el hábito del deporte como impulsor del mismo. El apoyo constante al deporte por parte del Grupo Covirán es toda una realidad, que le ha llevado a ser el patrocinador principal de la Fundación Club Baloncesto Granada, que cuenta con un equipo en LEB PLATA pero, sobre todo, cuenta con una cantera compuesta por más de 500 niños que aprenden desde edades tempranas el significado del deporte y los valores a él asociado: trabajo en equipo, espíritu de superación, sacrificio y constancia. Además, nuevamente ha sido patrocinador y colaborador del primer equipo de fútbol de la ciudad granadina, el Granada CF que milita en la Primera división nacional, proyectando la imagen de la marca Covirán por todo el país con un notable impacto y notoriedad.



Pero Covirán no solo apoya el deporte profesional o de primer nivel, por lo que las acciones de patrocinio alcanzan a entidades amateurs y a asociaciones que comparten la promoción de la práctica deportiva como su principal objetivo. Durante el año 2015 se han desarrollado 120 colaboraciones en el territorio nacional para impulsar eventos deportivos y colaboraciones con escuelas en esta misma línea. 24 de estas acciones tienen además fines sociales y están dirigidas a fomentar el deporte solidario.

Lucha contra el Cáncer

Covirán continúa apoyando a la AECC, desarrollando acciones y patrocinando eventos para sensibilizar a la sociedad contra esta enfermedad y fomentar el deporte y la alimentación oncosaludable como medidas preventivas. En este sentido, ha participado, entre otras, en importantes colaboraciones a favor de la AECC con un alcance estimado de 13.500 personas.

Son los propios Socios y empleados de la compañía los que muestran interés en abanderar acciones que permitan apoyar a esta entidad y obtener avances en la investigación que permitan luchar contra esta enfermedad.

Covirán ha colaborado en distintas acciones contra el Cáncer (AECC), destacando en 2015 las siguientes:

Patrocinio de la VI Carrera de la Mujer en Granada: Más de 6.000 dorsales llevaron la marca de Covirán en la VI Carrera de la Mujer contra el Cáncer de Mama que se organizó el 21 de junio en Granada. Se trata de un evento que sintetiza muy bien los valores del deporte, la salud y el compromiso social. Un buen escaparate para concienciar y sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de prevención mediante una alimentación saludable.

'Non Stop: 25.000 pedaladas contra el cáncer': El Grupo participó en octubre en una acción simbólica en la Plaza del Carmen de Granada, donde más de 20 bicicletas pedalearon por espacio de 6 horas para apoyar a las 25.000 mujeres que fueron diagnosticadas de cáncer de mama durante el pasado año.

VII Marcha solidaria 'Luchamos por la vida'. Organizada por Junta Local de la AECC de Los Corrales de Buelna (Cantabria), más de 6.000 personas asistieron el pasado 28 de marzo al encuentro deportivo para solidarizarse con los enfermos de cáncer.

'Pedaladas de altura contra el cáncer': Reto deportivo y benéfico en torno a una prueba con final en Sierra Nevada y a una jornada de información y prevención con afectados por esta enfermedad.

Otras colaboraciones han apoyado la Dieta mediterránea oncosaludable, como la celebrada en el Valle del Lecrín (Granada) o han trabajado con jóvenes y niños, dirigiendo hacia ellos diversas campañas de sensibilización en institutos de La Zubia y Padul, poblaciones ambas granadinas.





Colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro

Covirán apoya proyectos sociales con objeto de mejorar la calidad de vida de numerosas personas y colectivos especialmente desfavorecidos o en riesgo de exclusión social.

Destacan las colaboraciones con entidades como Aldeas Infantiles, de la que Covirán es Constructor de Futuro, UNICEF o la Fundación Crecer Jugando y su campaña 'Un Juguete una Ilusión'.

- **Compromiso con Aldeas Infantiles SOS:** Covirán mantiene desde 2008 su cooperación con Aldeas Infantiles como 'Constructor de Futuro', una fórmula que busca el bienestar de la infancia. Entre otras acciones figura el reparto de material escolar para unos 300 niños o la organización de un concurso para diseñar la felicitación de Navidad que llegó a los 3.250 supermercados repartidos por España y Portugal.

- **Colaboración Unicef:** Covirán se ha sumado al reto 'Ahora no podemos parar', dirigido a recaudar fondos para programas que ayudan a mejorar las condiciones de vida de los niños, dada la problemática que genera la desnutrición infantil. En noviembre hubo una programación

especial en Canal Sur Televisión, Canal Sur Radio y Canal Fiesta Radio, donde Covirán estuvo presente.

- **Campaña 'Un Juguete una Ilusión':** la iniciativa, desarrollada a beneficio de la Fundación Crecer Jugando, cuyo fin es entregar juguetes a niños en situación de vulnerabilidad, está fundamentada en la venta del ya conocido bolígrafo solidario. La acción se materializó desde el 1 de noviembre de 2015 hasta el 7 de enero de 2016 y permitió recaudar dinero y, a la vez, posicionar a Covirán a la cabeza en solidaridad. La Reina de España, Doña Letícia, recibió a todas las empresas colaboradoras en una recepción que tendrá lugar el 16 de diciembre.



- Cruz Roja: colaboración en la campaña Sorteo del Oro a través de la venta de boletos en los supermercados Covirán.

Los fondos recaudados irán destinados a paliar las necesidades de aquellas familias que se están viendo afectadas por las crisis. La ayuda se materializa a través del proyecto de promoción del éxito escolar y se traduce en la entrega de material escolar, campañas de juguetes, meriendas saludables y otras medidas complementarias. Cada año,

conscientes de la importancia que tiene utilizar los supermercados con estos fines que contribuyen a una mejora del entorno más próximo, más establecimientos se adhieren a estas iniciativas y aportan su grano de arena para conseguir una sociedad mejor.

- Colaboraciones puntuales: en 2015 se desarrollaron 257 acciones de colaboración con distintas entidades sociales, culturales, deportivas e incluso instituciones que contribuyeron a reforzar la marca y reputación de Covirán.

Nuevamente, se ha realizado una intensiva labor con la Federación Española de Bancos de Alimentos, FESBAL, a través de todas las plataformas de España donando más de 263.834 unidades de alimentos y participando en la Gran Recogida celebrada el 27 y 28 de noviembre. 389 tiendas se sumaron a ella y se entregaron más de 30.000 kg de alimentos.



La labor con los Bancos de Alimentos en España tiene ya mucho recorrido y es ahora Portugal quien se suma a esta labor que acerca alimentos de primera necesidad a las familias que más lo necesitan. En 2015 se han establecido nuevos acuerdos en el país vecino para donar productos desde las tres plataformas de distribución. Asimismo, se ha suscrito un acuerdo con el Ministerio de Educación portugués cuyo fin es lograr el refuerzo alimentario en un programa escolar que cuenta con más de 120 escuelas adscritas que beneficia a 2.000 niños.

Lucha contra el desperdicio de alimentos

El desperdicio de alimentos es un problema con una dimensión que preocupa a las empresas y a la sociedad en general y es que, cada año, 1/3 de la producción mundial acaba desperdiciándose.

Reducirlo exige concienciación, esfuerzo y colaboración y es por eso que, un año más, Covirán ha trabajado para lograr evitar el desperdicio de alimentos dentro de su ámbito de actividad y promover a la vez una mayor conciencia social de este problema entre sus grupos de interés.

En este ámbito, Covirán es miembro del Comité de redistribución creado por AECOC para evitar el desperdicio de alimentos en toda la cadena agroalimentaria y trabaja para impulsar proyectos de colaboración que permitan recuperar el mayor porcentaje posible de alimentos y donarlos a los bancos de alimentos. Nace así la iniciativa 'La Alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala', que secundan las principales empresas, administraciones y asociaciones del país.

Son dos los objetivos principales que se persiguen con este proyecto:

- Reducir, desde la prevención y desde el desarrollo de prácticas de eficiencia, el desperdicio que se produce a lo largo de la cadena alimentaria.
- Maximizar el uso del "excedente" generado a lo largo de la cadena de valor, en definitiva, la redistribución, reutilización y reciclado, valorización de cualquier alimento. En este sentido, Covirán mantiene su compromiso a nivel nacional con Banco de Alimentos, donando productos que no son aptos para la venta pero sí para el consumo, además de realizar otras donaciones de alimentos que cubran necesidades y contingencias excepcionales, a petición de los bancos.

En 2015 y en el Marco de las III Jornadas contra el desperdicio de alimentos celebradas el 2 de junio, Covirán colaboró en la difusión de la Campaña 'Lluvia de Ideas contra el Desperdicio alimentario', donde se animaba al consumidor a aportar sus ideas para evitar que se tiren productos aptos para el consumo y reducir así el despilfarro de alimentos. La idea ganadora consistió en crear 'tickets de compra con recetas' que se puedan preparar con los excedentes de los alimentos e informar sobre las cifras de despilfarro en España y trucos para evitarlo en el hogar.



COVIRAN

COVIRAN

FUNDACIÓN
CO REALIMENTOS DE GANADA

BANCO DE ALIMENTOS DE GANADA

Promoción
"Carros de la Compra"
COVIRAN en IDEAL



LOTE 1 (1 de 2)

COVIRAN

Medio Ambiente y sostenibilidad

El Grupo Covirán ha continuado trabajando para reducir el impacto que su actividad genera sobre el medio ambiente. Además, genera entre todo su colectivo una cultura de respeto medioambiental para que esta se haga permeable a toda la organización, ya que es vital que no solo entiendan la importancia de esta línea de actuación, sino que participen de ella.

Covirán ha desarrollado diversas acciones encaminadas, entre otros, a la gestión de residuos por su elevado impacto en el medio ambiente. En este sentido, destaca que la buena labor realizada en el tratamiento de residuos peligrosos y no peligrosos como palets, cartón, plástico, luminarias, pilas, baterías de plomo aceites o lodos e hidrocarburos ha originado un ahorro en emisiones CO₂ de un 9,5%, 4.264,2 Tm de CO₂ y ha disminuido el consumo de agua un 17% respecto al ejercicio anterior.

Para continuar con la mejora en el rendimiento energético y con la reducción en los consumos eléctricos y emisiones se han llevado a cabo diversas acciones tanto en oficinas como en plataformas de distribución: el cambio de las placas traslucidas, la sustitución de luminarias LED o la implantación de iluminación de inducción, con un ahorro del 50% en su consumo, ha permitido una reducción en el consumo de Kw de un 13,2% respecto a 2014.

Haciendo un balance, el ahorro total en consumo de Kw en superficie constante ha sido del 4,02% en 2015, dejándose de emitir a la atmósfera la cantidad de 175.720 kg CO₂.



GESTIÓN DE RECURSOS NO PELIGROSOS

↑
CARTÓN
+7%
920,42 TM



↑
PLÁSTICO
+10%
264,43 TM



↑
PALETS
+15%
155,10 TM



GESTIÓN DE RECURSOS PELIGROSOS

↑
LUMINARIAS
351,2 kg



↑
PILAS
805 kg



↑
**LODOS e
HIDROCARBUROS**
1.000 kg



↑
**BATERÍAS
PLOMO**
+346%
3.460 kg



↑
SEPIOLITA
20 kg
Residuo recogido
por 1ª vez en 2014.



↑
**ENVASES de
PLÁSTICO
CONTAMINADOS**
5 kg
Residuo recogido
por 1ª vez en 2014.

↑
ACEITE
350 kg



Reconocimientos | 07

RECONOCIMIENTOS EN 2015



Premio Asepeyo a la mejor práctica preventiva a la Fundación Covirán

(27.01.2015)

Los Premios de Asepeyo reconocen en su tercera edición las mejores prácticas preventivas de las empresas. Estos galardones tienen como objetivo reconocer a aquellas empresas asociadas a la Mutua que hayan destacado por sus proyectos en materia de prevención de riesgos laborales. La Fundación Covirán ha recibido así el primer premio en la categoría de 'Mejor práctica preventiva' por su labor en el fomento de la investigación, educación y formación en prevención, dirigida tanto a los Socios como a los empleados de Covirán. En este sentido, la Escuela de Comercio Covirán se convierte en el espacio ideal para formar a su colectivo y profundizar en todas aquellas materias que tienen que ver con la prevención, la seguridad y salud en el trabajo, áreas en las que esta Cooperativa pone todo su esfuerzo año tras año.



Premio Ejecutivo de Andalucía a Luis Osuna por la revista Andalucía Económica

(23.02.2015)

La revista Andalucía Económica, un referente dentro del periodismo, ha galardonado al Presidente del Grupo Covirán y Consejero delegado, Luis Osuna, por su liderazgo al frente de la Cooperativa, en sus XIV premios empresariales. Estos galardones, con 14 años de trayectoria, reconocen la trayectoria de empresas, organismos y personas que lleven a cabo su labor en pro del desarrollo socioeconómico andaluz. En definitiva, se reconocen acciones que imprimen el dinamismo empresarial necesario para impulsar la locomotora económica de Andalucía. Este premio reconoce también la contribución al desarrollo de la tierra andaluza, origen de la Cooperativa.



Medalla de Oro de la Provincia otorgada por la Diputación de Granada

(23.04.2015)

La Diputación de Granada entregó en abril su más alta distinción, la Medalla de Oro a Covirán y a sus más de 2.800 Socios por ser ejemplo de perseverancia, buen trabajo y por su encomiable labor social. Hay mucho esfuerzo detrás del éxito de Covirán y hay grandes ejemplos de empeño y perseverancia en los miles de establecimientos alimentarios que la conforman, pero sin duda, su responsabilidad social no ha pasado desapercibida y ha hecho a la empresa valedora de este reconocimiento.

Y es que Covirán, como empresa de economía social, lleva implícita desde su origen, la gestión responsable en todos los ámbitos de su actividad: la cooperación, la creación de valor y riqueza en el entorno donde implementa su actividad forma parte de su esencia y señas de identidad.

Este interés por la comunidad y por la sociedad implica también apostar por el desarrollo sostenible y la cohesión social y territorial, hechos estos, que han sido tenidos en cuenta a la hora de posicionar a Covirán como merecedora de esta Medalla.

Doce meses de esfuerzo pero también de recompensa al trabajo bien hecho.

Estos son algunos de los reconocimientos otorgados a Covirán en diversos ámbitos de su actividad y que producen una especial satisfacción porque suponen un reconocimiento al trabajo de cada uno de los Socios y empleados del Grupo.

Por su buen hacer, su emprendimiento, su visión de futuro, su contribución a generar empleo y riqueza, por la profesionalidad de sus directivos y, cómo no, por su gran labor social, ENHORABUENA.



Premio Empresa del Año revista Ejecutivos

(24.06.2015)

Covirán recibe el premio 'Empresa del Año' de mano de la revista Ejecutivos, que entregó 25 premios que conmemoran los 25 años de existencia de la publicación. Por segunda vez Covirán ha recibido esta distinción, en esta ocasión como Empresa del Año de ámbito nacional. La revista rindió un homenaje a las empresas y empresarios españoles que han sabido superar los momentos económicos tan difíciles por los que ha transitado España en los últimos años y a los que, siendo ejemplares, se vieron obligados a cerrar sus empresas. Estos premios han querido reconocer el excelente trabajo que ejecutivos, instituciones y empresas como Covirán realizan tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, y que ha hecho posible que España se encuentre de nuevo en la senda del crecimiento económico.



Premio Solidario ONCE

(22.10.2015)

LA ONCE entregó a Covirán su Premio Solidario 2015, que pone en valor y reconoce el compromiso y la labor solidaria que, en su entorno de influencia a favor de los colectivos más vulnerables de la sociedad, realizan empresas e instituciones, personas físicas y medios de comunicación. Ha sido en la categoría de empresa, donde Covirán, con más de 3.200 establecimientos en España y Portugal, ha merecido la distinción por su decidida apuesta por la accesibilidad universal, la promoción de los hábitos de vida saludables, la protección del medio ambiente y la defensa de la solidaridad.

Covirán y ONCE mantienen en la actualidad un acuerdo de colaboración ya que Covirán va a seguir promoviendo la integración social y laboral de los colectivos menos favorecidos y trabajando para que los Supermercados Covirán sean más accesibles para todas las personas con independencia de sus capacidades, normalizando con ello el acto de la compra.

Con este reconocimiento, Covirán refuerza su compromiso en pro de valores solidarios y que, sin duda, son tenidos en cuenta por el cliente a la hora de decidirse por un establecimiento a la hora de hacer la compra.

2016, el año del | 08
55 Aniversario

Los próximos 12 meses estarán marcados por nuevos horizontes, nuevas metas y aspiraciones renovadas en los que, a buen seguro, volverá a destacar por encima de todo el compromiso de Covirán con sus Socios y empleados. También con la sociedad, como generadores de actividad económica y empleo de calidad, máximas estas que se han mantenido inalterables con el paso del tiempo gracias a la contribución de sus asociados, que ayudan a desarrollar el tejido social y empresarial local de cada pueblo y ciudad.

En los próximos años y dentro del marco del Plan Estratégico Covirán 2020, el esfuerzo del Grupo se concentrará en la rentabilidad de sus negocios, en seguir ganando cuota de mercado y consolidar su expansión nacional e internacional como principales retos, todo ello junto a la constante modernización de los supermercados Covirán y su apuesta por la profesionalización del colectivo de la mano de nuestra Escuela de Comercio.

Dentro de su hoja de ruta, con todo acierto, seguirán inalterables conceptos como el de modernización, profesionalización, el desarrollo tecnológico o la expansión, ya que todos ellos cuentan con un denominador común: lograr una empresa más eficiente y una mayor rentabilidad del supermercado. El espíritu de trabajo y la mentalidad cooperativa, unidas a la innovación y a la formación continua, serán en 2016 palancas claves para el desarrollo futuro.

El espíritu de trabajo y la mentalidad cooperativa, unidas a la innovación y a la formación continua, serán en 2016 palancas claves para el desarrollo futuro.



2016



55 ANIVERSARIO DE COVIRAN

2016 será un gran año para el Grupo Covirán ya que cumplirá 55 años desde su fundación, un momento en el que hacer balance de los logros alcanzados y, sobre todo, de las cimas aún por conquistar y que, a buen seguro, se alcanzarán con el esfuerzo de un equipo unido y con un rumbo que, como se ha demostrado hasta este momento, es más que acertado.

El 55 Aniversario Covirán será un impasse para que todos los que componen esta gran empresa, este gran Grupo, recuerden que ha merecido la pena el esfuerzo realizado y apuesten por un futuro en común. Una celebración en la que los Socios, empleados y clientes sean los protagonistas, porque será también su aniversario.

Covirán celebrará su 55 cumpleaños con una profunda transformación respecto a la empresa que se fundó en 1961 pero sin perder su esencia: su voluntad de ser la mejor solución para todos los detallistas independientes del sector y contribuir a la mejora económica y social de los territorios donde se implanta.

Será una conmemoración que no solo incluye a los Socios y trabajadores sino que pretende también ser una fecha relevante que compartir con instituciones, proveedores y, por supuesto clientes ya que estos grupos de interés los que otorgan su confianza a Covirán y, con ella, una oportunidad para seguir creciendo año a año.

Dentro de los actos previstos en este 55 Aniversario se incluye el lanzamiento de la primera edición de los Premios Detallistas Covirán, que reconocerán en 2016 la labor de los Socios de Covirán en tres categorías: Cliente, Relevo generacional y Emprendimiento, poniendo de manifiesto

que si esta empresa es grande es gracias sin duda a las extraordinarias personas que hay detrás de cada historia.

De cara a ese 2016 la Fundación Covirán, que nació con la firme convicción de que construir un mañana mejor corresponde a todos, seguirá abanderando la formación y el conocimiento como estrategias de futuro para cubrir las necesidades de la sociedad en general y del sector de la alimentación en particular.

En su apuesta por la innovación y la investigación, materializará en 2016 el primer Premio de la Fundación Covirán, un galardón al mejor producto o idea de producto elaborado a base de frutas o verduras que aporte un valor diferencial a los consumidores y que contribuya a una alimentación saludable.

La finalidad de este Premio, que se convertirá sin duda en un referente dentro de su sector, es incentivar la alimentación saludable, base fundamental para mejorar la salud pública y para el disfrute de la calidad de vida de todas las personas, buscando soluciones inteligentes para adaptar los hábitos de vida del consumidor a una alimentación adecuada, obteniendo un producto único de frutas y/o verduras.

En 2016 el Grupo Covirán vivirá sin duda un año memorable, repleto de emotivos momentos que pasarán a formar parte de la memoria de todas las personas que, con su trabajo, hacen grande a esta gran empresa. Este año, la participación de muchos de sus proveedores será fundamental, agradeciéndole Covirán su inestimable apoyo para poder desarrollar el programa de actos del 55 Aniversario.





años juntos

COVIRAN



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



COVIRAN