



2017

MEMORIA ANUAL

GRUPO COVIRAN

COVIRAN

ÍNDICE

PRINCIPALES
MAGNITUDES 6

CARTA DEL
PRESIDENTE 8

HITOS
DESTACADOS 2017 10



UNA ESTRUCTURA
QUE NOS REPRESENTA 12

Asamblea General	12
Consejo Rector	14
Consejos territoriales	16
Comisiones de trabajo	18
La intervención	20
Comité de dirección	21

1. GESTIÓN
RESPONSABLE 23

Misión, visión y valores	24
Modelo de negocio	25
Estructura Grupo Covirán	26
Organización	28
Acercando el diálogo	
Socio-Cooperativa	30
Código ético-Compliance	32
Un marco compartido: los ODS	33
Comunicación con grupos de interés	34



2. CRECIMIENTO Y
CREACIÓN DE
VALOR COMPARTIDO 37

La Cooperativa en cifras	38
Cadena de valor, posición en el mercado	42
Los Socios, el músculo económico de Covirán	43
La sostenibilidad, sinónimo de futuro	44
Posicionamiento en la cadena	45
Presencia en organizaciones	46



3. UN MODELO QUE
PIENSA EN FUTURO 49

Introducción	50
Nuevo Concepto Covirán: el supermercado de proximidad 10	52
Punto de Venta Responsable	56
Transformación digital	60
Innovación como motor de desarrollo	64
Crecimiento y desarrollo	66
Expansión continua	68
Portugal, expansión internacional	70



4. NUESTRO MAYOR CAPITAL, LAS PERSONAS

75

4.1. Nuestros Socios	76
Balance Social 2017	76
Profesionalización, sinónimo de calidad	78
Aprovisionamiento: optimizando procesos	80
El equipo de Ventas: siempre cerca	81
Soporte económico y digital	82
La fidelización llega al cliente y también al Socio	84
Servicios al Socio para el futuro	85
Modelo logístico	86
4.2. Nuestro equipo	90
Balance equipo profesional 2017	90
Análisis de la plantilla Covirán	91
En 2017 seguimos generando empleo	94
Convenios y Políticas destacadas	96
Conciliación	97
Planes de prevención y Salud	99
Igualdad y formación	100
La Escuela de Comercio Covirán	101
La mirada hacia el futuro: qué queremos ser	103
4.3. Nuestros clientes	104
Un modelo de tienda para todos	104
La distinción del Club Familia	105
Un surtido para elegir	106
Marca Covirán	107
Calidad y seguridad	109
Comunicación continua	110
4.4. Nuestros proveedores	112
Cooperación constante	112
Frescos y locales	113

4.5. Nuestro entorno	114
Crecimiento sostenido y sostenible	114
Un modelo de valor compartido	116
Contribución social	117
Proyectos más destacados	118
Un supermercado para la diversidad	123
Fundación Covirán, el corazón social de la Cooperativa	124

4.6. Medioambiente	126
Gestión de residuos	126
Residuos generados y tratamiento	127
Reutilización y generación de valor	128

5. RECONOCIMIENTOS AL TRABAJO BIEN HECHO

131

Principales momentos	132
El reconocimiento conseguido entre todos	134
Distinciones	135



6. INFORME ECONÓMICO- FINANCIERO

139

ANEXO: TABLA Y CRITERIOS GRI PAGINADOS

149

COVIRAN EN 2017

PRINCIPALES MAGNITUDES

VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA

€ **1.340** M€

↑ **6,3%**
respecto
2016

PORTUGAL
120 M€



ESPAÑA
1.220 M€

VOLUMEN DE NEGOCIO



CUOTA DE MERCADO

PORTUGAL

Cuota Mercado

0,85%

Cuota Mercado
establecimientos
<1.000m²

2,15%

ESPAÑA

Cuota Mercado

2,76%

Cuota Mercado
establecimientos
<1.000m²

6,20%

BENEFICIO NETO

1,09 M€ ↑ **5%**

INVERSIÓN

25,5 M€ en 2017

EBITDA

7,87 M€ ↑ **5%**

216,5
millones €
desde 2008



EMPLEO

TOTAL
 **15.570**

ESPAÑA **13.775**
PORTUGAL **1.795**

crecimiento empleo **^4,71%**
empleo indefinido **88%**

SUPERMERCADOS

TOTAL
 **3.221**

ESPAÑA **2.921**
PORTUGAL **300**

SOCIOS

TOTAL
 **2.700**

ESPAÑA **2.470**
PORTUGAL **230**

PLATAFORMAS

TOTAL
 **29**

ESPAÑA **26**
PORTUGAL **3**

Total m² plataformas
438.625m²



CASH FLOW

CASH FLOW SOCIAL
GRUPO COVIRAN

587 M€

CASH FLOW SOCIAL
TOTAL ENSEÑA

1.159 M€

RANKING DE DISTRIBUCIÓN

POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS
[Mdo. Ibérico]

2º ESPAÑA

Fuente: Alimarket 2017

3º PORTUGAL

Fuente: Nielsen 2017

Luis Osuna
Hervás
Presidente - CEO
Covirán



I CARTA DEL PRESIDENTE

Estimados Amigos:

Un año más, presentamos nuestra Memoria de Sostenibilidad en la que realizamos un balance del ejercicio 2017. Este documento está dirigido a todos los grupos de interés con los que Covirán se relaciona: Socios, empleados, proveedores, clientes de los supermercados y sociedad en su conjunto, en particular aquellas instituciones y entidades sociales beneficiarias de nuestros proyectos de Responsabilidad Social Empresarial.

De esta manera, queremos compartir nuestros resultados, los principales proyectos y horizontes, así como el avance de la Cooperativa y de las distintas empresas que integran el Grupo en materia de sostenibilidad, siendo una magnífica oportunidad para poner en valor el convencimiento de la compañía por generar riqueza más allá del plano económico.

Con este informe, damos respuesta a nuestro compromiso con la transparencia y con la información a través de un documento que contempla, desde la vertiente económica, social y ambiental, la dimensión alcanzada por Covirán en 2017 y nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus 17 principios, muchos de ellos, promovidos por iniciativas como las que se recogerán a continuación, que suponen luchar contra la pobreza, las desigualdades, el cambio climático o contribuir al bienestar social.

Han sido 12 meses de evolución constante y de apuesta por la innovación, en un año en el que entre todos hemos sentado las bases de lo que será nuestra empresa en el futuro.

Un futuro marcado por la transformación digital, la modernización de nuestros puntos de venta, las oportunidades de crecimiento en nuevos mercados, y todo, con una firme vo-

cación de servicio al Socio que se sustenta en un pilar fundamental: las personas.

Un colectivo de más de 15.000 personas a los que trasladamos el compromiso de velar por los principios de nuestro modelo cooperativo, más social y justo.

En materia económica, hemos incrementado nuevamente nuestras principales magnitudes. La empresa goza de solvencia y estabilidad financiera para afrontar sus retos futuros. Las ventas brutas bajo enseña en 2017 han crecido por encima del 6%, hasta los 1.340 millones de euros; el volumen de negocio ha alcanzado los 700 millones de euros, datos que reflejan la solvencia y la estabilidad financiera del Grupo.

Destaca la inversión acometida, 25,5 millones de euros, un 34% más que en 2016. De esa cantidad, la contribución de la Cooperativa es de 10,5 millones, una cifra que muestra nuestro compromiso con el Socio en materia de modernización, innovación en el punto de venta así como en desarrollo tecnológico, con objeto de refrendar la transformación digital que estamos abordando.

En cuanto a la dimensión social, hemos realizado un esfuerzo permanente en la búsqueda de fórmulas y respuestas adecuadas para nuestros más de 2.700 Socios, de cara a rentabilizar sus más de 3.200 supermercados, en un entorno y ante un cliente cada día más exigente.

Covirán conserva y consolida su cuota de mercado, tanto en España como en Portugal, que la sitúa como referente del detallismo independiente en ambos territorios. Y lo que es todavía más importante, los supermercados de la enseña son el único referente de compra en 433 municipios de menos de 10.000 habitantes. Ello nos convierte en la solución de proximidad para miles de familias, contribuyendo a la cohesión social de estos territorios. Otro dato significativo en materia de

impacto en la economía local de los municipios donde estamos asentados es el impulso al emprendimiento femenino. Las mujeres están liderando la creación y gestión de los supermercados de la enseña y ya representan el 48,5% de nuestros Socios.

Seguimos generando empleo. Concluimos 2017 con 15.570 puestos de trabajo, un 4,71% más que en 2016. Covirán genera más del doble de puestos por cada millón de euros vendidos, respecto a los principales operadores del sector, sin renunciar a la eficiencia y la rentabilidad de su modelo.

Especialmente orgullosos hemos de sentirnos de nuestra contribución a favorecer el empleo entre colectivos en riesgo de exclusión mediante acciones con distintas entidades sociales, a lo que sumamos el incremento de las horas de formación a Socios y sus empleados desde la Escuela de Comercio: 1.900 personas han recibido más de 18.000 horas dentro del Plan de Formación Anual.

La I Edición del programa Experto en Distribución Comercial, EXDICO, nos garantiza la cualificación y la profesionalización de nuestros trabajadores, con una clara visión de futuro.

Nuestra capacidad de crear valor, no solo económico, sino social y medioambiental, nos convierte en un aliado en cada pueblo y en cada ciudad como dinamizador de la economía y el territorio. Así, el cash flow social, la participación de la sociedad en los recursos generados por la actividad de la empresa, ascendió a 587 millones de euros.

Fieles a los valores que promueve nuestro modelo, destaca la labor de Fundación Covirán, desde la que materializamos parte importante de nuestro plan de responsabilidad social, centrado, entre otras líneas, en el apoyo a la Infancia, el trabajo con colectivos especialmente vulnerables y la promoción de hábitos de vida saludables.

Por sexto año consecutivo, hemos ratificado nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y los 10 principios que en él se promueven, símbolo de nuestro compromiso con una gestión ética y transparente. Dentro de nuestras políticas, vuelve a destacar el esfuerzo constante en materia de accesibilidad y la

evolución de los Puntos de Venta Responsables, reconocidos en 2017 por la CEA con el VII Premio de Responsabilidad Social Empresarial.

De cara a 2018 tenemos por delante proyectos muy ambiciosos que requieren trabajo, esfuerzo y dedicación de todo el colectivo.

El horizonte temporal está bien definido en nuestro Plan Estratégico 2020, que nos ha de mantener como líderes del detallismo de nuestro sector en la Península Ibérica bajo el formato de proximidad.

Para ello, seguimos trabajando la expansión nacional e internacional, mejorando el servicio al socio, desarrollando nuevas herramientas que nos hagan ganar competitividad y trabajando en nuestro modelo de supermercado para ofrecer siempre la mejor respuesta al cliente y una excelente experiencia de compra. La estrategia de la enseña pasa por una apuesta firme y decidida por la transformación digital, no a través de procesos y proyectos aislados, sino como eje vertebrador de toda la actividad de la compañía, en la que las personas son el pilar fundamental. La innovación será vital para el desarrollo futuro, al igual que la tecnología, palanca imprescindible para incrementar la rentabilidad. La formación y la profesionalización, de la mano de nuestra Escuela de Comercio, continuarán su buen desarrollo, con proyectos que garanticen contar con los mejores profesionales.

Concluyo este mensaje, agradeciendo a todas las personas que han contribuido al buen resultado de este año, especialmente a nuestros Socios y empleados. El esfuerzo de quienes componen la Cooperativa y el Grupo Covirán se convierte en el motor que impulsa a este gran e ilusionante proyecto hacia metas futuras, generando siempre valor compartido de una manera sostenida y sostenible.



Luis Osuna
Presidente - CEO

HITOS DESTACADOS 2017

2017



FEBRERO

Desarrollo de la nueva APP dirigida a los Socios de la Cooperativa. Una nueva herramientas a disposición de los asociados, con diferentes funcionalidades que mejoran la gestión del negocio y la comunicación con la Cooperativa.



ENERO

Inicio del Proyecto Puntos de Venta Responsable- Comienza la andadura de un proyecto que supone la materialización de la estrategia de RSE en sus supermercados; la iniciativa recibió el Premio de la Confederación Andaluza de Empresarios a finales de 2017.



MARZO

Covirán colabora con uno de los eventos más importantes del año, el Campeonato del Mundo de Freestyle y Snowboard, potenciando la visibilidad de su marca alineada con su estrategia de apoyar la práctica deportiva.

AGOSTO

Firma del acuerdo con Seguros Alkora, para ampliar y mejorar estos servicios a nuestro colectivo de Socios.



JULIO

Covirán, junto con la Ministra de de Agricultura, Pesca y Ganadería, Dña. Isabe García Tejerina, en un foro Agroalimentario, donde se puso en valor la buena labor de empresas como Covirán, dentro del sector agroalimentario.



SEPTIEMBRE

Cátedra Covirán-Prodware con la Universidad de Granada en estrategia de Recursos Humanos.



AGOSTO

Covirán, como miembro de CAEA, se adhiere al Decálogo contra el desperdicio de alimentos, dentro de la estrategia de la compañía en materia de sostenibilidad.



SEPTIEMBRE

Llegada Club Familia Portugal: La cooperativa sigue desarrollando su modelo de negocio en este territorio, ahora, con la implementación de su programa de fidelización, que fomentará la relación con el cliente y aportará valor a los socios de la cooperativa.

ABRIL

Apertura de la nueva plataforma logística en Canarias. Abril 2017
Nuevo centro logístico ubicado en Tenerife que dará servicio a todas las Islas Canarias y facilitará la integración de los detallistas independientes de la comunidad autónoma canaria.



JUNIO

Celebración de la Asamblea General de Socios 2017.



ABRIL

Entrega del I Premio Fundación Covirán, basado en la promoción de una alimentación saludable, promoviendo la innovación en el ámbito alimenticio.



OCTUBRE

Encuentro con los principales proveedores de Portugal, celebrado en Lisboa.



MAYO

Clausura del Programa formativo impartido por Fundación Covirán, dirigido a Mujeres víctimas de violencia de género, en el marco estratégico de su Responsabilidad social empresarial. El mismo, está dirigido a mejorar la empleabilidad de colectivos en riesgo de exclusión.



NOVIEMBRE

Da inicio la I Edición del Curso Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución de Comercio, EXDICO, en colaboración con la Universidad de Granada, para formar a los mejores profesionales del sector y ofreciendo una oportunidad de empleabilidad a numerosos jóvenes.



2018

OCTUBRE

Incorporación a Covirán de DUSA, Detallistas Unidos S.A., ubicados en de Cataluña. La enseña sigue desarrollando su plan de desarrollo y expansión en territorio peninsular, reforzando fuertemente su presencia en 2017 en Cataluña.

DICIEMBRE

La cooperativa avanza en su proyecto de expansión en Marruecos, fijando los objetivos para 2017, que pasan por la apertura de dos supermercados en la zona Norte a modo de establecimientos piloto, para testar el modelo en este país.

UNA ESTRUCTURA QUE NOS REPRESENTA

Asamblea General



G4.34
G4.38
G4-LA12



ASAMBLEA GENERAL
DE SOCIOS COVIRAN

2017

COVIRAN

COVIRAN

AN

ASAMBLEA GENERAL
DE SOCIOS COVIRAN

2017

Luís Osuna Hervás

Presidente - CEO Grupo Covirán

Antonio Robles Lizancos

Presidente de Honor

Enrique López Sánchez

Vicepresidente del Consejo Rector

Manuel Barrios Delgado

Secretario del Consejo Rector

José Luís Bravo González

Antonio Rodríguez López

Pedro Félix Lavín Poveda

Javier Vidondo Ilincheta

José Muñoz Domínguez

Juán Antonio Rodríguez Fernández

Tomás Muñoz Arjona

Vicente Robles García

Patro Contreras Márquez

Rubén Navarro García

Ramón Cabrera Sabio

Miguel Ángel López Hiraldo

Representante de los trabajadores
en el Consejo Rector

Francisco de Paula Torres García

Letrado asesor



CONSEJO RECTOR



CONSEJOS TERRITORIALES

CONSEJO TERRITORIAL CENTRO-NORTE

Pedro Lavín Poveda, **Santander**
Javier Vidondo Ilincheta, **Pamplona**
Tomás Muñoz Arjona, **Zaragoza**
Antonio Marqueta Adsuar, **Coslada**
Antonio Orozco Malillos, **Zamora**
Blas Vidaurre Oscáriz, **Pamplona**
Diego Gómez Talavera, **Toledo**
Eduardo Roma Núñez, **Santiago**
Eneko Sarasola Usandizaga, **San Sebastián**
Esteban Varela González, **Santiago**
Gino Francisco Córdova García, **Vitoria**
José Antonio Benito Díaz, **Toledo**
Leonardo Martín Rodríguez, **Tenerife**
Luis Ángel Escudero Moreno, **Zaragoza**
Merce García Batlle, **Barcelona**
Miguel Ruiz Sañudo, **Santander**
Milagros Bodelón Fernández, **Ponferrada**
Mohamed Ouamar Bouras Herrero, **Santander**

Presidido por:



Pedro Félix Lavín Poveda

Socio perteneciente a la Plataforma de Santander y miembro de Covirán desde 2007



Javier Vidondo Ilincheta

Socio perteneciente a la Plataforma de Pamplona y miembro de Covirán desde 2003

CONSEJO TERRITORIAL SUR

José Luis Bravo González, **Casabermeja**
Antonio Rodríguez López, **Puerto Real**
Enrique López Sánchez, **Atarfe**
José Muñoz Domínguez, **Córdoba**
Juan Antonio Rodríguez Fernández, **Motril**
Manuel Barrios Delgado, **Jaén**
Patro Contreras Márquez, **Córdoba**
Ramón Cabrera Sabio, **Motril**
Rubén Navarro García, **Atarfe**
Vicente Robles García, **Atarfe**
Ángel Azor García, **Baza**
Ángel Miguel Farnés Pistón, **Córdoba**
Antonio Muñoz Abril, **Atarfe**
Daniel Mariscal Mena, **Dos Hermanas**
Evaristo Rosillo Martín, **Atarfe**
Francisco Javier González Polanco, **Puerto Real**
Gaspar Navarro Gómez, **Cartaya**
José Antonio Pacheco Collado, **Jerez de la Frontera**
José Trujillo López, **Casabermeja**
Juan Cámara Sánchez, **Andújar**
Luis Alberto Martínez del Vas, **Lorquí**
Luis Manuel Gracia Gutiérrez, **Casabermeja**
Lope Ortiz Rodríguez, **Mérida**
M^a Agustina Gómez Valenzuela, **Jaén**
Manuel Castilla Toquero, **El Ejido**

Presidido por:



José Luis Bravo González

Socio perteneciente a la Plataforma de Casabermeja y miembro de Covirán desde 1998



Antonio Rodríguez López

Socio perteneciente a la Plataforma de Puerto Real y miembro de Covirán desde 2009

CONSELHO SOCIAL PORTUGAL

En Portugal, se cuenta además con el Consejo Social, constituido por dos Socios de cada una de las tres plataformas situadas en el país vecino:



João Madeira
Plataforma
de Vila do Conde

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2014*



Carlos Lima
Plataforma
de Vila do Conde

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2017*



Ricardo Dias
Plataforma de Sintra

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2014*



Hernani Patrão
Plataforma de Sintra

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2017*



Carlos Silva
Plataforma de Algoz

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2014*



Paulo Pedrosa
Plataforma de Algoz

*Miembro del Consejo Social
de Portugal desde 2014*

COMISIONES DE TRABAJO

Covirán cuenta con 8 Comisiones de Trabajo designadas en el seno del Consejo Rector, sinónimo de transparencia y participación:

1.

Comisión de Altas y Bajas

En esta comisión se estudian todas las solicitudes de alta y de bajas que se reciben en la Cooperativa, a fin de comprobar que se cumplan con todos los requisitos al efecto fijados en los Estatutos Sociales de la Cooperativa.

D. Enrique López Sánchez
D. Juan Antonio Rodríguez Fernández
D. Antonio Rodríguez López

2.

Comisión de Auditoría

Esta comisión, tiene por objeto primordial la de servir de apoyo al Consejo de Administración en sus funciones de supervisión y, en concreto, informar sobre las cuestiones que se planteen en su seno en materia de su competencia; Supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera; Proponer al Consejo Rector, para su sometimiento a la Asamblea General de Socios, la designación de Auditor de Cuentas y supervisar la Auditoría Interna de la Compañía, velando por su independencia y eficacia.

Esta Comisión está formada por los siguientes Socios:

D. Pedro Lávin Poveda
D. Vicente Robles García
D. José Muñoz Domínguez

3.

Comisión Nombramientos y Retribuciones

Tiene asignadas competencias en relación con la designación y el cese de consejeros y altos directivos, con su retribución, con el cumplimiento de los deberes de los administradores y con el respeto a los principios y reglas de gobierno corporativo y a la Política de Responsabilidad Corporativa.

D. Luis Osuna Hervás
D. Antonio Robles Lizancos
D. Pedro Lavín Poveda
D. Francisco de Paula Torres García

6.

Comisión Ejecutiva Territorial

Tendría por objeto abordar y tratar todas aquellas cuestiones que, dentro del ámbito territorial, se planteen con especial énfasis a las cuestiones planteadas en los distintos Consejos Territoriales de Covirán y reuniones de plataformas, de cara a que, los distintos órganos y dirección de la compañía puedan tomar en consideración las mismas y se puedan adoptar las medidas que, en cada momento, mejor se estimen al respecto.

D. Luis Osuna Hervás
D. Pedro Lavín Poveda
D. Javier Vidondo Ilincheta
D. Antonio Rodríguez López
D. José Luis Bravo González

4.

Comisión de Operaciones

Tiene por objeto velar por el buen funcionamiento del ámbito de las Operaciones Logísticas en la Compañía, proponiendo al efecto las medidas que considere más adecuadas para la óptima gestión de las operaciones logísticas.

D. Javier Vidondo Ilincheta
D. José Luis Bravo González
D. Tomás Muñoz Arjona

7.

Comisión de Valor Añadido e Innovación

Tiene por objeto la puesta en común y análisis de viabilidad de proyectos para el punto de venta, propuestas, nuevos lanzamientos equipamiento, servicios, pilotaje de nuevos conceptos y detección de oportunidades en materia de innovación.

D. Pedro Lavín Poveda
D. José Luis Bravo González
D. Rubén Navarro García

5.

Comisión de Surtido

Tiene por objeto velar por la correcta definición, desarrollo y ejecución del proyecto surtido en el punto de venta de los Socios.

D. Patro Contreras Márquez
D. Rubén Navarro García
D. Ramón Cabrera Sabio

8.

Tesorería

Tiene por objetivo velar por la adecuada y correcta gestión de la Tesorería y Cartera [morosidad] en la Compañía.

D. Manuel Barrios Delgado

LA INTERVENCIÓN

Órgano Social de carácter colegiado, elegido por la Asamblea. En Covirán se mantiene aunque ya no sea legalmente necesario tener. Está formado exclusivamente por parte de Socios cooperativistas, y es el encargado de la supervisión social de las cuentas y del control de gastos de la Cooperativa. Para el ejercicio 2017, está formado por los siguientes Socios:

- **Hermanos Bailón, C.B.**
- **Dña. Adela María Segovia Rosales**
- **Serviplus Tecnimax, S.L.**



COMITÉ DE DIRECCIÓN

Luís Osuna Hervás
Presidente - CEO Grupo Covirán

María Aguilera Jiménez
Dirección General de Negocio

Valeriano González
Dirección General
RRHH y Corporativa

Juan Ramón Zamora
Dirección General Comercial

Rafael Cortés Rodríguez
Dirección General
Finanzas y Operaciones

Carlos Martínez Castilla
Director Jurídico



Componentes del Comité de Dirección del Grupo Covirán



1 | GESTIÓN RESPONSABLE

■ MISIÓN, VISIÓN, VALORES



MISIÓN

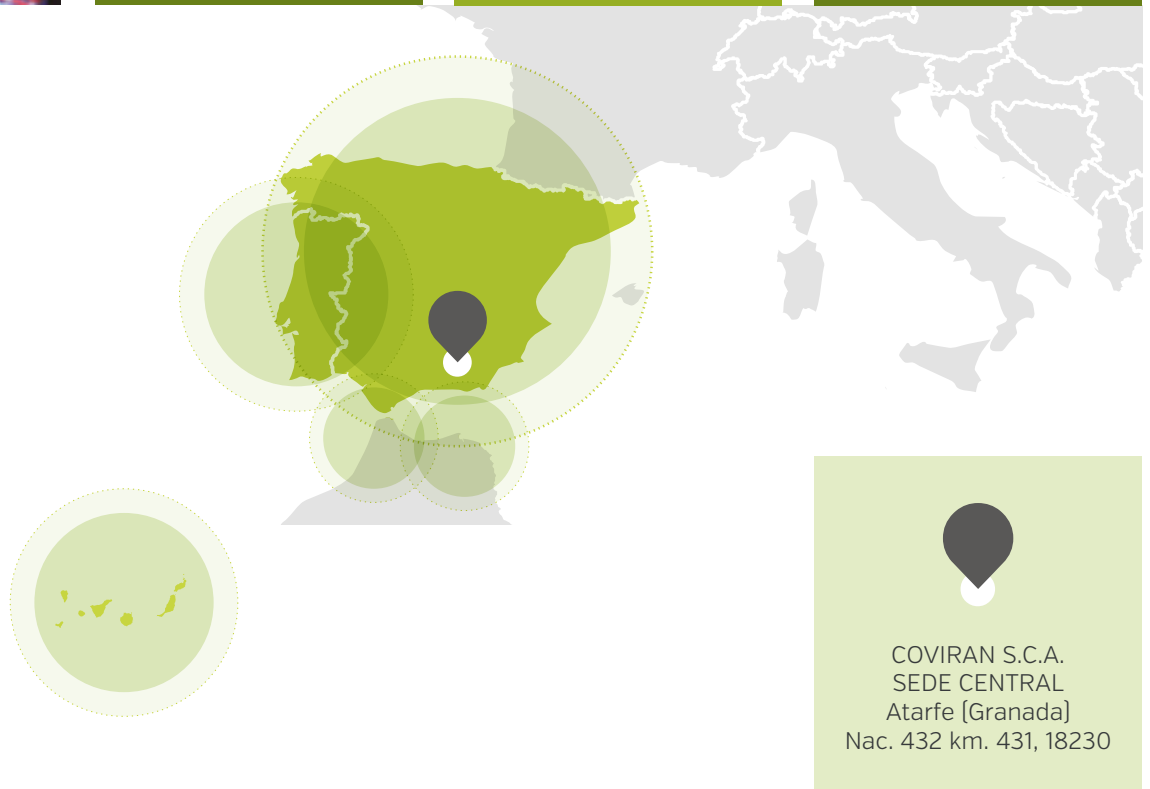
Proporcionar a los detallistas independientes y a sus clientes una solución integral de supermercados rentables, basados en la confianza, la cooperación y la generación de crecimiento en la economía local.

VISIÓN

Ser el grupo cooperativo líder de los supermercados de proximidad en España y Portugal.

VALORES

Compromiso, trabajo responsable, la igualdad de oportunidades y el cooperativismo.





MODELO DE NEGOCIO

En Covirán estamos plenamente comprometidos con la transparencia, siendo este un principio clave en nuestro modelo de gestión y de Organización de la Compañía, y máxime cuando dicho principio está íntimamente entroncado con los valores, profundamente democráticos, de la economía social y el desarrollo sostenible, y que son propios de nuestra Cooperativa. De ahí que para nosotros la elaboración de esta Memoria cada año supone un ejercicio de responsabilidad con nuestros grupos de interés.

No se trata solo de enumerar las grandes cifras de negocio, sino el modo en que nuestra organización y su actividad impactan en la sociedad y cómo se prepara para afrontar los retos empresariales y sociales que se ha marcado.

Covirán, S.C.A., es una cooperativa de detallistas independientes dedicada a la distribución alimentaria y una de las empresas de economía social más importantes en España y Portugal, con 2.700 Socios cooperativistas. Además de en estos territorios, opera en Gibraltar y Guinea Ecuatorial. Es la primera empresa de distribución alimentaria y productos del hogar con capital 100% español que ha completado un proceso de internacionalización con éxito.

Una empresa de origen granadino que comenzó su actividad en 1961 y que se ha convertido en un referente de su sector en la Península Ibérica, con más de 3.200 supermercados bajo enseña. Ocupa la segunda posición en España por número de establecimientos y la tercera en Portugal.

Tiene como objetivo prioritario 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 economía local.

La Cooperativa presta estos servicios integrales a través de Covirán Corporación Empresarial, de la que dependen las sociedades (operativas) Detallistas Unidos [DUSA], Distribuidora Covirán Canarias, Covirán Supermercados, Covirán Servicios, Graseda Correduría de Seguros, Covirán Soluciones Tecnológicas y CoviOil.

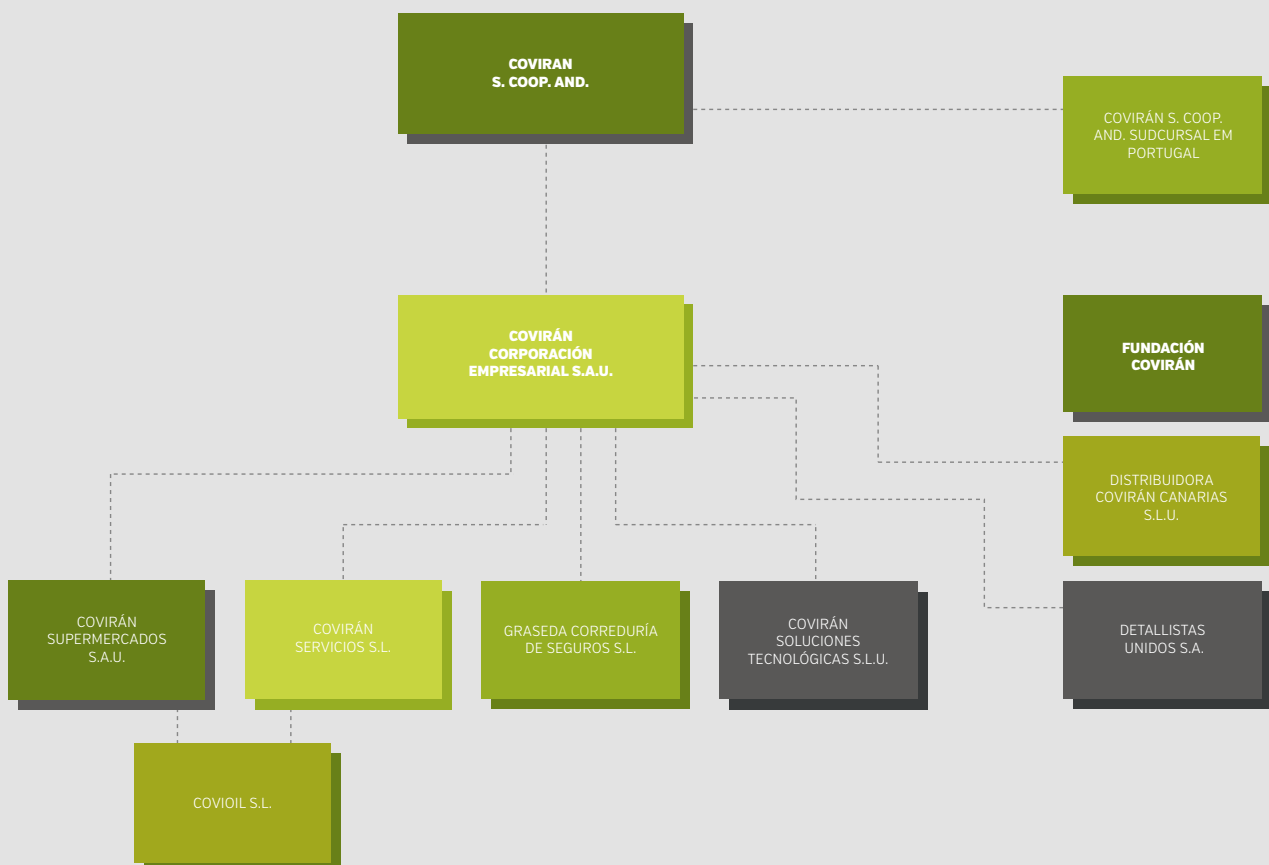
Durante sus más de 56 años de existencia, Covirán ha estado fundamentada en los valores del cooperativismo, el trabajo en equipo y responsable, la igualdad de oportunidades y el compromiso social, un compromiso que se canaliza, aunque no exclusivamente, a través de Fundación Covirán, como una entidad, completamente independiente, sin ánimo de lucro e interés general, cuyos fines sociales están dirigidos a toda la colectividad, en general, de personas interesadas en el desarrollo y mejora de su formación, en especial empresarial, profesional y de oficios.

Covirán ha continuado trabajando en el desarrollo de su modelo de buen gobierno corporativo, aplicando, en su día a día, para el desarrollo de su Organización, criterios de transparencia, también a su Memoria de Sostenibilidad. Además de mantener su enfoque en una triple vertiente, económica, social y ambiental, la compañía comienza en este ejercicio a contemplar en la elaboración de su memoria el Sistema de Reporte Global o Global Reporting Initiative (GRI), un estándar mundial para la elaboración de memorias de sostenibilidad que pone el acento en la plena transparencia de aquellas cuestiones que suscitan especial atención entre sus grupos de interés, especialmente sus Socios, empleados y clientes. El objetivo es recoger en este documento aquellos asuntos más relevantes para ellos. Así, iniciamos en 2017 este proceso teniendo en cuenta las cuestiones materiales definidas por la propia Cooperativa. A este primer paso le seguirá, el año próximo, el análisis de las cuestiones materiales extraídas de la pertinente cuestión al resto de Grupos de interés, de la que en 2018 obtendremos nuestra matriz de materialidad.

Damos así nuevos pasos que afianzan nuestro compromiso con el principio de la transparencia, la escucha activa y el diálogo necesario para conocer las principales cuestiones que preocupan a las personas con quienes nos relacionamos en nuestro ámbito de actividad, y como no puede ser de otra manera, teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de una manera transversal a nuestro negocio.

ESTRUCTURA GRUPO COVIRAN

Desde 2014, Covirán mantiene una sólida estructura societaria que aglutina el resto de sociedades (operativas) con las que cuenta. Su creación responde a la estrategia de incrementar y mejorar el servicio al asociado y adaptarse a un mercado y a un entorno que requiere la máxima agilidad, rapidez en la toma de decisiones y profesionalización.



COVIRAN



ORGANIZACIÓN

Dentro de la organización de la compañía, se encuentra la Asamblea de Socios como máximo Órgano de Gobierno de Covirán, que se reúne al menos una vez al año. A lo largo de estos más de 56 años, el principio “un Socio, un voto” se ha mantenido inalterable, con independencia del volumen de negocio de cada miembro de la Cooperativa. La Asamblea es el órgano en el que se toman las decisiones estratégicas por parte de los propietarios de la empresa, sus Socios cooperativistas.

El Consejo Rector (Consejo de Administración), a continuación, es el máximo órgano para la toma de decisiones entre asambleas y rinde cuenta ante ésta. Está integrado por 16 miembros, de los que 15 son elegidos libremente por la Asamblea de Socios y uno es designado por los trabajadores.

Ese órgano se elige cada cuatro años en un proceso abierto al que pueden acceder todos los Socios cooperativistas (como sujetos electores y elegibles), convocado al efecto, y que viene regulado en los Estatutos Sociales de la Cooperativa.

El actual Consejo Rector, elegido en 2015, está compuesto por 15 hombres y una mujer, porcentaje que se irá incrementando año a año.

Covirán cuenta además con un Consejo Asesor, compuesto por personas especialmente relevantes de los más importantes ámbitos tales como el empresarial, el financiero, el jurídico, el formativo o el tecnológico, siendo un órgano consultivo y de asesoramiento que aporta valor a la organización, al enriquecerla



con el conocimiento (know-how) y la capacidad relacional de sus integrantes, el intercambio de opiniones y las perspectivas que, desde otros ámbitos, estos aportan.

Junto con los Órganos anteriores, y aún cuando la Cooperativa no está obligada a ello, también existe, como un Órgano Social dentro de Covirán, La Intervención, que tiene como fin principal asegurarse de garantizar la transparencia en todas las cuentas de la compañía.

Como Órgano Ejecutivo, dentro de la Organización, se encuentra el Comité de Dirección, que gestiona las decisiones estratégicas materializadas en el día a día del Grupo Covirán y de sus 3.200 supermercados.

Este se convierte en garante de que todas las decisiones que se toman sean viables para el negocio, asegurando el éxito futuro del mismo, buscando el crecimiento de la compañía a través del desarrollo de nuevos proyectos y metas.

El Comité de Dirección, a cuyo frente está el Consejero Delegado de Covirán, es el Órgano responsable, a nivel ejecutivo interno, de la toma de decisiones tanto empresariales, económicas, como sociales y ambientales, aunque todo ello bajo la supervisión del Consejo Rector y de la propia Asamblea General de Socios.

Pero lo que hace realmente a Coviran una organización transparente es el modelo de gestión que desarrolla, por cuanto, aunque existe un Consejero Delegado como máximo representante ejecutivo de la estructura, todas las decisiones son sometidas a la consideración de los Socios cooperativistas representados a través de sus máximos Órganos de Gobierno, esto es el Consejo Rector, y, en última instancia, en la Asamblea General de Socios.

Esto se complementa con una política de gestión interna muy rigurosa, que establece que, aún cuando no sea legalmente necesario, todas las operaciones de financiación, endeudamiento y/o de asunción de especiales responsabilidades, fuera de lo que sería el tráfico normal u ordinario de la Compañía, pasan por el Consejo Rector, como máximo órgano de representación de los Socios entre Asambleas, para su control y autorización expresa, garantizándose, de esta manera, el pleno conocimiento del desarrollo de la Cooperativa y que se cumpla con el principio de transparencia, como principio inspirador del modelo de gestión que se desarrolla por parte de Covirán, pues de esta manera garantizamos que los Socios cooperativistas estén plenamente informados.

Otro ejemplo más que hace de Coviran una organización transparente está en el hecho de que, aun cuando la Compañía somete a auditoría sus cuentas anuales, tanto de forma individual como de forma consolidada, al estar legalmente obligado a ello, el Consejo Rector de Covirán propuso, y así se aceptó por parte de la Asamblea General de Socios, el mantenimiento de un Órgano Colegiado de Intervención (La Intervención) al que anteriormente ya hemos aludido. Se trata de un órgano que, aunque ya no es legalmente necesario tener, está formado exclusivamente por parte de Socios Cooperativistas, y es el encargado de la supervisión de las cuentas y del control de gastos de la Cooperativa, el cual, para el desarrollo de sus funciones, se encuentra investido con la plena capacidad de poder solicitar cualquier clase de información financiera del Grupo cuando así lo estime conveniente y, como tal, está obligado a mostrar su conformidad o no con las cuentas que sean formuladas, año a año, mediante la emisión de su informe correspondiente.

LOS CONSEJOS TERRITORIALES, ACERCANDO EL DIÁLOGO SOCIO-COOPERATIVA

Para Covirán, cuya razón de ser es prestar el mejor servicio integral al socio, el diálogo con este grupo de interés, su escucha activa, es algo fundamental. Así, periódicamente se mantienen encuentros en las 29 plataformas logísticas repartidas por toda la península ibérica con los Socios de su área de influencia. Con todo, la expansión territorial de Covirán y el elevado número de cooperativistas complicaba la fluidez en la relación Socio-Cooperativa. De ahí que en 2016 la Asamblea aprobara, a propuesta del CEO de Covirán, la creación de los Consejos Territoriales (Sur y Centro-Norte) y el Conselho Social en Portugal.

Se trata de un órgano consultivo, formado exclusivamente por los Socios cooperativistas, y que es elegido por los Socios de cada área de influencia, que asesora al Consejo Rector, transmitiéndole propuestas de interés para la generalidad de los Socios con la misión de que sean valoradas. Además, los Consejos Territoriales pueden ser requeridos para que, a su vez, analicen cuestiones y proyectos relacionados con la Compañía, para atender así su punto de vista. Se trata pues de un órgano que acerca la Cooperativa al Socio y el Socio a la Cooperativa, especialmente en aquellas cuestiones que por su envergadura afectan a su negocio, a la par que eleva al Consejo Rector el sentir del Socio en cada uno de los territorios donde Covirán tiene presencia.



CÓDIGO ÉTICO - COMPLIANCE

Además de los diferentes órganos con los que cuenta Covirán y de los diferentes canales de comunicación garantes de una gestión eficiente y de la máxima participación y representatividad del Socio, la empresa cuenta con otros mecanismos que velan por una gestión ética dentro de toda la cadena de valor.

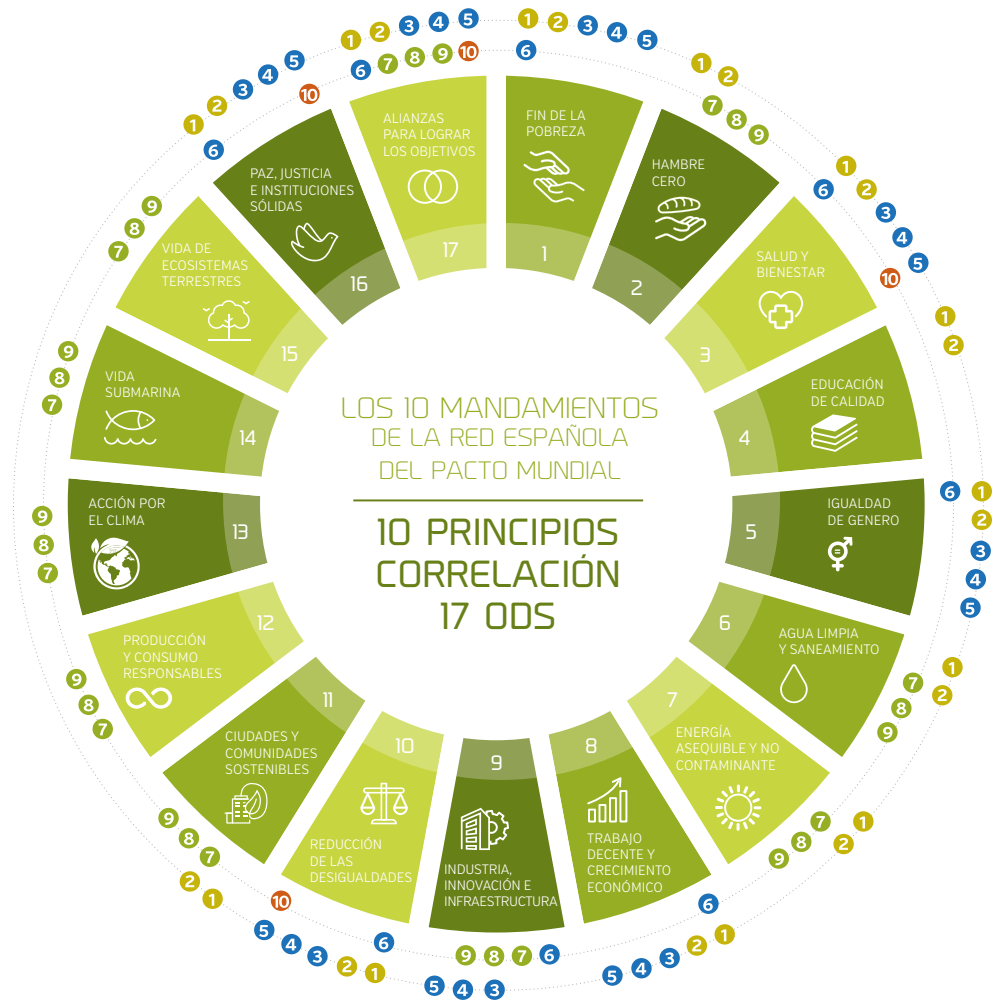
Y es que Covirán es una empresa éticamente responsable, un referente dentro del cooperativismo con un modelo que ha decidido ir más allá de la legalidad vigente, desarrollando mecanismos que aseguren la transparencia y el buen gobierno corporativo, como pilares básicos en la gestión del Grupo, a través de la aprobación e implantación de los Códigos de Buen Gobierno Corporativo y de Buenas Prácticas, y la creación del Comité de Cumplimiento Normativo, órgano colegiado, encargado del control y cumplimiento de las normas contenidas en tales códigos, que está formada por la Dirección General de RR.HH y Corporativa, la Dirección de Auditoría y la Dirección Jurídica de la Compañía.

Tales Códigos, así como la propuesta de creación del Comité de Cumplimiento Normativo, fueron formulados por el Consejo Rector de Covirán y aprobados por la Asamblea General de Socios en 2015, sentándose así las bases de las Normas de Compliance del Grupo, las cuales están en continuo desarrollo y evolución.

Como prueba de lo anterior, y de la plena implicación de la Organización con el principio de transparencia y las normas de buen gobierno corporativo, se aprobó, a propuesta precisamente del Comité de Cumplimiento Normativo, por parte del Comité de Dirección de Covirán, un Código de Conducta específico para todo el equipo directivo (incluido el Presidente de la Compañía) así como para todas aquellas personas que ejerzan posiciones de responsabilidad en la Organización, así como su correspondiente Declaración de integridad, para todos ellos, con el objetivo de mantener y fortalecer la reputación e integridad de Covirán.

Covirán hace una apuesta firme y clara por la incorporación a sus principios y normativa interna de prácticas en materia de buen gobierno corporativo.





- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
- 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
- 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

UN MARCO COMPARTIDO: LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) PRESENTES EN LA ESTRATEGIA DE COVIRAN

El compromiso de Covirán con la transparencia, la igualdad de oportunidades, la gestión ética, los derechos humanos y el desarrollo sostenible ha estado presente desde sus orígenes. Para referenciarlo, la Cooperativa suscribió en 2011 el Pacto Mundial de Naciones Unidas y en 2017 ratificó su adhesión por séptimo año consecutivo.

El Pacto Mundial de la ONU pide a las empresas adoptar, apoyar y promulgar, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en áreas como los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Covirán ha estado trabajando desde entonces, y lo seguirá haciendo, en estos principios que forman parte del ADN de la Cooperativa y que articulan en gran medida las acciones transversales de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo y de sus Socios cooperativistas.

El plan estratégico de RSE de Covirán se fundamenta en los 17 objetivos de desarrollo sostenible marcados por la ONU, con el acento puesto en aquellos más vinculados a su entorno y actividad directa.

COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Covirán ofrece una amplia variedad de canales y herramientas de comunicación, participación y diálogo con todos sus grupos de interés. Como empresa socialmente responsable, integra en su estrategia la identificación de las expectativas y demandas de estos grupos.

Una apuesta estratégica donde valores como la transparencia, la comunicación y el diálogo como elementos diferenciales son esenciales a la hora de potenciar la sostenibilidad a largo plazo de la Cooperativa. Por esta razón:

- **Situamos a nuestros grupos de interés como centro de nuestra actividad, con el objeto de establecer relaciones duraderas, fundadas en la mutua confianza y aportación de valor.**
- **Impulsamos una comunicación transparente, clara y responsable y la formación especializada para facilitar la gestión profesional de los integrantes de la empresa y sus asociados.**

- **Favorecemos el desarrollo de herramientas y servicios de alto impacto económico y social, adaptados al contexto en el que viven nuestros Socios y clientes.**

- **Promovemos la sostenibilidad y la accesibilidad de las personas en nuestros ámbitos de gestión.**

Este escenario promueve la mejora continua, además de fortalecer el papel de la empresa en la participación y desarrollo de la comunidad.

Covirán fomenta la transparencia en la difusión de información a los colectivos con los que se relaciona, adoptando en todo momento prácticas de comunicación responsable.



GRUPO DE INTERÉS

HERRAMIENTAS DE DIÁLOGO

DESEMPEÑO



SOCIOS

- Asamblea Anual
- Reuniones anuales Consejos Territoriales
- Reuniones anuales por plataforma de distribución
- Visitas personalizadas equipo de ventas
- Canales de comunicación directos personales
- Revista Infocovi
- Eventos corporativos
- Canales digitales:
 - Intranet segmentada por países, España y Portugal
 - Software de gestión personalizado Covigés 3.0
 - APP
 - SMS
 - E-mailing personalizado
 - Encuentros anuales

Encuestas cualitativas.
Medición de la satisfacción de los Socios con la Cooperativa, han valorado y opinado sobre los aspectos más claves de la empresa.



TRABAJADORES

- Revista Infocovi
- Formación
- Eventos corporativos
- Canales digitales:
 - Intranet exclusiva empleados
 - E-mailing personalizado

Consultas sobre acciones concretas.
Seguimiento comunicaciones e-mailing.



CLIENTES

- Línea de atención
- Web Club Familia
- Pantallas en tienda
- Canal radio exclusivo en tienda
- Folleto promocional
- Cartelería en tienda

Seguimiento post test de las campañas, escucha activa de los clientes acerca de la marca.



PROVEEDORES

- Reuniones individuales
- Eventos exclusivos y compartidos
- Web

Participación plena de los invitados.



ASOCIACIONES Y ENTIDADES

- Firma de acuerdos y convenios
- Eventos corporativos
- Foros

Participación plena de los convocados.



SOCIEDAD

- Web corporativa España www.coviran.es
- Web corporativa Portugal www.coviran.pt
- Web corporativa Fundación Covirán www.fundacioncoviran.org
- Web corporativa Escuela de Comercio Covirán
- Web corporativa espacio deportivo Ilusión Sport www.ilusionsport.com
- Sala de prensa y encuentros con los medios de comunicación
- Redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube

Datos tráfico web.
Datos crecimiento.
Datos redes sociales.
Datos informe de comunicación.
Datos relaciones públicas.



COVIRAN

2

CRECIMIENTO
Y CREACIÓN
DE VALOR
COMPARTIDO

LA COOPERATIVA EN CIFRAS

En Covirán estamos orgullosos del impacto que tiene en la economía y en la sociedad el desarrollo de nuestra actividad. El grupo Covirán ha generado y distribuido 699 millones de euros en concepto de masa financiera. Como valor generado, la cifra de 1.340 millones de euros de ventas brutas bajo enseña refleja la solvencia y estabilidad financiera

de Covirán y sus Socios. Es importante también el porcentaje de ese valor distribuido, con respecto al valor total generado. Unos datos que refrendan uno de los principios de Covirán como empresa de economía social: contribuir a generar riqueza y a vertebrar los territorios en los que estamos asentados.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO	700,98 M€
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	698,99 M€
Gastos operativos	635,44 M€
Sueldos y prestaciones de los empleados	33,83 M€
Pagos a proveedores de capital	0,80 M€
Pagos a Gobiernos	15,69 M€
Inversiones en comunidades	0,53 M€
Otras inversiones	12,71 M€
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	1,09 M€

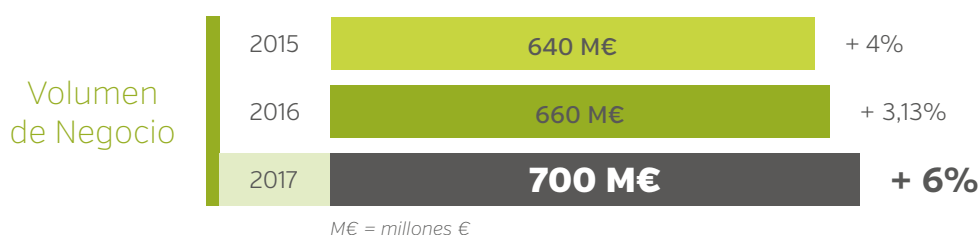
RESULTADOS

En 2017 Covirán cierra un ejercicio con una buena evolución y unos óptimos resultados económicos, fruto de un modelo de negocio sostenible y cuya fortaleza radica en una gestión empresarial basada en las personas, Socios, empleados, clientes y grupos de interés, y en los valores desde la rentabilidad.

El grupo Covirán generó unas ventas brutas bajo enseña de 1.340 millones de euros, un 6% más que en 2016, un máximo histórico. De ellos, 120 millones pertenecen a Portugal, y 1.220 a España. Esta cifra corresponde a la salida de caja [sell out] de todos los supermercados que operan bajo la enseña Covirán,

más las ventas de todos los supermercados adheridos al Grupo Cooperativo.

La evolución del volumen de negocio también se ha incrementado en un 6% respecto al obtenido el año pasado, alcanzando los 700 millones de euros. El modelo de negocio de Covirán se asienta en sus pilares estratégicos de cercanía, sostenibilidad e innovación que impulsan el crecimiento de la compañía y garantizan su rentabilidad. Sus ventas a superficie comparable se incrementaron en 2017 un 8%, dato destacable.





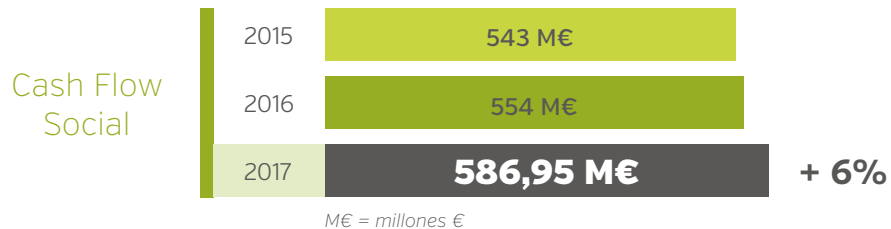
Por cada 100 euros de compra en un supermercado de proximidad, se quedan en el territorio 45 euros, frente a los 15 euros que retornan si el usuario consume en grandes formatos globalizados.

[Fuente: 'La sostenibilidad económica, territorial y medioambiental en el formato supermercado' (2017) Antonio Montaña, profesor de la Universidad de Huelva]

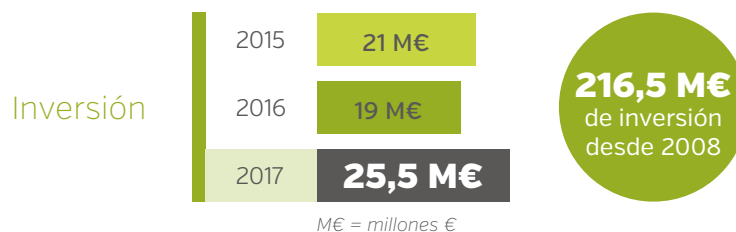
El Cash Flow Social mide la contribución de Covirán a la sociedad con los recursos generados por su actividad. Se tiene en cuenta la suma de salarios y prestaciones a los empleados, el pago de compras y servicios, pago de impuestos y deuda financiera, la inversión destinada a fines sociales y el pago de inversiones en activos.

El Cash Flow social de Covirán a cierre de 2017 era de 587 millones de euros, un 6% más que en 2016. Esa cifra se eleva a 1.159 millones de euros si nos referimos al Cash Flow social total

de la enseña. Covirán contribuye de manera significativa al desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera. Su actividad empresarial genera riqueza a través de la creación de puestos de trabajo, el pago de salarios, la contribución fiscal, la compra de bienes y servicios a proveedores, la puesta en marcha de programas sociales, el desarrollo de iniciativas medioambientales, el apoyo a la cadena de valor y la inversión en innovación.



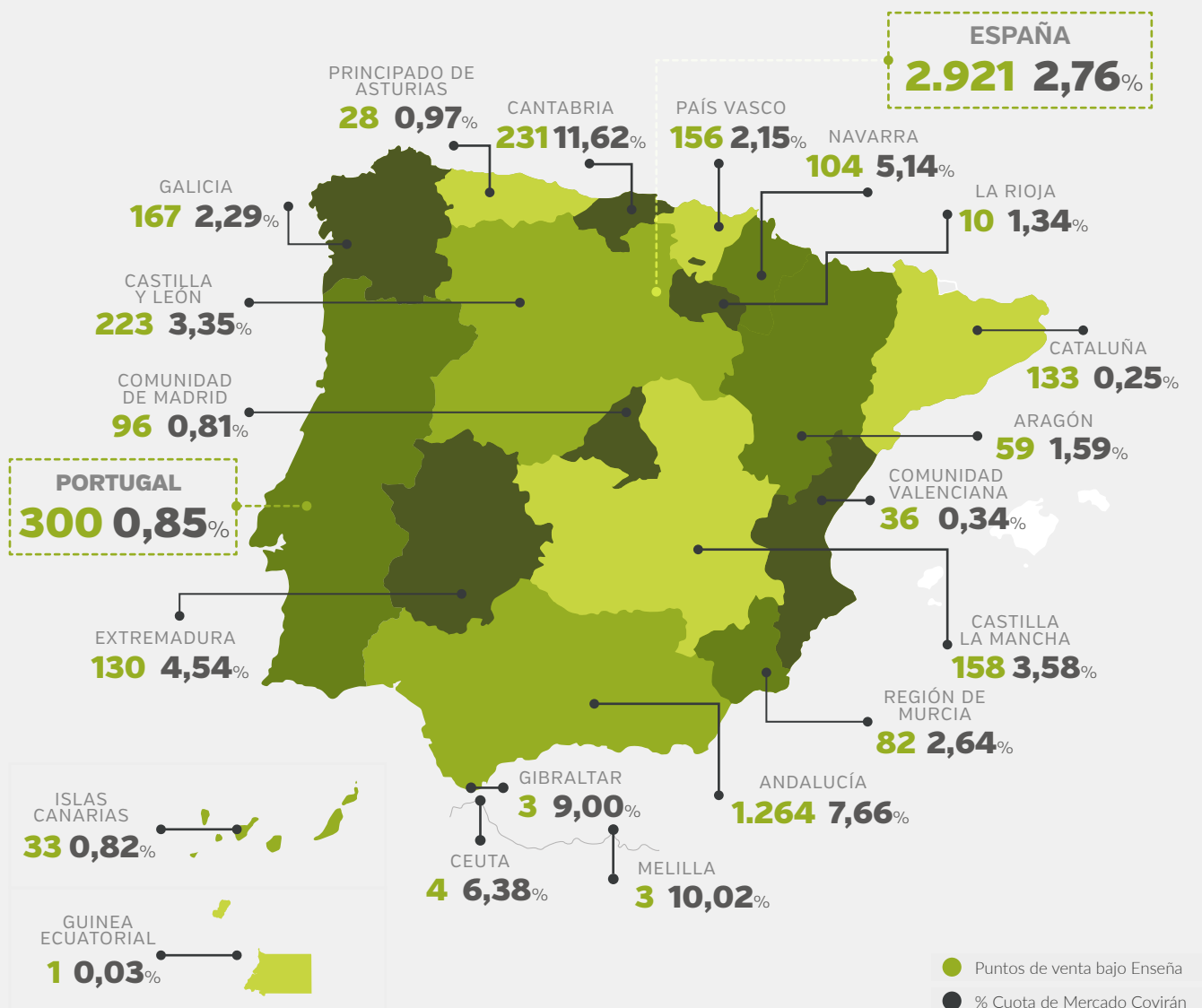
INVERSIONES



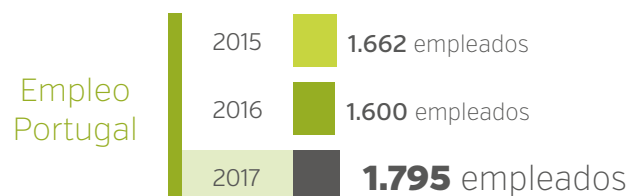
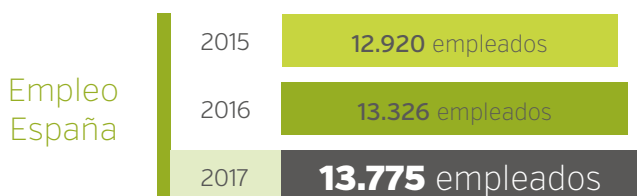
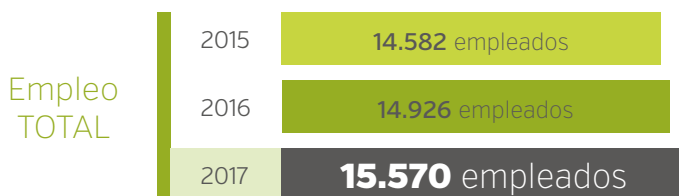
Covirán continúa apostando por la innovación y en 2017 ha destinado inversiones por valor de 25,5 millones de euros a su proyecto de expansión y a la mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios (innovación tecnológica y modernización). Este esfuerzo supera los 216,5 millones de euros en los últimos ocho años.

De los 25,5 millones de euros invertidos en 2017, 15 millones corresponden a Socios de la Cooperativa.

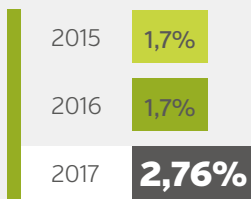
CUOTA DE MERCADO



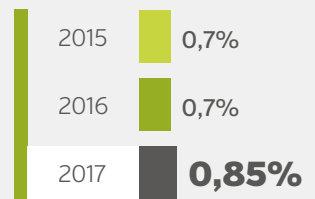
EMPLEO



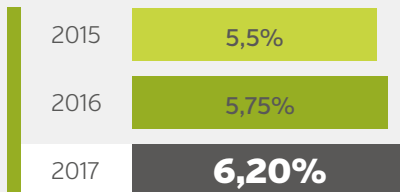
Cuota Mercado
Bajo Enseña
España



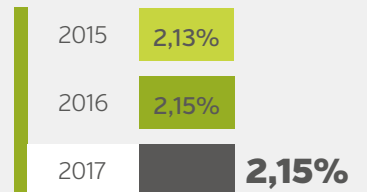
Cuota Mercado
Bajo Enseña
Portugal



Cuota Mercado
establecimientos
<1.000 m²
España



Cuota Mercado
establecimientos
<1.000 m²
España



Covirán es la
única enseña
presente en el

17%

de los **municipios con
<10.000 hab.**
[433 municipios]

Covirán es la
única enseña
presente en el

31%

de los **municipios con
<2.000 hab.**
[354 municipios]



FORMACIÓN

25.476 h.
de formación
en 2017

70,90%

El 70,90%
de empleados ha
recibido formación
en 2017

DEL SERVICIO INTEGRAL AL SOCIO AL PUNTO DE VENTA RESPONSABLE



CADENA DE VALOR POSICIÓN EN EL MERCADO



El principal fin de Covirán es prestar servicios integrales al Socio de la Cooperativa para que sus supermercados de proximidad sean eficientes y sostenibles, para que los detallistas independientes adheridos a la enseña puedan competir con las grandes cadenas de tú a tú en condiciones óptimas y con garantía de futuro. Es convertir la tienda del barrio y del pueblo de toda la vida en un moderno supermercado que nada tiene que envidiar al de los competidores de una gran firma, con la ventaja de la proximidad como bandera.

Porque Covirán no es solo una central de compras y distribución que mejora costes de productos y de numerosos servicios ofrecidos a los supermercados de la enseña, también es tecnología, a través de Covigés 3.0, el software de gestión; es la prevención de riesgos laborales, las acciones encaminadas a proteger el medio ambiente, las investigaciones de mercado, la lucha contra el desperdicio de alimentos, la estrategia de marketing, el Club Familia, la estrategia comercial, la promoción de hábitos de vida saludable o la formación en gestión para asegurar la profesionalización del colectivo.

Con más de 3.200 supermercados, Covirán se consolida como un referente de la distribución ibérica. Prueba de ello son las compras a proveedores nacionales por más de 463 millones de euros, un 11% más que en 2016, sin incluir en esta cifra las compras directas

a otros operadores locales y regionales que, por la proximidad a los supermercados, son gestionadas directamente por los Socios, en su objetivo de dar respuesta a los gustos locales del cliente.

En Covirán la suma de todos los esfuerzos es la que permite las inversiones necesarias para seguir creciendo y optimizando los procesos, las innovaciones en Operaciones, en el punto de venta y en toda la cadena de valor. Covirán es la suma de todos los esfuerzos, de cada uno de los Socios y de cada uno de los empleados.

Como empresa de economía social comprometida con los valores del cooperativismo, procuramos que en toda nuestra cadena de valor estén presentes los compromisos de sostenibilidad y de respeto a la diversidad y al entorno, todo ello garantizando el retorno de su esfuerzo y de su inversión a nuestros Socios cooperativistas, para seguir creciendo, con independencia de lo cerca o lejos que estén de los grandes centros logísticos y de decisión.

El proyecto de Covirán hace partícipes a todos los agentes de la cadena agroalimentaria, compartiendo objetivos e intereses. Crear valor compartido en nuestra empresa, en nuestro sector y en nuestro ámbito de actividad es una máxima que se cumple con el trabajo diario de esta compañía.



■ LOS SOCIOS, EL MÚSCULO ECONÓMICO DE COVIRAN

Para Covirán es vital tener un modelo de negocio económico sostenible tanto para la Cooperativa como para cada uno de sus Socios. De ahí que uno de los primeros objetivos que tiene que cubrir es dar a sus asociados las herramientas necesarias para que puedan desarrollar su actividad ahora y en el futuro, para que sus negocios sean sostenibles.

La Cooperativa ofrece cada día servicios de valor añadido a nuestros Socios para que les resulte mucho más rentable que si lo hicieran individualmente, porque la Cooperativa es capaz de hacerlo por economía de escala a unos costes unitarios mucho más bajos. Garantizamos la sostenibilidad de los supermercados de nuestros Socios y de la propia Cooperativa prestando una serie de servicios integrales (seguros, equipamiento, reparto

del producto hasta el punto de venta...) que si cada uno, por separado, tuviese que contratar, les llevaría a una situación más complicada a la hora de desarrollar su actividad.

Por su carácter cooperativo, en Covirán los propios Socios son los primeros financiadores de su Cooperativa, de ahí su alto compromiso con la sostenibilidad a todas las escalas. Eso produce un espacio de seguridad que hace que todos se sientan corresponsables, copartícipes del modelo de financiación. De cara a terceros, como pueden ser las entidades financieras, este aspecto ofrece la confianza para aprobar nuestros proyectos, donde destacan la modernización, la expansión y la transformación digital. Esos proyectos con los que estamos construyendo el Covirán del futuro.



La Cooperativa, valor añadido a sus Socios para incrementar su rentabilidad.



CON ESTE SISTEMA DE APERTURA

LOGRAMOS UN CONSUMO
ENERGÉTICO MÁS RESPONSABLE

GRACIAS POR COLABORAR

LA SOSTENIBILIDAD, SINÓNIMO DE FUTURO

El modelo de negocio de Covirán se asienta en sus pilares estratégicos de cercanía, sostenibilidad e innovación, que impulsan el crecimiento de la compañía y garantizan su rentabilidad.

En 2017 la Cooperativa destinó inversiones por valor de 25,5 millones de euros a su proyecto de expansión y a la mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios, un esfuerzo inversor que supera los 216 millones en los últimos ocho años, en plena crisis económica.

Son cifras que dan cuenta del impacto que tiene la actividad de la Cooperativa como modelo vertebrador del territorio, que tracciona a su vez la actividad de otras empresas y organizaciones, pero también, y sobre todo, del compromiso de Covirán y sus Socios con la sostenibilidad económica y el futuro.

I POSICIONAMIENTO EN LA CADENA AGROALIMENTARIA

MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

Covirán se ha consolidado como uno de los más sólidos eslabones de la cadena agroalimentaria en la península ibérica. Como puente entre productores y cliente final, la compañía mantiene una relación estable y duradera con sus proveedores, con quienes comparte objetivos comunes. Un vínculo basado en la confianza y la profesionalidad de ambas partes, pilares de la economía social y el desarrollo económico de los territorios donde está asentada la enseña.

El 94% de las compras efectuadas por el Grupo en 2017 se realizaron a proveedores nacionales, un dato que evidencia el papel de Covirán como catalizador del desarrollo económico no solo en el conjunto de España y Portugal, también y sobre todo, en el entorno más próximo. Este esfuerzo es particularmente significativo a la hora de adquirir productos frescos. El 80,3% de las compras de frutas y verduras se realizó en origen el pasado ejercicio y **3 de cada 10 euros invertidos en la adquisición de estos productos fueron destinados a cooperativas**. Las compras de cárnicos incluso mejoran estos índices: el 85% se realizó en origen, con un importante incremento en comunidades como Extremadura, León, Cantabria y Madrid.

Y es que en los supermercados Covirán los productos locales ocupan un espacio muy destacado dentro del surtido, que se refuerza con campañas específicas como 'De nuestra tierra'. Se trata de una apuesta por ofrecer a los clientes los productos más demandados y que siempre han estado presentes en sus hogares. Para lograrlo, la compañía establece alianzas y acuerdos comerciales con los productores de la zona, y **de manera especial, con las cooperativas agrícolas**. Porque Covirán no es solo uno de los referentes del cooperativismo en España, también se esfuerza por apoyar e impulsar la economía social, un sector cuya facturación representa ya el 10% del PIB español y genera 2,2 millones de empleos directos e indirectos, según el informe 'Empresas relevantes de la Economía Social', elaborado por CEPES.

La apuesta de la Cooperativa dentro de la cadena agroalimentaria va más allá de la adquisición de productos a proveedores locales. También se suma a acuerdos con otros

distribuidores que promueven la estabilidad y la sostenibilidad en la cadena de valor del sector. **Como miembro de Asedas [Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados], Covirán desde el año 2017 participa del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria**, una adhesión voluntaria que recoge el compromiso, desde nuestro ámbito de actuación, para trabajar con claridad y concreción en los contratos y los acuerdos comerciales, lealtad en el intercambio de la información con los proveedores, actitudes equitativas de transparencia del riesgo y responsabilidades y la no imposición en los contratos de condiciones o exigencias injustificadas.

En resumen, Covirán ha sido capaz de ver en los proveedores al aliado estratégico para el desarrollo y sostenibilidad de sus comercios de proximidad, al tiempo que los proveedores ven en Covirán el canal por el que hacer llegar al cliente final un producto local, sostenible y comprometido. De ahí la posición de fortaleza de la Cooperativa dentro de la cadena, donde juega un papel cada vez más determinante gracias a los más de 3.200 supermercados de la enseña.

El último informe elaborado por la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa [DIRCE], establece que el 99,87% de las empresas españolas son pymes y cerca del 82% desempeña su actividad en el sector servicios. Dentro del comercio el 50% son microempresas sin asalariados y más del 46% tienen entre 1 y 9 empleados. A ello hay que sumar el aporte de la pyme a la creación de empleo: Las pyme españolas generan el 66,4% del empleo empresarial. Son datos que corroboran la trascendencia de la actividad económica de Covirán y su posicionamiento en la cadena de valor agroalimentaria, a la que no solo aporta el canal de distribución de sus más de 3.200 supermercados de proximidad gestionados por nuestros Socios cooperativistas [pequeños empresarios], también genera compras directas por valor de 463 millones de euros.

PRESENCIA EN ORGANIZACIONES

AGENTES DE DIÁLOGO



Clausura I Jornada de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía

En Covirán entendemos que la actividad pública y las acciones de representación son muy importantes para el desarrollo de nuestra compañía y el logro de los objetivos marcados en cada territorio. Así, se trata de tener voz en las decisiones normativas, legislativas y de otra índole que atañen directamente a la empresa y a sus Socios cooperativistas o al sector en su conjunto, y que la propia Cooperativa pueda participar haciendo llegar a los centros de decisión inquietudes, necesidades y puntos de vista. Nuestra singularidad, modelo, nuestra cultura y valores, son primordiales a la hora de relacionarnos con nuestros diferentes grupos de interés, con la misión de construir una imagen sólida y profesional, con especial foco en las organizaciones sectoriales, administraciones e instituciones vinculadas o relacionadas con nuestro negocio.

Esta actividad de representación, así como la participación y pertenencia a distintos organismos, entidades y asociaciones, aportan valor y refuerzan nuestro posicionamiento dentro del sector.

Para dotar a sus asociados y a todos los supermercados de la enseña de la mayor capacidad competitiva, **Covirán pertenece a la central de compras Euromadi en España**, y Euromadi Port en el país vecino. Al igual que en España, el objetivo de EuromadiPort es prestar sus servicios a las empresas distribuidoras portuguesas adaptándose a sus necesidades específicas. En definitiva, se trata de contar con los mejores aliados para afrontar la evolución de un sector como el de la distribución, de la mano de la central de servicios líder en Europa, garante del mejor servicio para el socio de la Cooperativa.

Asimismo, somos miembros activos de numerosas asociaciones tanto en España como en Portugal, destacando en nuestro país AECOC, ASEDAS y CEOE; en Portugal Covirán forma parte del Consejo de la Cámara de Comercio e Industria Luso-Española. Además de estar presentes, por nuestra gran capilaridad, en diferentes asociaciones, entidades y confederaciones regionales.

La presencia de Covirán y de sus diferentes representantes y directivos en diversos foros del sector, señalan a la compañía como un referente, evidenciándose la robustez de su marca dentro de la cadena agroalimentaria.

ASOCIACIONES ESPAÑOLAS



ASOCIACIONES PORTUGUESAS





3

| UN MODELO
QUE PIENSA
EN FUTURO

Covirán está presente, con sus más de 3.200 supermercados y sus 29 plataformas logísticas, en toda la Península Ibérica. En su espíritu de dar el mejor servicio al Socio y al cliente final, Covirán está trabajando en la clasificación de sus supermercados, un proceso necesario en la existencia de una Cooperativa de detallistas independientes con 56 años de historia, con gran diversidad de negocios asociados que marchan a diferentes velocidades, en función de sus intereses, necesidades y características.

A lo largo de 2018 tendrá su desarrollo la figura de 'establecimiento adherido', que pretende identificar con una marca más genérica aquellos supermercados que realizan sus operaciones de aprovisionamiento a través de la Cooperativa pero que precisan menos servicios. También será una forma de identificar y diferenciar nuestra red de supermercados de cara al cliente final, quien ha de saber que la Cooperativa seguirá siendo el "paraguas" de todas estas tiendas, que ofrecerán servicios diferenciados.

En un escenario muy competitivo donde el detallista independiente tiene muy complicada la supervivencia, Covirán ofrece todo el abanico de servicios y gestión de la Cooperativa, al tiempo que una mayor independencia al Socio para gestionar su supermercado sin perder muchos de sus rasgos de identidad frente al cliente. Esa libertad es la que favorece que en cada territorio los Socios tengan la opción de completar la oferta de su supermercado con productos que respondan a los gustos, costumbres y tradiciones de su clientela, con un valor añadido importante: casi siempre esas compras se realizan en el entorno más próximo, a productores locales, lo que además de impactar directamente en la economía local, también lo hace en el medio ambiente, al reducir las emisiones de CO² por los desplazamientos más cortos.





Supermercados
COVIRAN

NUEVO CONCEPTO COVIRÁN: EL SUPERMERCADO DE PROXIMIDAD 10

Evolución continua

Los más recientes estudios del sector coinciden en que el formato de supermercado de proximidad gana enteros frente a las grandes superficies. Entre otras cuestiones, el paulatino envejecimiento de la población, un consumidor que prefiere ahorrarse los traslados a la hora de llenar la cesta de la compra, que aboga por productos locales y sanos y que prima el fácil acceso a los productos y servicios. El envejecimiento de la población marca, al mismo tiempo, otra clara tendencia: el de la accesibilidad universal.

Atentos a la evolución de la sociedad y a las tendencias en la distribución, Covirán lleva más de 10 años buscando la sostenibilidad desde la innovación en el punto de venta. Fruto de esos esfuerzos se desarrolló el Nuevo Concepto Covirán (NCC), tiendas 10 que se distinguen no solo visualmente por su homogeneización, también por la modernización de las instalaciones, la atención al cliente, la formación de sus empleados o el compromiso con el medio ambiente a través de la eficiencia energética de estas tiendas.

Se trata de generar un modelo de tienda que pueda hacer frente a la competencia de las grandes superficies y las grandes cadenas y a través de una experiencia de compra óptima.

Después de más de una década de andadura, el modelo NCC de Covirán, en continua evolución y mejora, se ha consolidado como un supermercado de proximidad de referencia que, además de favorecer esta experiencia de compra agradable al cliente, proporciona elevados ratios de rentabilidad y retorno.

Un modelo testado por Covirán a través de sus supermercados propios, en Granada, que han devenido en auténticos laboratorios de innovación del punto de venta. Ambos puntos de venta se sometieron con éxito a la auditoría de AENOR para la renovación del certificado de Accesibilidad Universal, conseguido en La Ilusión en 2014 y en 2016 en La Chana. Covirán sigue siendo la única enseña de su sector que cuenta con dos establecimientos certificados por AENOR en Accesibilidad Universal, que acredita que esta Cooperativa ha implantado un Sistema de Gestión de la Accesibilidad y que apuesta por la mejora continua.



Como parte del proceso de renovación de la Certificación AENOR de accesibilidad universal de sus tiendas propias, en 2017 se llevó a cabo una encuesta de satisfacción entre los clientes de ambos supermercados cuyos resultados certifican que la apuesta por la accesibilidad es un motor de desarrollo económico y un valor diferencial de los puntos de venta de la enseña frente a la competencia. La puntuación media de recomendación arrojada por la encuesta es de 9 sobre 10 y se aprecia una mayor fidelización de la clientela, en particular entre las personas con alguna necesidad especial, una tendencia sostenida en el tiempo que rompe con el estereotipo de las compras de reposición en el súper del barrio.

Para los clientes encuestados el servicio estrella englobado dentro del concepto de la accesibilidad universal continúa siendo la atención del personal, que en ambos centros se mueve en la excelencia, con una puntuación media de 9. De ahí la apuesta de Covirán

por la formación en accesibilidad a los empleados de los supermercados de la enseña que se van incorporando al NCC. En 2017 fueron 16 las ediciones celebradas de este programa de formación gestionado a través de la Escuela de Comercio Covirán, en el que se formaron 224 Socios y empleados de sus supermercados convertidos a NCC, a los que se suman los alumnos procedentes de nuevas incorporaciones a la Cooperativa con el concepto NCC que pasaron por las 10 ediciones del curso de Bienvenida.

En 2017 hubo 28 aperturas de NCC, que ya suman 201 supermercados de la enseña. 7 de cada 10 de estas nuevas incorporaciones son de Socios que quieren seguir emprendiendo, renovando y actualizando sus negocios. Un proyecto en el que la Cooperativa y sus Socios han invertido más de 11 millones de euros desde 2009 y que en 2017 puso su foco también en la renovación de los primeros NCC, con 12 y 13 años de existencia.



harcute



PUNTO DE VENTA RESPONSABLE:

NCC HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Covirán ha asumido un nuevo desafío para mejorar la atención de los clientes, una estrategia de sostenibilidad basada en la evolución de los establecimientos de Nuevo Concepto Covirán (NCC) añadiéndoles la calificación a **Puntos de Venta Responsable**, un compromiso más por la integración, la innovación y el entorno.

En 2017, **diez establecimientos bajo el Nuevo Concepto Covirán se convirtieron en Puntos de Venta Responsable**, una cifra que se pretende incrementar durante 2018. Los nuevos NCC tendrán necesariamente que reunir este sello de distinción y los que ya lo son, se irán incorporando de forma paulatina.

Se trata de tiendas que reúnen cinco requisitos básicos: la contratación responsable, incluyendo en el proceso de selección a colectivos en riesgo de exclusión social; la lucha contra el desperdicio alimentario, la mejora

de la accesibilidad, la eficiencia energética y la colaboración con el entorno a través de entidades locales. Sostenibilidad en el corazón del negocio que cala y mejora el entorno.

En materia de contratación, Covirán ofrece hoy al Socio un servicio gratuito de asesoramiento y selección de personal gracias a acuerdos que ha contraído con otras empresas de inserción laboral. El objetivo último es que el Socio cuente con colectivos en riesgo de exclusión social o con capacidades diversas. En este sentido, nos sentimos orgullosos de apoyar la contratación de estos colectivos, a través de proyectos como el de autoempleo llevado a cabo por la Fundación Covirán y la Asociación Activa, cofinanciado por la Obra Social de la Caixa y dirigido a **víctimas de violencia de género**, que permitió empoderar a **10 mujeres** el pasado año, facilitándoles el acceso a un puesto de trabajo a través de una acción formativa con prácticas incluidas.





El Punto de Venta Responsable, modelo de sostenibilidad y compromiso con el entorno.

No menos importante es el compromiso por evitar que se desperdicien alimentos. Covirán, que forma parte del Comité contra el desperdicio de la Asociación [AECOC], es especialmente sensible con esta problemática y mantiene acuerdos con entidades benéficas como Cáritas o el Banco de Alimentos para dar una salida a los excedentes, cumpliendo siempre con las garantías sanitarias. De esta manera favorece el acceso a productos de primera necesidad a miles de familias en situación de exclusión social.

También se han dado importantes avances en la mejora de la accesibilidad en los puntos de venta y se ofrece a los Socios formación especializada para atender a las personas con necesidades especiales, dotando a los Puntos de Venta Responsables de un servicio de asistencia a compra que garantice este acto en condiciones de igualdad.

En el capítulo de eficiencia energética y compromiso con el medio ambiente, Covirán ha tomado medidas que demuestran su apuesta por la sostenibilidad y ha comprobado el interés cada vez mayor de los Socios por incorporar actuaciones en este sentido.

Cabe destacar que en el Supermercado La Ilusión, uno de los laboratorios de innovación de la Cooperativa, se ha logrado un ahorro total en consumo de Kw de un 6% con respecto al ejercicio 2016. En todos los centros está establecida la recogida por gestores autorizados de cartón, plástico, pilas usadas y lámparas usadas, así como en los supermercados los residuos cárnicos originados en dicha sección.

COVIRAN

10

Establecimiento cualificado con el
protocolo de calidad en instalaciones

COVIRAN 10

Supermercados

La Ilusión

COVIRAN 10

AENOR

R

Accesibilidad
Registrada

UNE 170001-2



punto de venta
responsable

COVIRAN 10

El supermercado Covirán La Ilusión recibió en diciembre de 2016 la certificación QSostenible Evolution Excellence, con una valoración de 101 puntos, la más elevada de los certificados emitidos por el Consejo Internacional de Edificación y Energía Sostenible.

Por último, el Punto de Venta Responsable tiene la obligación de integrarse en el entorno y colaborar de forma activa con las entidades locales, al menos, con una acción al año. La visibilidad es fundamental para reforzar la imagen de la Cooperativa comprometida con los valores de integración. Las campañas de concienciación y sensibilización que lleva a cabo Covirán a lo largo del año contribuyen a fortalecer los lazos de unión.

El Punto de Venta Responsable es uno de los principales proyectos de futuro en materia de sostenibilidad y responsabilidad aplicada al su-

permercado. **Es la materialización en el punto de venta de todos los criterios transversales de desarrollo sostenible en los que trabaja Covirán.**

El reconocimiento en 2017 a la mejor iniciativa de RSE que otorga la Confederación de Empresarios de Andalucía [CEA] a nuestra apuesta por el Punto de Venta Responsable, refuerza la estrategia de seguir transformando nuestra red de supermercados hacia este modelo, que supone un nuevo peldaño en la evolución del NCC y que sienta las bases para la tienda del futuro, esa que sin perder la parte física de contacto con su entorno más próximo, abraza la transformación digital y el compromiso ético que el cliente está demandando.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL:

LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA INNOVACIÓN



La tecnología y la rápida adopción de ésta por parte de los usuarios obliga a las empresas que quieran seguir siendo sostenibles a iniciar un proceso de transformación digital, máxime en un sector como el del detallismo o retail, con una estructura tan tradicional como la tienda física de toda la vida.

El último informe 'Nielsen 360', que analiza las tendencias de consumo en España, es definitivo en este sentido: 6 de cada 10 españoles son lo que la consultora ha dado en llamar 'Total Consumer', un tipo de cliente propiciado por la tecnología que se informa en internet de ofertas y promociones, consulta opiniones de otros clientes, se descarga apps para acceder a descuentos y luego toma la decisión de compra.

El mismo informe apunta que todavía la mayoría de los hogares españoles (87%) completa el proceso de compra en la tienda física, pero en un escenario que evoluciona vertiginosamente y en el que aparecen nuevos actores 100% digitales con los deberes hechos, la transformación digital es un imperativo de subsistencia.

Covirán es consciente de esta necesidad y es por ello que lleva años trabajando en su transformación digital, que establece el horizonte 2020 para abrazar completamente la omnicanalidad con el lanzamiento de la tienda online. **Es un cambio profundo pero gradual y en el que se tiene en cuenta no solo la tecnología necesaria, también la propia cultura de la organización y el abanico de opciones de negocio que se abren poniendo al cliente en el centro de las decisiones.**





PERSONAS
TD

La estrategia de la enseña pasa por una apuesta firme y decidida por la transformación digital, no a través de procesos y proyectos aislados, sino como eje vertebrador de toda la actividad de la compañía, en la que las Personas son el pilar fundamental.

Modernizar la gestión de los puntos de venta con Covigés 3.0 es solo la punta del iceberg de una transformación más profunda que atañe a toda la estructura y que implica introducir cambios en la organización, nuevas competencias profesionales, el desarrollo de herramientas digitales y el uso del Big Data para anticiparse a la demanda y necesidades tanto de nuestros Socios como del cliente final, así como la apertura hacia nuevos modelos de negocio B2B y B2C a través del e-commerce.

La transformación digital en la que está inmersa Covirán pone a las personas en el centro de las decisiones. En 2017 se creó una Dirección General de Recursos Humanos y Corporativa que liderará, además de otros proyectos estratégicos de Covirán, el proceso de transformación digital de la compañía.

2017 ha marcado un punto de inflexión dentro de este proceso. Se ha establecido la hoja de ruta que llevará a completar esta transformación, en la que los empleados del Grupo están llamados a convertirse en el socio interno estratégico para esta evolución de la Cooperativa.

El punto de partida ha sido un análisis de la huella digital. A través del trabajo de una con-

sultora externa se ha establecido un diagnóstico tanto 'out' como 'in' de la compañía para poder establecer la estrategia de la organización en este capítulo y las prioridades a la hora de llevarla a cabo.

Fuentes especializadas en procesos de transformación digital establecen tres vectores para que esa digitalización sea completa y efectiva: tecnología, personas y negocio.

En el ámbito de la tecnología, Covirán lleva varios ejercicios invirtiendo en ella como palanca de crecimiento. El software de gestión de punto de venta Covigés, ya evolucionado a Covigés 3.0, es un botón de muestra, pero no el único. La introducción del picking por voz en las plataformas logísticas, el Sales and Operation Planning de Aprovisionamiento, la implementación de herramientas digitales como Microsoft 365 o AX7 para el trabajo en la nube o el kiosco digital para las ofertas y promociones del Club Familia son otros ejemplos. Dentro de las prioridades a desarrollar en próximos ejercicios, destaca el uso de herramientas digitales de chat bot o automatización de procesos, desarrollo de nuevas herramientas de escucha enfocadas al Socio y al consumidor final o el uso de la inteligencia artificial y el Big Data para la toma de decisiones.

Sin descuidar el aspecto tecnológico, Covirán pone su foco en la creación de una cultura digital dentro de la compañía, que parte del desarrollo de habilidades y conocimientos digitales con planes de formación ad hoc, la creación de entornos de trabajo digital, la introducción de técnicas ágiles o de 'design thinking' en la resolución de problemas y optimización de procesos, algo que ya se viene aplicando en el área de Operaciones con metodología Lean; seguir trabajando en la digitalización del Socio y preparar al área Logística para el impacto de los nuevos modelos de negocio B2B y B2C surgidos con la digitalización.

La transformación digital en la que está inmersa Covirán concede especial importancia a la generación de nuevos perfiles y competencias dentro de la organización.

Todo ello con el fin de que los empleados se conviertan en el socio interno estratégico de Covirán para llevar a buen puerto el proceso de transformación digital, un proceso impostergable para la sostenibilidad de la enseña y los supermercados de sus Socios.

INNOVACIÓN COMO MOTOR DE DESARROLLO

Reinventarse y adaptarse a un nuevo escenario son señas de identidad de la Cooperativa, que ha sabido evolucionar en sus 56 años de existencia para adaptarse a los cambios de la sociedad y a las necesidades de sus Socios y de los clientes de los supermercados. Con la transformación digital de la compañía, la apuesta es que Covirán se convierta en una organización más colaborativa, abierta y con modelos de negocio mucho más dinámicos.

La ruta de la transformación digital transversal a toda la organización está definida, con una estrategia y prioridades claras. Covirán ha puesto su reloj digital en marcha, con el horizonte 2020 como destino.

Como parte de su apuesta por la innovación, Covirán destinó inversiones por valor de 25,5 millones de euros a su proyecto de expansión y a la mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios, no solo en cuanto a modernización, también en materia de innovación tecnológica. Este esfuerzo supera los 216,5 millones de euros en los últimos ocho años.

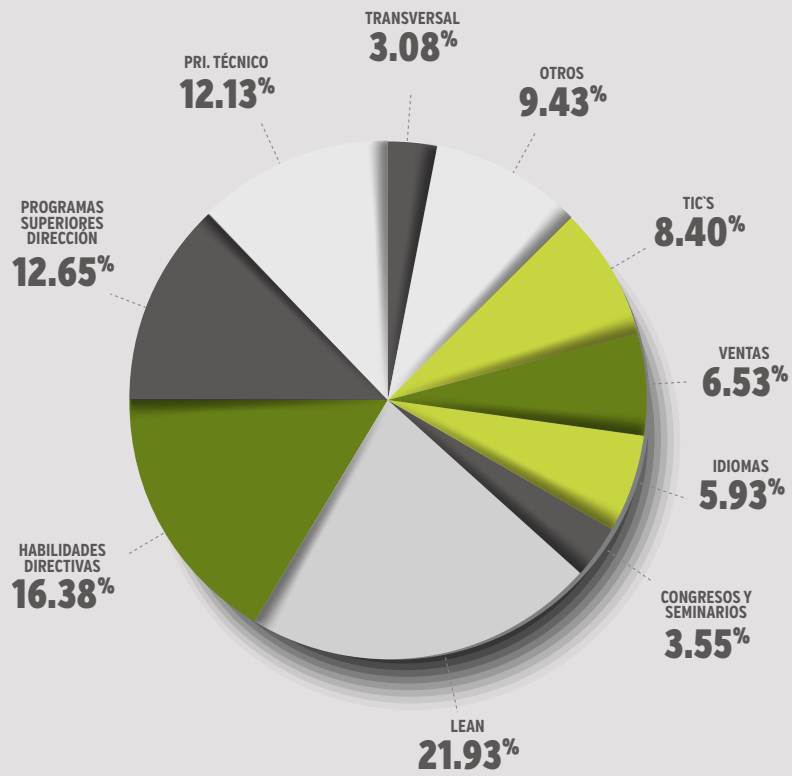
La tecnología y el conocimiento son dos de los principales focos de inversión de Covirán. La inversión en TICs, en herramientas para dotar a nuestros Socios y empleados de tecnología que le permita tener mayor y mejor conocimiento de la información para tomar decisiones más eficientes, debe ir acompa-

ñada del conocimiento, la formación, que explote y use esa tecnología. Por lo tanto la inversión se realiza siempre en ese doble ámbito. La Escuela de Comercio Covirán es el gran aliado y protagonista en esta misión de preparar a nuestros empleados y nuestros Socios y los trabajadores de los supermercados para abordar los retos de la transformación digital.

Al mismo tiempo se sigue invirtiendo en la modernización de los puntos de venta, porque queremos que la tienda sea un producto que marque la diferencia, un espacio cercano, que promueva una experiencia de compra agradable y donde las personas, cuando entren se sientan como en casa. Es un modelo de tienda testado en los supermercados propios de la enseña, que son auténticos laboratorios de innovación, donde se prueba la viabilidad y eficiencia de conceptos, servicios, surtidos, antes de trasladarlos a los supermercados de nuestros Socios.

El futuro de Covirán también pasa por seguir completando los objetivos de expansión territorial marcados en su Plan Estratégico 2020. Y en 2017 se realizó una inversión importante con la adquisición de los supermercados DUSA de Cataluña, un hito dentro de la compañía, siempre proclive a la incorporación o concentración de detallistas independientes que compartan el mismo ADN y los mismos valores de nuestra Cooperativa.

DISTRIBUCIÓN **INVERSIÓN** EN **FORMACIÓN**



CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Covirán ofrece su apoyo a todos los detallistas independientes, de cualquier ubicación geográfica o particularidad local, y prueba de ello es su contribución a la generación de empleo y riqueza de la mano de sus Socios, pequeños y medianos empresarios que ven en Covirán la mejor solución para desarrollar un modelo de negocio rentable.

La mejor adaptación a las señas de identidad propias de sus Socios y una mayor flexibilidad a la hora de gestionar el negocio, hacen que tanto Covirán como los Socios que se van sumando al proyecto tengan mayores oportunidades de éxito que otras enseñas con mayor rigidez.

En la actualidad, Covirán mantiene un fuerte posicionamiento en la Península Ibérica. Cuenta con 2.700 Socios en total (2.470 en España y 230 en Portugal). La cifra de supermercados adheridos al grupo es de 3.221, de ellos, 2.921 están implantados en España y 300 en el país vecino. Si computamos los establecimientos bajo su enseña, la cifra es de 2.500 supermercados, 2.300 en España y 200 en Portugal.

Estos números consolidan a Covirán en el segundo puesto en el ranking nacional del sector por número de establecimientos, y en el tercero en Portugal. Covirán está presente en todas las comunidades autónomas menos Baleares, y en las ciudades de Ceuta y Melilla. En Portugal cuenta con presencia en la totalidad de sus 18 distritos y en las dos regiones autónomas insulares, correspondientes a los archipiélagos de las Azores y Madeira.

En cuanto a la cuota de mercado bajo enseña, se alcanza un 2,76% en España y el 0,85% en Portugal. Si solo tenemos en cuenta los establecimientos con un máximo de 1.000 metros cuadrados, esta cuota se eleva al 6,2% en España y al 2,15% en Portugal.

Covirán ejerce su actividad como única enseña en numerosos municipios. Así, opera en solitario en el 17% de los municipios con menos de 10.000 habitantes (433 municipios) y en el 31% de menos de 2.000 habitantes, (354 municipios), siendo la única opción de compra para el cliente en un gran número de poblaciones.



IRAN



EXPANSIÓN CONTINUA

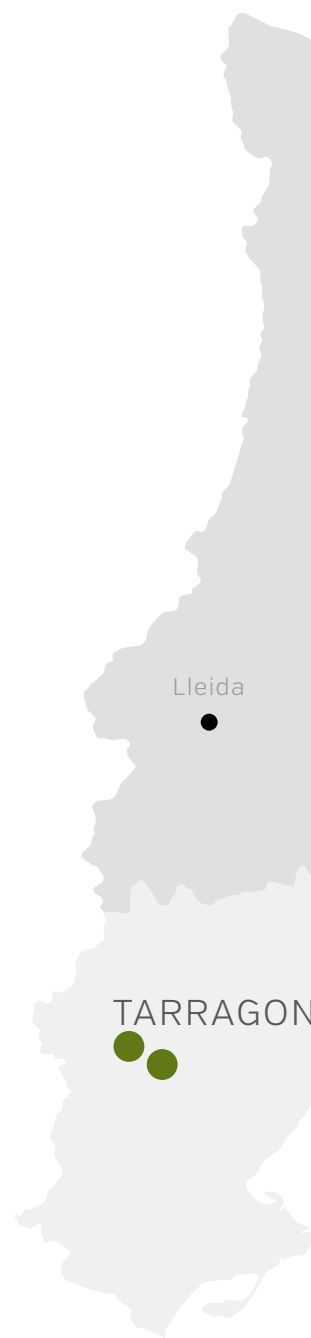
A final de 2017 se materializó la integración de la sociedad Detallistas Unidos (DUSA), en Cataluña, una región que estaba contemplada en el plan de expansión de la compañía. De esta manera se refuerza la presencia de la enseña en este importante territorio, sumándose estos nuevos Socios a los que ya había implantados.

Este acuerdo marca un importante hito en Covirán, una oportunidad que refuerza su posicionamiento de liderazgo en toda la península. La incorporación de la sociedad Detallistas Unidos (DUSA) hace que Cataluña pase a ser la segunda comunidad autónoma más importante en volumen de negocio para la Cooperativa, lo que posibilitará a toda la masa social implantada en este territorio beneficiarse de las sinergias generadas por el incremento de volumen y de los mejores servicios. La dimen-

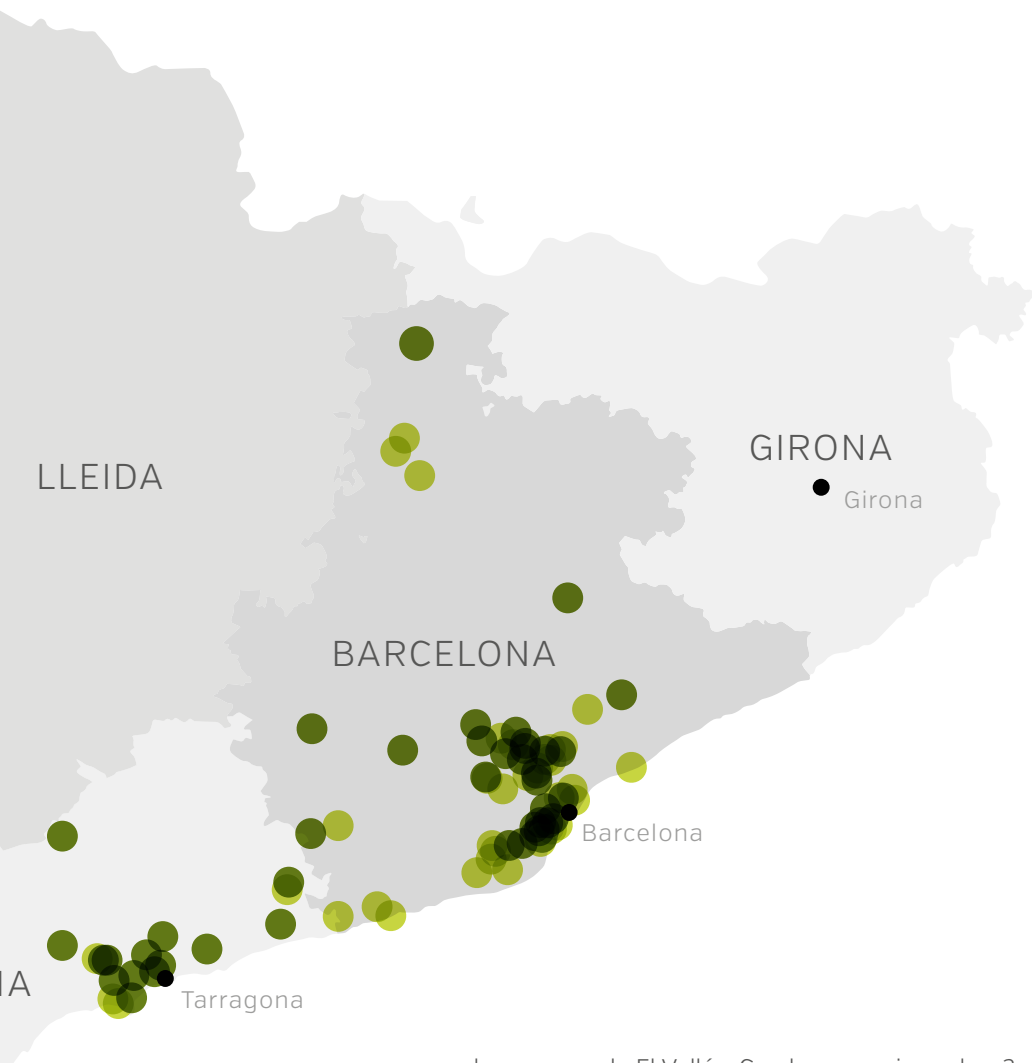
sión adquirida asegura el éxito de este proyecto catalán al que se irán sumando nuevos detallistas independientes.

Con esta operación, se incorporan a Covirán 90 establecimientos con una superficie media de 250 metros cuadrados y se generarán unas ventas brutas anuales de aproximadamente cien millones de euros. Covirán creará en esta comunidad un empleo directo e indirecto en torno a las 500 personas, cifra que se incrementará en 2018 un 10%. La red logística se refuerza ahora con la plataforma de Barberá del Vallés, que suma sus más de 6.000 metros cuadrados construidos.

Junto a los Socios ya existentes en Cataluña, se ha constituido una red sólida y estratégica para la compañía, con una importante concentración de establecimientos en Barcelona



Ventas brutas bajo enseña Dusa Cataluña	100 MM€ anuales
Volumen de Ngocio a Socios y clientes asociados	60 MM€ anuales
Socios	55
Establecimientos con una superficie media de 250 m ²	90
Empleados directos	45
Empleados incluidas las tiendas	500
Plataforma logística	6.000 M ²
Inversión en capitalización de la compañía	4 MM€
Inversión a realizar en 2018 para desarrollo secciones de frescos	1,5 MM€
Inversión modernización del punto de venta	0,5 MM€



y en la comarca de El Vallés. Con los negocios de DUSA, Covirán compartía muchas de sus señas de identidad y rasgos distintivos, como la proximidad, la apuesta por la calidad y un cuidado trato al cliente ofrecido por cada asociado en su punto de venta, una cuestión vital en este proceso para asegurar su éxito.

La entrada en Cataluña podría permitir el salto a Baleares, un territorio objetivo dentro del plan de acción de la compañía de cara a 2018, ya que actualmente es la única Comunidad donde la enseña no goza de presencia. La experiencia del proyecto desarrollado en Canarias, donde se ha solventado la particularidad del territorio insular, servirá como experiencia para afrontar estos nuevos retos, ahora en el mercado balear. Si hablamos de Canarias, en un corto espacio de tiempo se ha logrado una importante implantación, con una treintena de establecimientos y una plataforma logística operativa en Tenerife con más de 5.000 metros cuadrados, para atender las necesidades de los Socios. El esfuerzo inversor se sitúa en

los 3 millones de euros. Destaca la apuesta por los productos locales canarios, habiéndose materializado numerosos acuerdos con proveedores locales de esta Comunidad.

El reto, de cara a los siguientes ejercicios, será seguir desarrollando la solución Covirán como la mejor respuesta para todos los detallistas independientes de España y Portugal.

PORTUGAL,

LA CONSOLIDACIÓN DEL PROCESO DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Covirán mantiene su ambiciosa política de expansión en Portugal, con presencia en todo el territorio luso e incluso en las dos regiones autónomas insulares, correspondientes a los archipiélagos de las Azores y de Madeira. La Cooperativa cuenta con 300 supermercados y dispone de una amplia red de plataformas logísticas: una en la zona norte (Vila do Conde), otra en el sur del país (Algoz), y la última en Sintra-Lisboa, con 56,158 metros cuadrados. Maximizar el servicio al asociado, favoreciendo la proximidad, es un objetivo que mantiene en el país vecino.

El reto marcado por Covirán en Portugal es que el crecimiento anual supere el 10% para consolidarse como referente de supermercado de proximidad. La evolución de la facturación ha experimentado un crecimiento anual medio de un 14 %, y el objetivo es multiplicar la apuesta para fidelizar al socio ofreciéndole mejores servicios, más formación y ayuda para emprender la transformación digital de las tiendas.

En 2017 llegó a Portugal el programa de fidelización Club Familia Covirán, un programa en el que destaca su kiosco digital, una plataforma digital que facilita la omnicanalidad con el cliente. Arranca un proyecto que supone la puesta en marcha de promociones con marcas de referencia, la interacción multicanal con los consumidores, el desarrollo de acciones en colaboración con sus proveedores y planes específicos para los Socios. Estas acciones con sus proveedores traspasan las fronteras; en el mes de julio Covirán de la mano de la asociación Lándaluz llevó los Sabores de Andalucía por primera vez a los supermercados Covirán del sur del país; una acción que en España va por su quinta edición y agrupa a un colectivo de más de 100 empresas agroalimentarias de Andalucía.

Maximizar el servicio al asociado, favoreciendo la proximidad, es un objetivo que Covirán mantiene también en Portugal.







Los proveedores son una parte imprescindible en la cadena de valor y por ello, Covirán mantiene una relación estable y duradera en la que la confianza y la profesionalidad son los principales pilares, y poniendo siempre a los clientes en el centro de sus objetivos. Para ello trabajan con el fin común de ofrecer al cliente una oferta totalmente personalizada, adaptada a sus gustos y necesidades. El 17 de octubre de 2017 tuvo lugar en Lisboa el segundo encuentro con más de cien proveedores lusos, a los que se les presentó el sólido proyecto que la compañía contempla en este país.

El trabajo en los próximos meses se centrará también en afianzar la marca propia y fortalecer la colaboración con el proveedor local. En ello jugará un papel esencial la apuesta por las redes sociales, con un proyecto ya dibujado para el horizonte 2018, y el despliegue logístico para ser más eficaces en la distribución y aprovisionamiento de los productos. Además, con objeto de incrementar su visibilidad e influencia, la empresa seguirá potenciando su presencia en instituciones como Euromadiport, Aped [Portuguese Association of Distribution Companies] o el Consejo Estratégico de la Cámara Municipal de Sintra.

Dentro del Plan Estratégico 2020, Covirán tiene previsto alcanzar los 450 supermercados en Portugal en ese horizonte temporal. **Unos objetivos que permitirán incrementar la cuota de mercado hasta el 1,5% y el 3,5% en los supermercados de menos de 1.000 m2. Portugal representará más del 12% de la facturación total del Grupo Covirán en esas fechas, manteniendo una evolución constante en su crecimiento en próximos ejercicios.**



I MARRUECOS, EL NUEVO HORIZONTE

Tras el caso de éxito de Portugal, con una adaptación al entorno flexible y enraizada, y el hito de Cataluña con la incorporación de los detallistas de DUSA, el nuevo horizonte se fija hacia el Sur, en Marruecos, donde hay una inmensa cantidad de detallistas que podrían verse vertebrados con el apoyo de una gran enseña como Covirán.

La empresa ha estado observando el país vecino y el desarrollo de su sector retail, a la espera de un escenario propicio para establecerse. Las primeras tiendas piloto de Covirán iniciarán su actividad en 2018 para analizar las particularidades del país, de sus proveedores y clientes, de sus estacionalidades y preferencias. Tánger y Tetuán serían las ciudades señaladas para pilotar un proyecto que podría suponer la entrada al continente africano, si los resultados avalan este nuevo paso.

Dentro de su proyecto internacional Covirán cuenta con un establecimiento situado en Guinea, en la ciudad de Malabo.



Postres
Mermeladas
Chocolates



SALIDA EMERGENCIA

4

NUESTRO
MAYOR
CAPITAL:
LAS PERSONAS

4.1. NUESTROS SOCIOS



Son muchos los grupos de interés tenidos en cuenta por la Cooperativa a la hora de tomar decisiones y emprender acciones, pero hay un grupo prominente, principal objetivo de la actividad de la sociedad: los Socios.

BALANCE SOCIAL 2017

Los 2.700 Socios de Covirán forman la columna vertebral de la Cooperativa y son el pilar básico sobre el que se apoya la razón de ser de la enseña: prestar a los detallistas independientes asociados un paraguas de servicios con los que hacer sostenibles sus supermercados y seguir creciendo.

En total, Covirán cuenta con 2.470 Socios en España y 230 en Portugal, que suman un total de 3.221 supermercados.

Gracias al empuje de este colectivo, Covirán tiene presencia ya en todas las comunidades autónomas de España, excepto Baleares, y en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. En Portugal, donde la Cooperativa ha consolidado su presencia y articulado a los detallistas independientes, la enseña ya tiene presencia en sus 18 distritos y en las dos regiones autónomas insulares de Azores y Madeira.

Los supermercados de nuestros Socios están presentes en toda tipología de territorios, desde grandes urbes a pequeños pueblos, dando respuesta y adaptándose a cada cliente. Covirán es, además, la única enseña detallista presente en el 17% de los municipios con menos de 10.000 habitantes, y en el 31% de los municipios de menos de 2.000 habitantes, lo que la posiciona como un referente en muchos territorios donde de no ser por Covirán, un acto tan cotidiano como es realizar la compra, no sería tan sencillo.

De la pujanza económica de nuestros Socios y de su impacto inmediato en el entorno donde están emplazados dan cuenta cifras como el volumen de ventas brutas generadas en 2017 por valor de 1.340 millones de euros, con un importante incremento del 6,3% con respecto al año anterior. Un resultado que tiene

su traslación a los territorios, no solo por los puestos de trabajo que se generan y por el pago de los impuestos locales y autonómicos. También por la preocupación y libertad de nuestros Socios para ofrecer a sus clientes un surtido conformado en gran parte por productos locales.

Son Socios que comparten el compromiso de la modernización de sus puntos de venta para adaptarlos a las necesidades y gustos de sus clientes, a quienes ofrecen una experiencia de compra cercana, con la mejor atención al cliente. Esa que proporciona el conocimiento de sus vecinos.

La inversión destinada por los Socios a la modernización de los puntos de venta fue de 15 millones de euros, un 7,14% más que en el ejercicio anterior.

	2015	2016	2017
Inversión	21 m	19 m	25,5 m
Covirán S.C.A.	8 m	5 m	10,5 m
Socios	13 m	14 m	15 m

Covirán y sus Socios son un importante motor generador de empleo de calidad.

2017 finalizó con más de 15.000 puestos.

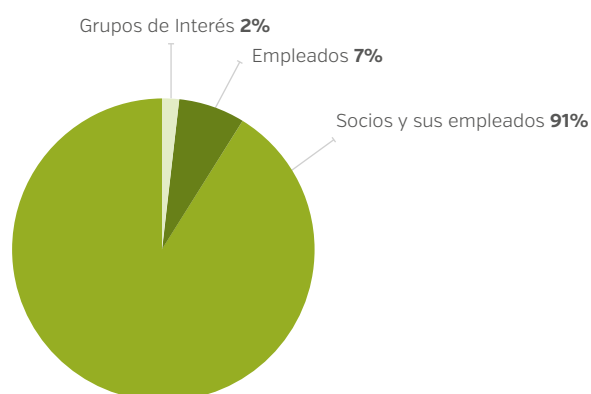


PROFESIONALIZACIÓN, SINÓNIMO DE CALIDAD

El colectivo de Covirán, se compone de profesionales cada vez más formados y más especializados, gracias a la formación que reciben en la Escuela de Comercio Covirán. El grueso de los programas y de las horas formativas en 2017 estuvieron centradas en los Socios y sus empleados que, gracias a los mismos, adquirieron destrezas en la gestión del punto de venta, la atención al cliente, la gestión de secciones como frutería, carnicería o panadería, e incluso formación sobre sostenibilidad, cooperativismo y sus valores.

Destacada está siendo la participación de este colectivo en la primera edición del **Programa EXDICO** [Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial], una de las apuestas más significativas de la Cooperativa en materia formativa puesta en marcha con la colaboración de la Fundación Empresa Universidad de Granada. 13 de nuestros asociados están cursando esta primera edición, que comenzó a finales de 2017 y se extenderá hasta junio de 2018.

■ Tipología de alumnos - 2017





Con el fin de acercar la formación al socio, cualquiera que sea su ubicación, la Escuela de Comercio Covirán está trabajando con algunos programas online, que se ampliarán en 2018, al tiempo que itenera con sus programas por las distintas Plataformas Logísticas. Casi 7 de cada 10 ediciones formativas se realizaron en 2017 en las aulas de sus plataformas.



APROVISIONAMIENTO: OPTIMIZANDO PROCESOS

La razón de ser de la Cooperativa es prestar el mejor servicio al socio con el fin de dotar a sus supermercados de proximidad de las herramientas necesarias para que compitan en igualdad de condiciones con otros formatos existentes en el mercado. Cada vez son más los Socios que apuestan por un servicio integral, más allá del aprovisionamiento de mercancía, pero este sigue siendo uno de los servicios esenciales para la compañía.

Por ello, el área de aprovisionamiento está aplicando la llamada metodología Lean para la mejora de los procesos: análisis de suministro, enfoque 360° en la planificación de la demanda, con la mirada puesta en el consumidor. Proyectos que buscan la optimización de la cadena de suministro con una contención de los costes operativos e incluso su reducción siempre en beneficio de la rentabilidad del supermercado.



EL EQUIPO DE VENTAS: SIEMPRE CERCA

La cercanía es uno de los principales atributos que la enseña ha mantenido inalterable desde su origen, una de las señas de identidad que Covirán ha querido no solo mantener, sino potenciar. Cercanía con el cliente y también, cercanía con el Socio, que durante toda su permanencia en la Cooperativa cuenta con el asesoramiento y el acompañamiento permanente de un gran equipo de profesionales, expertos en cada área del negocio. Entre ellos se encuentra el equipo de Ventas, un eslabón imprescindible entre la Cooperativa y el Socio.

Y es que para la inmensa mayoría de asociados, la relación con su gestor comercial marca la relación con la propia empresa. Es la persona que desde el primer momento en que el Socio potencial decide incorporarse al proyecto, lo asiste y asesora en todas las decisiones del negocio, canalizando sus necesidades para que la organización pueda darle respuesta.

Por la enorme capilaridad de la empresa el equipo de Ventas está distribuido por todas las zonas geográficas de España y Portugal, coordinado en todo momento para lograr su objetivo: la rentabilidad del Socio a través de un servicio personalizado.

Además de este equipo, los Socios cuentan con otros departamentos clave, como el Centro de Atención al Socio y al cliente, que en 2017 atendió un total de 149.050 llamadas con necesidades particulares, dando una solución en esa primera llamada en el 21% de los casos.



SOPORTE ECONÓMICO Y DIGITAL

Para Covirán es importante asistir al socio de una manera integral en todos los aspectos relacionados con su negocio. En este marco, la solicitud de ayudas y subvenciones que les dan acceso a posibles inversiones, bien para apertura de un supermercado, bien por modernización del punto de venta, son un capítulo esencial para ayudarles en la dinamización del negocio.

Además de estar al día en la publicación de estas ayudas, la Cooperativa pone a disposición de sus Socios el servicio de gestión de las mismas. **En 2017 se atendieron 356 demandas de información** (un 60% más que en 2016) y se realizaron 50 campañas, con una inversión solicitada de 1,4 millones de euros.

Dentro del proceso de transformación digital de la compañía, se continúa trabajando en la implantación de todas las herramientas digitales que puedan ayudar a sus Socios a mejorar sus ratios de eficiencia. En este plano, un año más **el desarrollo del software de gestión Covigés 3.0** ha seguido dando buenas noticias. Se trata de una potente herramienta que permite rentabilizar al máximo la gestión de cada punto de venta, ya que ofrece a los asociados información en tiempo real sobre sus establecimientos, ayudando esto en la toma de decisiones. Covirán se prepara así para rentabilizar las nuevas oportunidades asociadas al B2C y el B2B, que impulsarán el negocio a nuevos planos de crecimiento, de cara a 2018.



COVIRAN

Inicio Noticias Cursos Consulta Artículos Realizar Pedidos Sobre Digital

NOTIFICACIONES
1 Alerta

Pay 1000

- MENU
- Inicio
- Mis Compras
- Comercio y Marketing
- Mi punto de venta
- Servicios
- Club Familia
- Formación
- Responsabilidad Social
- Información Interés
- Subscripción servicios
- Centros
- App Store
- Comprar EIC
- Reservar

Mis Compras

MIS COMPRAS



CONSULTAR
ARTÍCULOS



TRAZABILIDAD
LOTE



REALIZAR
PEDIDO



CONSULTAR
PEDIDOS



CLUB FAMILIA

fundación

FUNDACIÓN COVIRAN

Escuela de Comercio

ESCUOLA DE COMERCIO



RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL

COVIRAN

REDES SOCIALES

LA FIDELIZACIÓN LLEGA AL CLIENTE, Y TAMBIÉN AL SOCIO

El área de Marketing tiene muy presente en su actividad al Socio, para quien diseña, además de las campañas dirigidas al cliente final, acciones que incrementen sus buenos resultados y su integración en la Cooperativa.

Bonus España: Mecánica de fidelización hacia la Cooperativa en materia de compras, que premia el crecimiento obtenido por los Socios y beneficia más a quien mayor compromiso tiene con la Cooperativa. Gracias a esta campaña se bonificaron en 2017 a 714 Socios con más de 150.000 euros. El 62% de los Socios participantes recibió bonificación dentro de esta campaña.

Coviliga Portugal: El objetivo es lograr un incremento en el volumen de compra no promocionada, con la fijación de objetivos marcados individualmente a cada uno de los Socios. 25 Socios fueron los ganadores de la Coviliga portuguesa en 2017.

Numerosas campañas dirigidas al cliente final ayudan a dinamizar a los puntos de venta. La estrategia de Marketing de la compañía ofrece a sus Socios importantes oportunidades de fidelización a sus clientes.

CAMPAÑAS PARA LOS SOCIOS DIRIGIDAS AL CLIENTE FINAL



Concursos infantiles de dinamización en periodos como Navidad.

Dinámicas vinculadas a Halloween.



Acciones de tráfico al punto de venta con campañas temporales en verano en España y Portugal.

6 Acciones in&out: campañas que cubren los gustos y necesidades de los clientes sobre temas específicos.

CAMPAÑAS DE NOTORIEDAD



Campañas de ciclomotores: sorteo de 15 ciclomotores.

Campaña Carros de la compra con IDEAL.

SERVICIOS AL SOCIO PARA EL FUTURO

Covirán no se detiene en su apuesta por ofrecer el mejor servicio al socio. Además de seguir optimizando procesos y mejorando la calidad y cantidad de los servicios que presta, la Cooperativa prosigue detectando a través de la escucha activa aquellas necesidades que pueden mejorar los recursos técnicos y humanos que ya presta o que demandan la creación de nuevos.

Como central de compras y de servicios a sus Socios, Covirán acerca a su asociado todo lo necesario para la puesta en marcha y desarrollo del negocio: tecnología aplicada al negocio, planes formativos para la profesionalización plena, estrategia comercial, promocional y de marketing, correduría de seguros, departamento propio de viajes, servicio de gestión de subvenciones y un equipo humano que asesora y acompaña al socio en todas las decisiones del día a día.

La Cooperativa cuenta con un servicio de Prevención de Riesgos Mancomunado, al que están adheridos 758 Socios de la Cooperativa, con 791 supermercados.

Además de esta completa oferta, se siguen desarrollando proyectos que ponen el foco en el socio. Desde la Dirección General de Recursos Humanos se trabaja en un proyecto que pretende aportar valor añadido al paraguas que ofrece la Cooperativa a sus Socios, con la incorporación de la gestión administrativa y de recursos humanos como complemento a todos estos servicios ya existentes.

Son datos del ejercicio 2017 que demuestran el compromiso de Covirán con sus 2.700 asociados, con su desarrollo hoy y mañana.

Dinámicas RSE: Acción en los supermercados del Camino de Santiago para celebrar el Día contra el Cáncer de Mama con la Asociación Española contra el Cáncer.



60 Acciones de Trade Marketing con expositores en tiendas.

2 Acciones de tráfico en tienda con sartenes y peluches en España y Portugal.



Acción de aniversario en Portugal con nuestros tradicionales carros de la compra, con un total de 600 carros para nuestros clientes.



Lotería de Navidad con la Bruja de Oro.

Acuerdos con terceros: Punto de recogida para Seur y Correos.

MODELO LOGÍSTICO

MÁS CERCA, MÁS EFICIENTES

La expansión de Covirán en el último año y el volumen de negocio generado no sería posible sin la red logística que la enseña ha desplegado en España y Portugal para seguir liderando el detallismo independiente en ambos países. Las 29 plataformas de las que dispone el Grupo, tres de ellas en Portugal, suman 441.111 metros cuadrados de sala de ventas y garantizan una rápida y óptima distribución del surtido, ahorro en los desplazamientos y mayor control de las emisiones contaminantes del transporte.

La apertura de la plataforma logística en Canarias en 2016 (4.742 metros cuadrados), no sólo ha servido para incrementar el volumen de negocio en este territorio insular, también para ofrecer a los Socios canarios un servicio y surtido óptimo y nuevas oportunidades de negocio. Este territorio prácticamente duplicó en 2017 el volumen de compras con respecto a 2016.

La incorporación de la plataforma de DUSA en Barberá del Vallés, con 6.144 metros cuadrados, completa el mapa logístico de la enseña, que se había marcado como objetivo para 2017 la apertura de una plataforma en Cataluña para mejorar el servicio a los Socios con los que ya contaba la enseña en esta comunidad. Al mismo tiempo, se convierte en trampolín logístico para el desembarco en Baleares, la única comunidad autónoma donde Covirán no está presente.

Como parte de la optimización y mejora de su red logística, Covirán ha trasladado ya en los primeros meses de 2018 su plataforma de Aveiro hacia Vila do Conde, un municipio más al norte de Portugal. Será una plataforma que trabajará en cross docking, lo que permitirá mejorar el aprovisionamiento a los Socios de esta zona y otros ratios como el nivel de rotación del stock, caducidad, roturas y pérdida de mercancías, dando así un servicio excelente también en Portugal.



La propia red logística de Covirán se convierte en un factor de desarrollo de las economías locales. Además de por la generación de puestos de trabajo en las plataformas, por la tracción de otras empresas como las de transporte. Muchas, casi en exclusividad, deben su actividad al servicio que prestan a la Cooperativa y sus Socios.

Los servicios logísticos que ofrece la Cooperativa, y la evolución cada vez más hacia el sistema de preparación y reparto, están reduciendo la contaminación al emplear transportes de mayor calado multientrega, con un impacto menor hacia el medio ambiente.



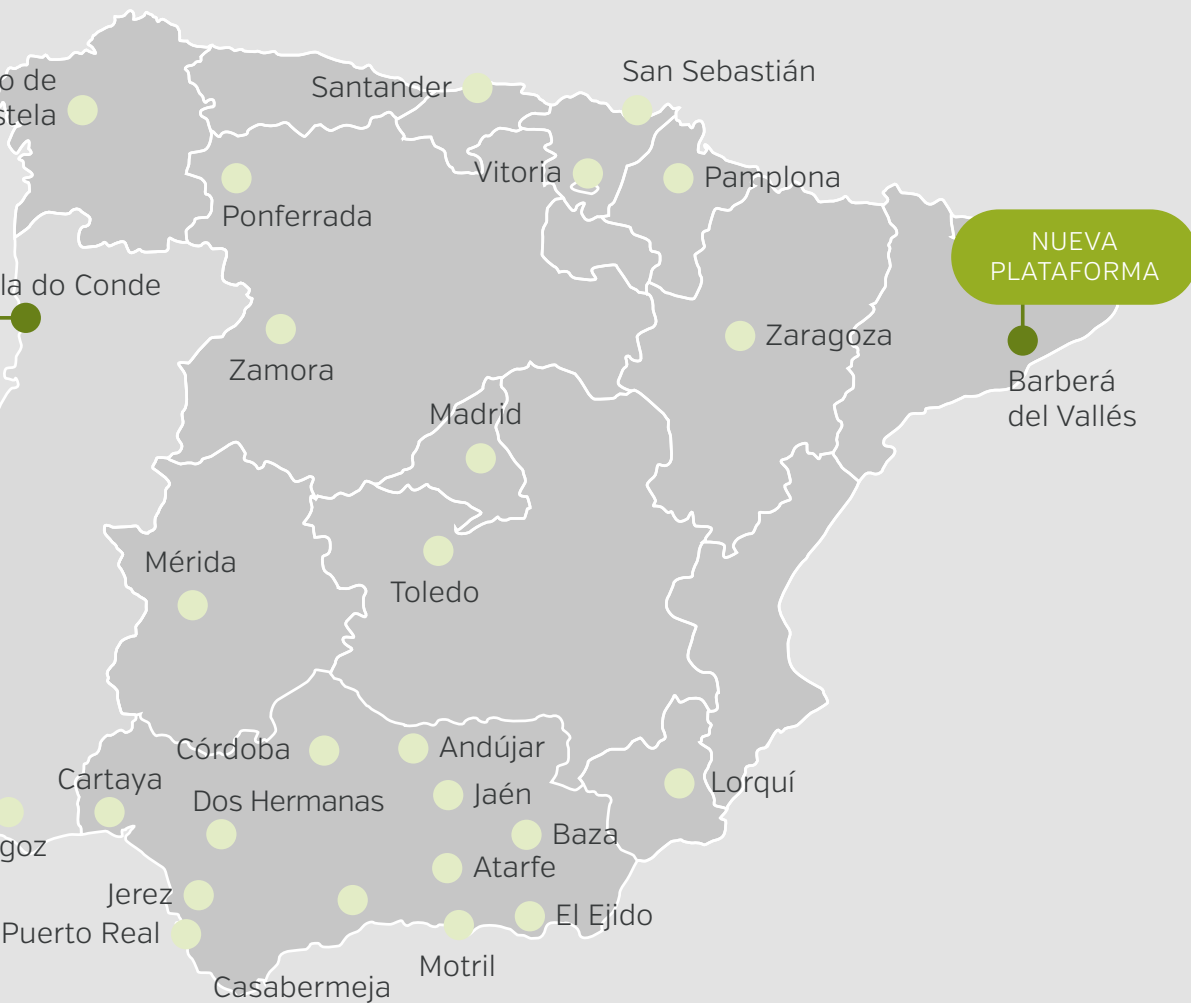
En Covirán se trabaja en un plan estratégico a 2020, donde el comercio electrónico, la omnicanalidad, la conectividad, la digitalización, la eficiencia y la mejora continua del servicio al Socio, son aspectos relevantes. Todo esto supone adecuar las plataformas de distribución a las áreas geográficas donde están asentadas y a las particularidades de sus Socios. Incrementar estos ratios se alcanza con una flota en constante proceso de adaptación y centrada en el servicio a sus asociados, donde los tiempos y la definición de las rutas marcan el día a día de su gestión. En cuanto a la gestión de sus almacenes, en 2017 se ha puesto el foco en mejorar la productividad, la trazabilidad de los productos y la optimización de los procesos de distribución, buscando la calidad del servicio al socio. Con este fin la compañía está trabajando en su nuevo modelo logístico, con proyectos ya implantados como el picking por voz, implantación de mensajes EDI o potenciar en sus centros una cultura de mejora continua, con la implantación de la metodología Lean.

29 plataformas garantizan una eficiente distribución del surtido y los servicios a sus Socios.

Santiago
Compos

Vi





En la actualidad Covirán cuenta con 26 plataformas en España y tres en Portugal, con un total de sala de ventas de 441.111 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.
- 1 en Canarias: Tenerife.
- 1 en Barcelona: Barberá del Vallés.
- 3 en Portugal, Vila do Conde, Algoz y Sintra.

4.2. NUESTRO EQUIPO

BALANCE EQUIPO PROFESIONAL 2017

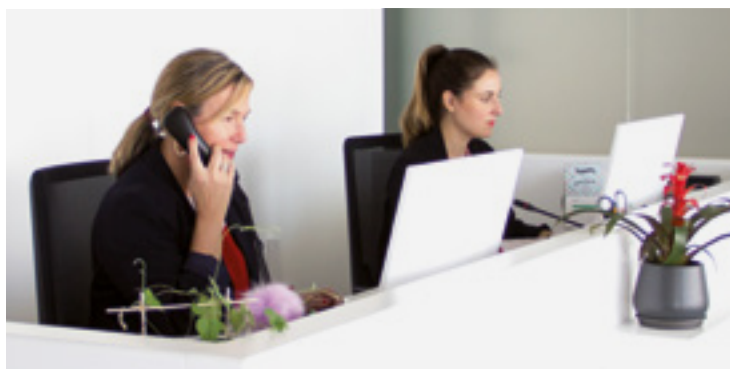
A medida que Covirán sigue expandiéndose, con nuevas regiones de influencia y nuevas infraestructuras, su equipo, sus personas, también crecen. En el Grupo Covirán trabajan ya 1.281 personas, el 88% de ellas con un contrato indefinido. La media de edad es de 40 años y aunque los trabajadores están repartidos por toda la geografía donde opera la enseña, el grueso se concentra en torno a Granada, donde Covirán tiene su sede central.

La apuesta de la enseña es atraer y retener al mejor talento, favorecer el buen ambiente laboral con la aplicación de medidas de conciliación o el fomento del desarrollo personal y profesional a través de la formación y la promoción interna. Igualmente importante es garantizar las óptimas condiciones de salud laboral con la prevención de riesgos y la promoción de hábitos de vida y trabajo saludables.

El año 2017 fue clave en la gestión de las personas que conforman la plantilla del Grupo, por un lado por la firma del convenio colectivo que recoge las principales demandas de la plantilla, y por otro, por la puesta en marcha del Plan Estratégico de la nueva Dirección General de Recursos Humanos y Corporativa que pone el foco en el objetivo de afianzar el papel de los trabajadores como aliados internos de la Cooperativa para cumplir con su **máxima:**

Ofrecer el mejor servicio al Socio para que sus supermercados sean rentables.

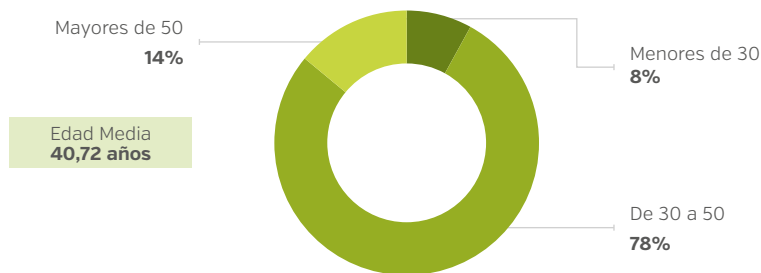
El objetivo, afianzar el papel de los trabajadores como aliado interno de la Cooperativa.



ANÁLISIS DE LA PLANTILLA DE COVIRAN

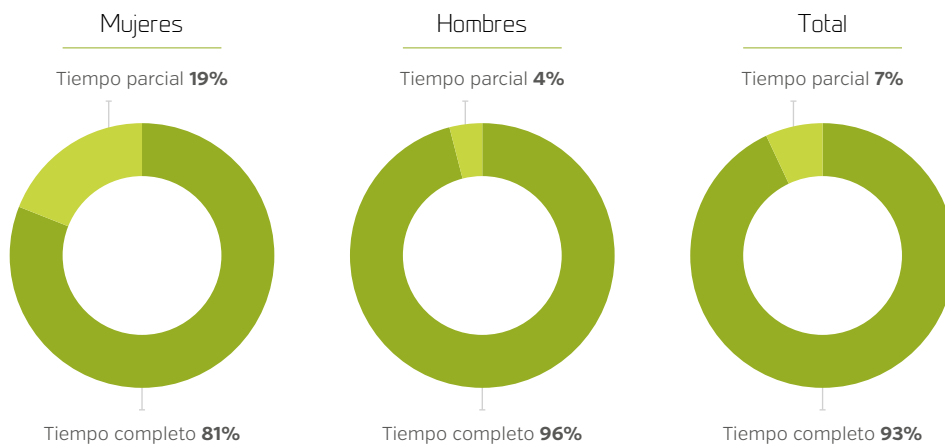
Distribución por edad y género

Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Menores de 30	22	20,75%	84	79,25%	106
De 30 a 50	232	23,27%	765	76,73%	997
Mayores de 50	33	18,54%	145	81,46%	178
	287		994		1281

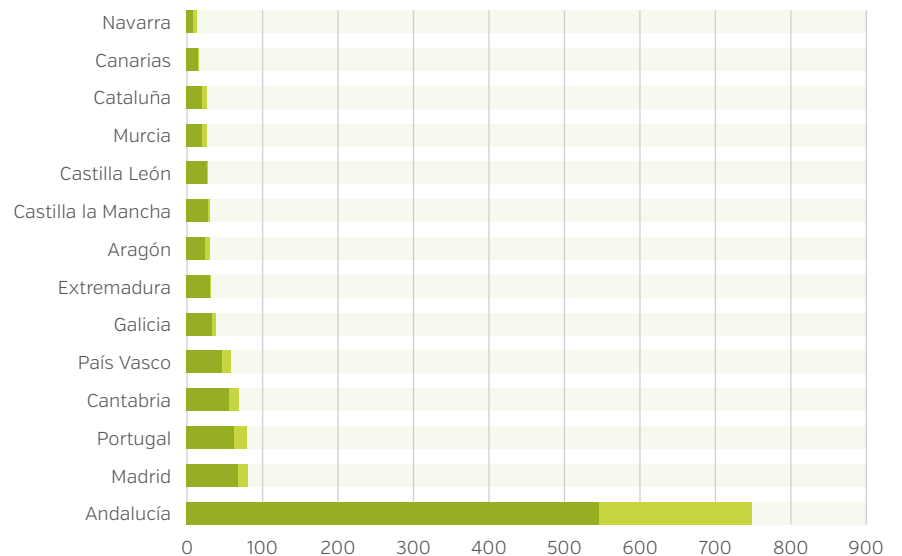
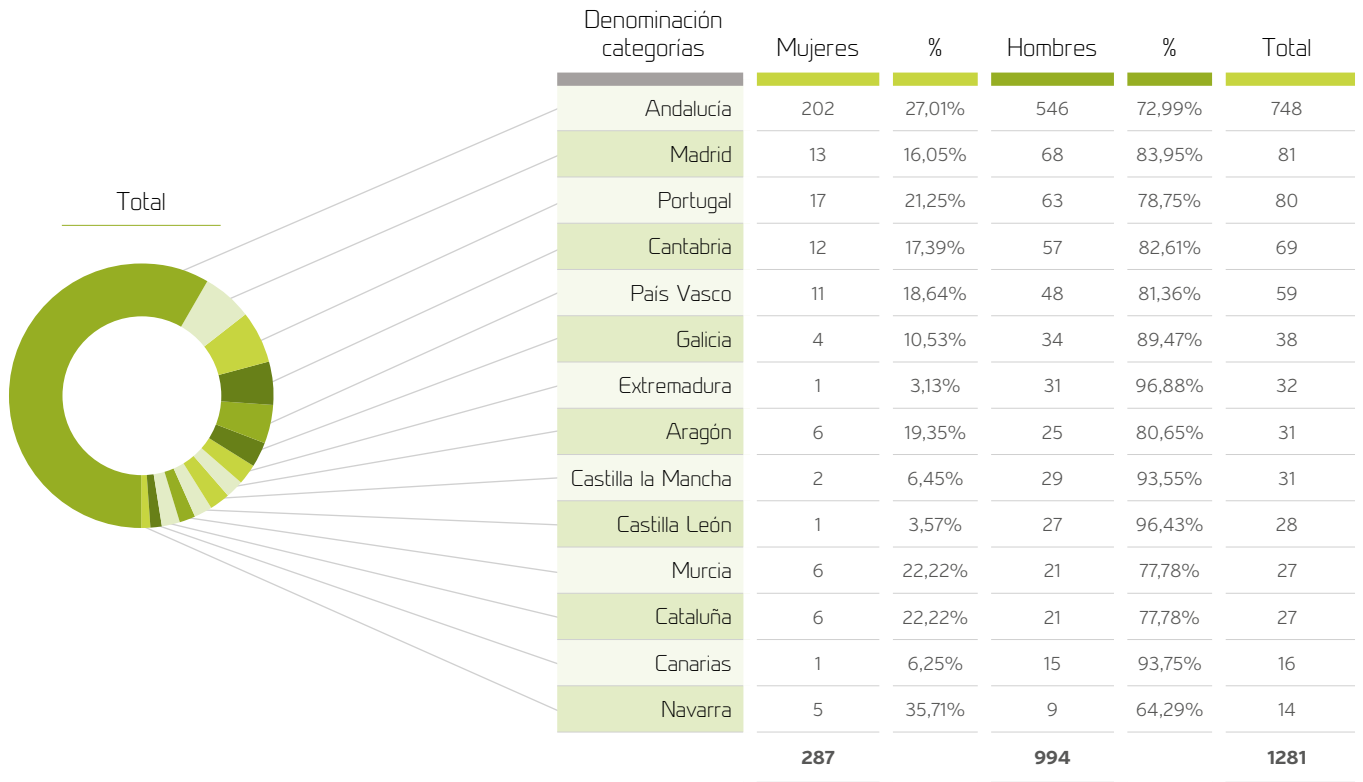


Distribución por tipo de jornada y género

Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Tiempo completo	232	19,56%	954	80,44%	1186
Tiempo parcial	55	57,89%	40	42,11%	95
	287		994		1281

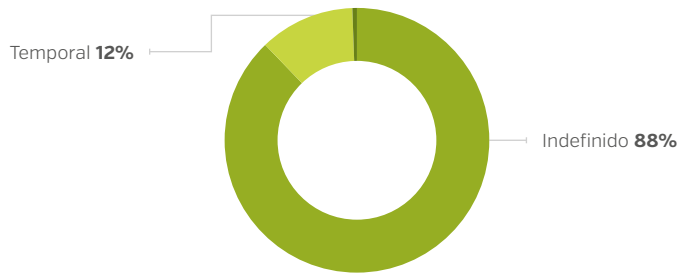
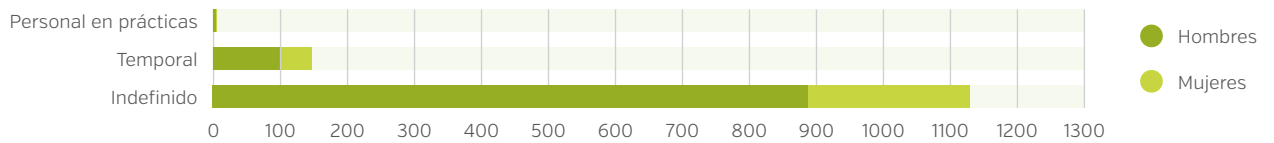


Distribución de la plantilla Por tipo de jornada y género



Distribución por contrato y género

Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Indefinido	241	21,37%	887	78,63%	1128
Temporal	45	30,61%	102	69,39%	147
Contratos en Prácticas	1	16,67%	5	83,33%	6
	287		994		1281

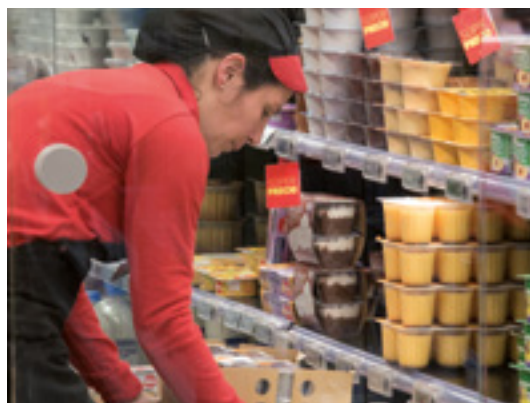


EN 2017 SEGUIMOS GENERANDO EMPLEO

Durante 2017 se realizaron 328 contratos de trabajo. El 28% de los nuevos contratados corresponde a menores de 30 años y el 23% de las contrataciones fue a mujeres. Los perfiles más demandados han sido para puestos en almacén, personal de tienda, ventas y comercial.

Número total y la tasa de nuevas contrataciones de empleados durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región:

	2015		2016		2017		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Andalucía	71	37	83	31	98	51	371
Menores de 30 años	16	12	31	15	44	18	136
Entre 30 y 50 años	52	25	52	16	51	32	228
Mayores de 50 años	3				3	1	7
Aragón	11	0	22	4	15	1	53
Menores de 30 años	7		3	1	4		15
Entre 30 y 50 años	4		17	3	10	1	35
Mayores de 50 años			2		1		3
Cantabria	1	0	5	0	6	1	13
Menores de 30 años					2	1	3
Entre 30 y 50 años	1		5		4		10
Mayores de 50 años							0
Castilla la Mancha	5	0	4	2	3	0	14
Menores de 30 años	1		1				0
Entre 30 y 50 años	3		3	2	3		11
Mayores de 50 años	1						1
Castilla León	4	0	7	0	4	0	15
Menores de 30 años	2		2		1		5
Entre 30 y 50 años	2		3		3		8
Mayores de 50 años			2				2
Cataluña	0	0	0	0	26	7	33
Menores de 30 años					1		0
Entre 30 y 50 años					17	4	21
Mayores de 50 años					8	3	11





	2015		2016		2017		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Extremadura	5	0	9	0	3	0	17
Menores de 30 años	2		1		1		4
Entre 30 y 50 años	3		8		2		13
Mayores de 50 años							0
Galicia	1	1	8	1	5	0	16
Menores de 30 años			1				1
Entre 30 y 50 años	1	1	7	1	5		15
Mayores de 50 años							0
Canarias	0	0	14	0	6	1	21
Menores de 30 años			3		1		4
Entre 30 y 50 años			11		5	1	17
Mayores de 50 años							0
Madrid	53	5	22	2	15	3	100
Menores de 30 años	7		5	1	6		19
Entre 30 y 50 años	44	5	15	1	8	2	75
Mayores de 50 años	2		2		1	1	6
Murcia	4	2	3	0	2	0	11
Menores de 30 años							0
Entre 30 y 50 años	4	2	1		2		9
Mayores de 50 años			2				2
Navarra	5	0	2	0	2	0	9
Menores de 30 años					1		1
Entre 30 y 50 años	5		2		1		8
Mayores de 50 años							0
Pais Vasco	17	2	26	2	17	3	67
Menores de 30 años	6	2	8	1	2	1	20
Entre 30 y 50 años	11		17	1	10	2	41
Mayores de 50 años			1		5		6
Portugal	23	2	25	4	17	4	75
Menores de 30 años	4		5	1	7	1	18
Entre 30 y 50 años	18	2	20	2	10	3	55
Mayores de 50 años	1			1			2
	200	49	230	46	219	71	815

CONVENIOS Y POLÍTICAS DESTACADAS

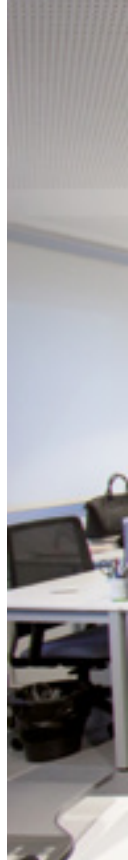
En enero de 2017 la comisión negociadora del convenio colectivo aprobó por unanimidad el convenio marco que regula la relación de Covirán con sus empleados en todo el territorio español. El convenio, calificado por la representación de los trabajadores de “muy positivo”, da respuesta a las demandas de este grupo de interés. También incluye medidas sociales como la actualización del Plan de Igualdad que en 2018 verá su segunda versión, y la creación de una comisión paritaria que analice la viabilidad de acreditar la experiencia de los empleados en sus puestos de trabajo como formación reglada.

Beneficios estándar a trabajadores a jornada completa o jornada parcial / temporal

	Jornada completa	Jornada parcial y/o temporal
Seguro de vida	SÍ	SÍ
Asistencia sanitaria	NO	NO
Cobertura por incapacidad e invalidez	SÍ	SÍ
Permiso parental	SÍ	SÍ
Provisiones por jubilación	NO	NO
Participación accionaria	NO	NO
Otros	SÍ	SÍ

Los trabajadores de Covirán no cuentan solo con un convenio renovado en 2017. En la empresa se apuesta por configurar modelos colaborativos en los que la metodología Lean implanta una gestión de la calidad permanente, valorando la experiencia y el conocimiento de la plantilla, dejando que la información fluya desde los niveles más básicos a los más ejecutivos, en particular en el área de Operaciones.

Existe en Covirán una política de contratación que tiene en cuenta la diversidad, y que colabora activamente con entidades sociales como Fundación ONCE, Ciudad de los Niños, Programa Incorpora de La Caixa, Cruz Roja y Fundación Diagrama, Cáritas.





CONCILIACIÓN

La empresa conoce bien la importancia de promover medidas que permitan conciliar la vida personal y familiar con la profesional. Así, el 100% de los empleados con derecho a permiso parental en 2017 (38 personas) se acogió a esta medida. De ellos, 30 son hombres y 8 mujeres. Todos se reincorporaron a su puesto de trabajo una vez finalizado el periodo de permiso y solo uno de los hom-

bres causó baja en los 12 meses posteriores. La tasa de retención de los trabajadores que disfrutaron de esta medida de conciliación es del 97,7%, lo que mejora en 2,4 puntos la media de los tres últimos ejercicios (94,96%).

Actualmente hay 65 trabajadores de la plantilla acogidos a reducción de jornada por cuidado de hijos o familiares.

Número total de empleados que han tenido derecho y que han disfrutado del permiso parental, por sexo:

	2015		2016		2017		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	35	8	39	8	26	3	119
Covirán Supermercados	1	1		1		2	5
Covirán Servicios	1		1	1		1	4
Covioil						1	1
Corporación	1						1
DCC			1				1
Covirán Suc. Portugal	4	0	2		3	1	10
	42	9	43	10	30	8	142

Número total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental, por sexo:

	2015		2016		2017		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	34	8	38	7	26	3	116
Covirán Supermercados	1	1		1		2	5
Covirán Servicios	1		1	1		1	4
Covioil						1	1
Corporación	1						1
DCC			1				1
Covirán Suc. Portugal	4	0	2		3	1	10
	41	9	42	9	30	8	139

Número total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo, por sexo.



	2015		2016		2017		
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	31	7	38	5	25	3	109
Covirán Supermercados	1	1		1		2	5
Covirán Servicios	1		1	1		1	4
Covioil						1	1
Corporación	1						1
DCC			1		1		2
Covirán Suc. Portugal	4	0	2		3	1	10
	38	8	42	7	29	8	132



PLANES DE PREVENCIÓN Y SALUD

La Cooperativa cuenta con un servicio de prevención mancomunado, que cubre a todas las empresas de Grupo Covirán, y con cuatro comités de seguridad y salud ubicados en Granada, Madrid, Sevilla y Cantabria que funcionan de forma paritaria entre representantes de la empresa y delegados de trabajadores, con reuniones trimestrales.



	Granada, Madrid, Sevilla y Cantabria	Comité de seguridad y salud
	Resto de centros de trabajo	Representante de los trabajadores Delegado prevención

En cada centro de trabajo existe un trabajador asignado en materia de prevención, y un sistema de comunicación interno preciso para comunicar incidentes de cualquier tipo.

De cara a la gestión de trabajadoras embarazadas, existe un protocolo definido según el cual a cada puesto de trabajo se le asigna una tasa de riesgo para fijar en qué semana de gestación debe empezar su periodo de baja, dado que cada actividad conlleva un índice distinto de riesgo para su embarazo.

Los comités de seguridad y salud son los encargados de determinar, por ejemplo, la limitación de tiempo en el puesto de trabajo en las cámaras de congelación, uno de los puestos con mayor peligrosidad. Se estipulan los minutos que se debe trabajar, los años que se debe ocupar esa plaza antes de una rotación y se obliga al trabajo en parejas. Para ello también es fluida la comunicación con los sindicatos que representan a los trabajadores y que integran, en materia de seguridad y salud, muchas de sus peticiones.



Escuela de
Comercio

COVIRAN

I IGUALDAD Y FORMACIÓN

Para todo ello, y para seguir dando pasos de futuro, en Covirán existe un Plan de Igualdad que se revisa y diagnostica con atención a la diversidad de forma plena. Hasta hoy, ese plan ha tenido en cuenta todos los factores visibles de diversidad en la plantilla (sexo, edad, distintas capacidades), y pronto se ampliará hacia los factores invisibles (salud psicológica, condiciones personales, etc.). Esta política entronca con tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU:

- 5. Igualdad y género
- 10. Reducción de las desigualdades
- 8. Trabajo decente y económico

En el seno del Comité de Igualdad de Covirán se fijaron acciones y planes que tienen como objetivos los siguientes:

- Sensibilizar a la plantilla, en especial al personal directivo.
- Revisar procesos de selección de personal.
- Incentivar políticas de promoción interna igualitarias.

- Incluir mujeres en los puestos de responsabilidad.
- Activar medidas de conciliación familiar.
- Implantar protocolos de actuación en supuestos de acoso o discriminación
- Establecer medidas para detectar y corregir riesgos para la salud.
- Cumplir compromisos de transparencia con los representantes de los trabajadores.

A esto se añade que dentro de la gestión del talento es fundamental la formación continua. En Covirán se da mucha importancia a la actualización formativa permanente y continuada de sus trabajadores dentro de sus áreas de actividad, por lo que en 2017 se han incrementado un año más las horas de formación.

De media, cada empleado de Covirán ha recibido 17,44 horas de formación en 2017, sumando un total de 21.484 horas de formación, en todos los niveles, siendo la formación en metodología Lean, una de las más importantes.

LA ESCUELA DE COMERCIO

A lo largo de los últimos años ha sido muy relevante el crecimiento en el ámbito dedicado a la formación, una importante labor que desarrolla a través de la Escuela de Comercio, que comenzó su andadura en 2014. Su objeto es incrementar la profesionalización de todo el colectivo a través de programas formativos a medida de las necesidades de sus Socios, los empleados de estos, y el equipo humano de la Cooperativa.

Durante el año 2017, un total de 1.908 alumnos han recibido alguno de los programas formativos de la Escuela. Han sido 164 los programas desarrollados en la sede central de Granada y en las aulas formativas de las plataformas de Mérida, Dos Hermanas, Toledo, Zaragoza, Santander, Córdoba, El Ejido, Zamora, Ponferrada, Puerto Real, Murcia, Lorca, Santiago, Málaga, Pamplona, Cartaya, Vitoria, Coslada, Baza, Jaén, Jerez; La formación también llega a Portugal, habiéndose impartido sesiones en las plataformas de Sintra, Aveiro y Algoz. Asimismo, el equipo de la Escuela de Comercio hace un esfuerzo para lograr la adaptación al Socio, desplazándose a localidades como Ciudad Real, Azuaga, Ceuta, Huéscar, Estepona, Palos, Olula del Río, Barcelona y Torremolinos, para formar a los equipos ante aperturas de establecimientos, garantizando así el éxito de un modelo basado en una atención excelente.

El formato digital también ha seguido evolucionando. Un total de 232 alumnos han recibido formación vía online a través de la Escuela Digital, que supone un portal de información con un portfolio de formación muy interesante.

En este punto es destacable en 2017 la celebración de la I Edición del Programa Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial [Exdico], en colaboración con la Universidad de Granada, que en este ejercicio ha tenido su despegue definitivo.

Por su carácter innovador, cabe destacar la formación en materia de Sostenibilidad y RSE aplicada al negocio, impartido a los Socios que van a abrir una tienda de Nuevo Concep-



to con objeto de sensibilizar a los trabajadores y Socios en materias como gestión de la diversidad, accesibilidad, atención diferenciada, eficiencia energética o gestión de excedente de alimentos. Todo, para materializar de la mano de la formación, la estrategia de RSE al mismo corazón de la compañía: sus supermercados. Los programas dedicados a elaborados, carnicería, charcutería, áreas relacionadas con marketing de punto de venta, formación sobre tecnología como el programa Covigés 3.0., o las acciones que se despliegan para acoger a los Socios ante su integración en la Cooperativa, posibilitan el contar siempre con los mejores profesionales .

En definitiva, la Escuela de Comercio de Covirán se ha convertido en un pilar fundamental para impulsar el talento de todo el colectivo. Se ha desarrollado una importante labor en 2017 que seguirá su desarrollo en 2018. La cualificación de las personas que componen esta compañía es una apuesta decidida que ha de marcar el futuro de la empresa.

- Programa de bienvenida: nuevos Socios



- Programa formación NCC



La Escuela de Comercio Covirán ofrece a los Socios diferentes opciones formativas.



- Programas especializados: carnicería, punto de venta, alto rendimiento



- Programa formación Club Familia

LA MIRADA HACIA EL FUTURO: QUÉ QUEREMOS SER

La dirección general de Recursos Humanos de Covirán tiene por objetivo convertirse, dentro de un plan para los próximos tres años, en el socio estratégico interno que lleve a su equipo humano hasta las más altas competencias, atrayendo, manteniendo y consolidando a los mejores profesionales en sus puestos adecuados.

Como parte del desarrollo de su Plan Estratégico de RRHH y Corporativo, en 2017 se elaboró un diagnóstico. A partir de los resultados y de los objetivos marcados, se establecerán grandes líneas de trabajo y se están desarrollando los proyectos que servirán para canalizar esta estrategia, con la que Covirán aspira a convertirse en todo un referente para retener y atraer talento.

El plan estratégico tiene entre sus objetivos afianzar la cultura corporativa de la enseña que favorezca que sean los propios empleados los primeros embajadores de la marca, desarrollar procesos de selección de recursos humanos que permitan atraer y mantener al mejor talento, y unos itinerarios formativos

individuales para la plantilla que hagan viable su evolución profesional y especialización en función de las necesidades de su puesto de trabajo y de procesos como la transformación digital puesta en marcha por la empresa. En este sentido la Escuela de Comercio Covirán, por donde pasó en 2017 el 70,4% de la plantilla, será un catalizador de la Universidad Corporativa de Covirán, uno de los proyectos diseñados desde el área de Recursos Humanos para 2018.

No menos importante será en este plan el papel de los trabajadores en la transformación digital de la enseña y en el diseño de procesos que mejoren la eficiencia organizativa del modelo de ventas. Como paso más evolucionado, la dirección de Recursos Humanos se plantea, dentro de su papel de socio estratégico interno de la Cooperativa, la posibilidad de generar un nuevo servicio al socio que se encargue de la selección de personal, contrataciones y otras gestiones para los supermercados de la enseña.



4.3. NUESTROS CLIENTES

UN MODELO DE TIENDA PARA TODOS

Los establecimientos Covirán tienen personalidad propia, atributos consolidados que los clientes y familias reconocen y agradecen y que son un factor de elección para quienes visitan a diario nuestros negocios. Su cercanía, conexión con el entorno, familiaridad e implicación son valores que los usuarios que entran en un supermercado Covirán esperan encontrar.

Con todo, los puntos de venta de Covirán han ido evolucionando en atención a este grupo de interés para reforzar esos valores y superar expectativas. El proyecto de Nuevo Concepto Covirán, que está cercano a cumplir 10 años, ha evolucionado hacia los Puntos de Venta Responsables, que cumplen cuestiones como la accesibilidad, atención a la diversidad o gestión de residuos, colaboración con el entorno, entre otros.

Al margen de estas premisas, existen innovaciones aplicadas a los establecimientos para convertir la compra en Covirán en una experiencia integral, donde la tecnología desempeña un papel destacado. A modo de ejemplo, los establecimientos integrados en el Club familia ofrecen su kiosko digital en la entrada de las tiendas.





LA DISTINCIÓN DEL CLUB FAMILIA

El Club Familia Coviran continua expandiéndose en España y Portugal con muy buenos resultados. Sigue siendo una de las principales herramientas de conexión entre marca, punto de venta y consumidor. Ya son más de 1000 tiendas las que ofrecen este programa a sus clientes con importantes beneficios y ventajas como descuentos, cheques regalos, promociones segmentadas, premios,... en definitiva una cesta más económica para el cliente y un incremento de sell-out de nuestras tiendas y del sell-in de nuestros almacenes. Además, nos permite un mejor conocimiento del shopper, una mejor ade-

cuación de la oferta y lograr el máximo nivel de personalización con el mismo. Destacar como elemento novedoso y diferenciador del Club la implantación del Kiosko, una máquina en la cual el cliente puede seleccionar e imprimir sus cupones de descuento con su tarjeta en la entrada de la tienda. El 90% de los clientes prefiere optar a sus cupones antes de comenzar su compra, por lo que con este sistema conseguimos que accedan a las promociones de la quincena en la que tengan especial interés, una mayor comodidad, ofertas más personalizadas y en definitiva una mejor experiencia de compra.

CIFRAS ALCANZADAS EN 2017



1.025

TIENDAS ADHERIDAS AL CLUB FAMILIA



+ DE **550.000**

TARJETAS DEL CLUB



+ DE **7.000.000**

CUPONES



1,6 M€

EN BENEFICIOS Y DESCUENTOS



3.500

PREMIOS DE PROMOCIONES ENTREGADOS EN PUNTOS DE VENTA



octubre **2017**

LLEGADA A PORTUGAL

UN SURTIDO PARA ELEGIR

A diferencia de la tendencia de otras cadenas de primar su marca de distribuidor por encima de la de los fabricantes, Covirán siempre ha apostado por ofrecer a sus clientes la máxima libertad a la hora de elegir aquellas referencias que se integran en su cesta de la compra, acercándoles aquellos productos con los que está más familiarizado. Como un agente vital dentro del modelo de negocio de Covirán, la Cooperativa mantiene una estrecha colaboración con

todos sus proveedores, que ven en los más de 3.200 supermercados de la enseña un canal de distribución perfecto para sus productos, ya que les posibilita una llegada directa a miles de poblaciones y clientes cada día. La relación de estabilidad, confianza y transparencia de la enseña con los proveedores está basada en un “ganar-ganar”, una manera de entender el negocio en el que todas las partes, se benefician.



MARCA COVIRAN

■ Sostenible, saludable y exquisita

Covirán cuenta con un surtido de 1.412 referencias de marca Covirán que dan respuesta a las necesidades del mercado y de su cliente.

Año a año, el surtido de su Marca propia ofrece a los Socios, y por extensión, a sus clientes, no solo una mayor variedad de productos de todas las áreas de consumo detallista, sino de mayor calidad, más enfocadas hacia la salud, la sostenibilidad y la seguridad, y en línea con las grandes tendencias de consumo y mercado. **Covirán, a lo largo de 2017, ha potenciado su gama Exquisité**, una línea de alta calidad a precios competitivos que incluyen productos como el salmón noruego, espárragos navarros, embutidos ibéricos, pasta fresca, etc lanzadas al mercado en 2017. Con ello, se da respuesta a un segmento que disfruta de productos premium de la mejor calidad y al mejor precio.



Para que los clientes encuentren una oferta de productos lo más adaptada a sus necesidades, Covirán lanza en colaboración con FACE [Federación de Asociaciones de Celíacos de España] un listado oficial de productos libres de gluten. Damos así respuesta a clientes con unas necesidades concretas que pueden acceder a una oferta variada y con la tranquilidad del respaldo de la marca Covirán.

- 243 productos sin gluten.
- 385 productos verdes.

Teniendo en cuenta la importancia que el consumidor final le da a la procedencia de los alimentos, la alimentación saludable y el cuidado del medio ambiente, en línea, además, con los compromisos suscritos como firmantes

del Pacto Mundial de Naciones Unidas, Covirán está integrando en su cartera a proveedores sostenibles para ofrecer a los clientes de los supermercados de la cadena productos que respeten estos conceptos. Gracias a estos acuerdos, en los supermercados de la enseña se pueden adquirir lácteos de granjas sostenibles y zumos cuyo envase procede de fuentes responsables, huevos ecológicos o atún con el certificado de 'Dolphin safe'. También productos de higiene desechables fabricados con materiales biodegradables respetuosos con el medio ambiente.



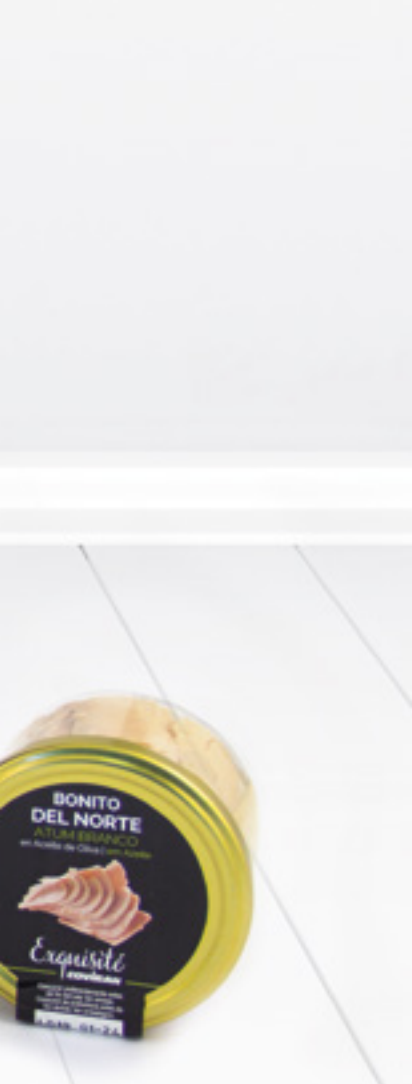
■ Destacados 2017

Todos los productos de la marca Covirán son libres de transgénicos y somos la primera distribuidora en firmar un convenio con Adilac (Asociación de Intolerantes a la Lactosa de España) para identificar con el sello 'sin lactosa' a nuestros productos, de los que en 2017 se incorporaron nuevas referencias en un surtido que incluye embutidos, yogures y leche, de la mano de fabricantes como Lactalis, Kaiku, Monells y Noel.

- Huevos ecológicos, procedentes de granja certificada como "producción ecológica", garantizan tanto el bienestar de los animales como la sostenibilidad de la granja. Fabricante: Aviguardal.
- Bombillas de bajo consumo para minimizar el gasto energético. Fabricante: Celaya
- Leche PET producto certificado como procedente de ganaderías sostenibles. Fabricante: Leite Río.
- Zumos envasados con cartón procedente de fuentes responsables, certificado FSC. Fabricantes J. García Carrión.
- Atún certificado en el programa Dolphin safe, garantiza la pesca respetuosa del

atún sin utilizar redes que puedan perjudicar y dañar delfines. Fabricante: Salica

- Desechables y toallitas fabricadas con celulosas y materiales biodegradables respetuosos con el medio ambiente. Fabricante Optimal Care y GC Wepa.
- Detergente en pastillas sin zeolitas, por lo que se disminuye el riesgo de sedimentación en ríos y otros lugares de desembocadura de aguas residuales, favoreciendo que la flora acuática se desarrolle normalmente. Fabricante Iberfrasa.
- Verduras congeladas con el sello VECONATUR, cultivadas bajo un sistema de producción agrícola que suprime la aplicación de insecticidas y fungicidas químicos, asegurando la calidad, el respeto a las personas y cuidando el medio ambiente. Fabricante Bonduelle (Gellagri).



I CALIDAD Y SEGURIDAD, PRIORIDADES PARA EL CLIENTE

Todo el surtido de Covirán está sometido a políticas de calidad y seguridad que garanticen el cumplimiento de todas las normativas vigentes, a través de tres ejes principales:

- Auditoría a todos los proveedores de la marca Covirán que no tengan certificado calidad IFS/BRC, para comprobar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos por el Departamento de Calidad.
- Catas, en dos modalidades y con un panel de 60 expertos.
- Laboratorios externos: para altas nuevas, modificaciones de proveedor y de formulación.
- Panel de catadores internos: para seguimiento de producto e incidencias.
- Análisis físico-químico y microbiológico de producto y características de envases.

Todos los productos de la marca son analizados como mínimo una vez al año. En caso de hallar algún incumplimiento se repite análisis sobre 20 unidades. Del mismo modo, todas las etiquetas son revisadas y cualquier producto que pueda generar alguna duda sobre su impacto en el consumidor es retirado. En Portugal, donde los requisitos y las normativas varían, el surtido de Covirán se adapta al completo.

En 2017 no registramos ningún expediente sancionador en esta materia, y todas las actas abiertas por irregularidades en etiquetado han sido resueltas inmediatamente, antes de generar ningún conflicto.

COMUNICACIÓN CONTINUA GENERADORA DE DIÁLOGO

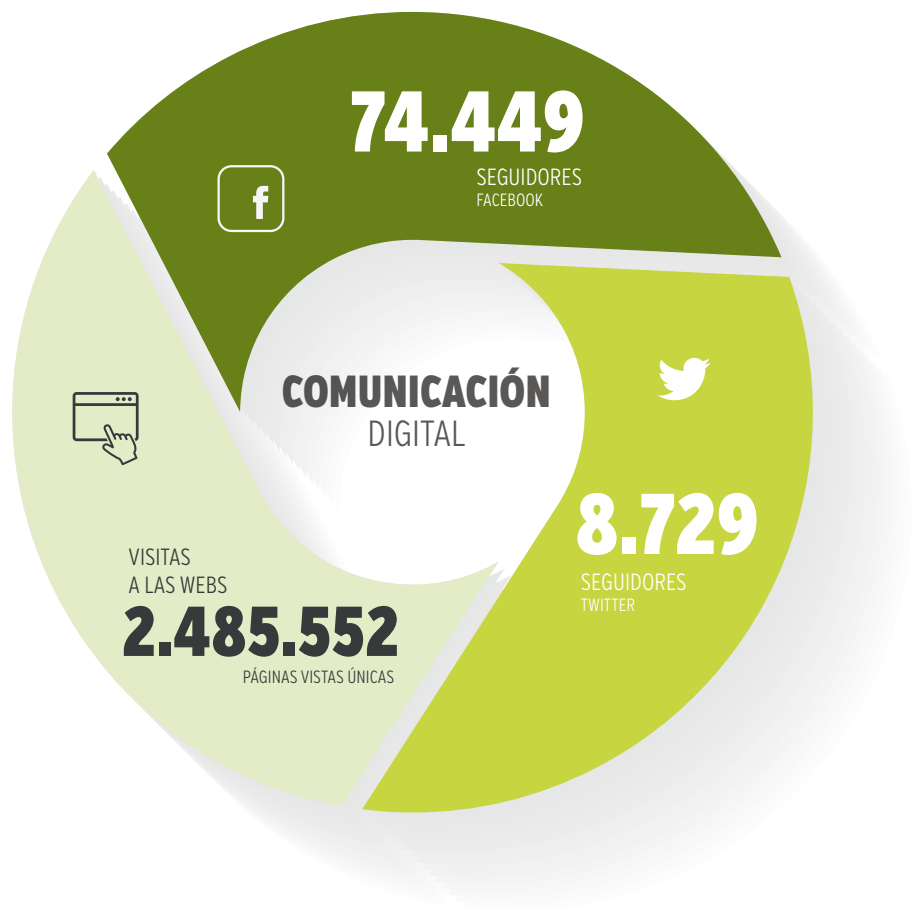
Covirán mantiene una comunicación responsable con sus grupos de interés, tanto en el entorno convencional, como en el digital basada en criterios de transparencia, confianza y credibilidad. En este sentido, acercarnos al cliente y conocer sus necesidades es una prioridad que se ha mantenido en 2017.

Acciones de comunicación, relaciones públicas, relaciones institucionales, eventos corporativos y RSE, principalmente, suponen un valor añadido y ofrecen la posibilidad de contar con puntos de encuentro a través de los que potenciar relaciones de valor y el diálogo.

Los medios se han convertido en un importante aliado y altavoz de la Cooperativa, no solo desde el punto de vista del negocio, también por sus acciones de RSE. Durante el ejercicio 2017 Covirán informó de su actividad a través de 77 notas de prensa oficiales, además de entrevistas y artículos de opinión, alcanzando un total de 5.591 impactos en medios de comunicación, tanto en prensa escrita como en canales online.

Para comunicar eficientemente hay que atender las demandas de los grupos de interés, proporcionar contenido relevante, emplear los canales adecuados y fomentar la escucha activa.





Por otra parte, desde hace unos años Covirán mantiene una activa política de comunicación 2.0 con su comunidad de clientes. Miles y miles de internautas siguen las actualizaciones, novedades, recetas, campañas, concursos y dinámicas que la marca diseña para poner en práctica en internet. Su web corporativa recibe un tráfico multitudinario y una gran interacción. Además, es una fuente de difusión indispensable para la actividad propia de los Socios en sus áreas de influencia, permitiéndoles contactar con sus clientes.

Los canales sociales de Covirán han supuesto para la compañía un paso más en su posicionamiento de proximidad con Socios y clientes. Un nuevo ecosistema de comunicación digital desde el que se promueve el diálogo y la participación, en definitiva, la conversación con sus grupos de interés para conocer sus necesidades y responder a sus expectativas.

4.4. NUESTROS PROVEEDORES

COOPERACIÓN CONTINUA

Además de los trabajadores, los Socios y los clientes, hay un grupo de interés profesional que se conecta y se relaciona con todos, a través de Covirán, sus proveedores, aquellas marcas y productores que no solo venden y disponen su mercancía para los detallistas de la Cooperativa, también participan de las acciones promocionales y forman parte de la experiencia de compra del cliente.

En 2017 Covirán trabajó con 1.625 proveedores locales, de los que 232 son de Portugal. El volumen total de compras ascendió a 463 millones de euros.

Así, se mantienen y establecen nuevas alianzas con fabricantes dispuestos siempre a colaborar con nuestros Socios en promociones, descuentos y en definitiva, acercar la mejor oferta de compra a cada cliente, en cada territorio.

La relación de los proveedores con Covirán y con los detallistas está estructurada de forma que puedan servirse de los servicios y ventajas de las características de la Cooperativa para recrear relaciones de cercanía con los clientes.





■ FRESCOS Y LOCALES, COLABORACIÓN CON EL SECTOR PRIMARIO

El 94% de las compras efectuadas por el Grupo en 2017 se realizó a proveedores locales, un dato que evidencia el papel de Covirán como catalizador del desarrollo económico no sólo en el conjunto de España y Portugal, también y sobre todo, en el entorno más próximo. Este esfuerzo es particularmente significativo a la hora de adquirir productos frescos. El 80,3% de las compras de frutas y verduras se realizó en origen el pasado ejercicio y **3 de cada 10 euros invertidos en la adquisición de estos productos fueron destinados a cooperativas**. Las compras de cárnicos incluso mejoran estos índices: el 85% se realizó en origen, con un importante incremento en comunidades como Extremadura, León, Cantabria y Madrid.

Y es que en los supermercados Covirán los productos locales ocupan un espacio muy destacado dentro del surtido, que se refuerza con campañas específicas como 'De nuestra tierra'. Se trata de una apuesta por ofrecer a los clientes los productos más demandados y que siempre han estado presentes en sus hogares.

Para lograrlo, la compañía establece alianzas y acuerdos comerciales con los productores de la zona, **y de manera especial, con las cooperativas agrícolas**. Porque Covirán no es sólo uno de los referentes del cooperativismo en España, también se esfuerza por apoyar e impulsar la economía social, un sector cuya facturación representa ya el 10% del PIB español y genera 2,2 millones de empleos directos e indirectos, según el informe 'Empresas relevantes de la Economía Social', elaborado por CEPES.

En total, en 2017 se contó con los productos de 1.625 proveedores en España y Portugal, destacando la cantidad de fabricantes y marcas de Andalucía, Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana, y superando los 463 millones de euros en productos.

Todos los proveedores con los que trabaja Covirán cumplen con su responsabilidad ecológica y de reciclaje, estando el 100% asociados a Ecoembes.

4.5. NUESTRO ENTORNO

■ CRECIMIENTO SOSTENIDO Y SOSTENIBLE

Covirán tiene un firme compromiso en la creación de valor compartido que va más allá del resultado económico. Lograr un crecimiento sostenido y sostenible que revierta en su entorno y lo haga mejorar día a día. Partiendo de la primera vocación de la Cooperativa, que es generar modelos de desarrollo comercial sostenibles, rentables y corresponsables para sus Socios detallistas, y aplicando modelos de mejora continua y colaborativos, Covirán desarrolla una importante estrategia de impacto directo en la sociedad donde se implantan sus establecimientos. Dentro de ella, cuida los riesgos de impacto medioambiental generados por su actividad gracias a la inclusión de sistemas para la mejora de procesos, que contribuyen a disminuir este efecto. Además existe asesoramiento para su colectivo en materia medioambiental y de eficiencia energética adicional a los relacionados con el resto de aspectos del negocio (equipamiento, iluminación, reciclaje, etc.) que tienen en cuenta el impacto ocasionado en el ecosistema para minimizarlo.





UN MODELO DE VALOR COMPARTIDO

Un modelo de crecimiento sostenible como el de Covirán genera un gran impacto sobre todos sus grupos de interés. Se impulsa la compra a proveedores locales para traccionar sus cadenas de distribución, y en última instancia se crean soluciones de abastecimiento en comunidades muy delimitadas –en gran parte en el ámbito rural– que convierten a los establecimientos Covirán en vertebradores del territorio.

Los campos principales de inversión en los que la Cooperativa trabaja para sustentar este modelo y desarrollarlo son:

· Tecnológico:

Con soluciones innovadoras para la gestión de los Socios y para dotar a sus establecimientos de herramientas digitales prácticas.

· Infraestructuras:

Con un enfoque moderno, se mantienen y mejoran para ser más eficaces y más sostenibles.

· Crecimiento:

Con estrategias de expansión y operaciones de ampliación tan importantes como el acuerdo con el Grupo Detallistas Unidos, S.A. (DUSA) en Cataluña.

· Profesionalización:

Acrecentando las horas y los alumnos formados en la Escuela de Comercio y en otras tantas acciones que se llevan a cabo en las distintas plataformas que Covirán tiene en la Península. Cultivar el talento es una prioridad.

Destacable es la inversión acometida durante 2017, 25,5 millones de euros, un 34% más que en 2016. De esa cantidad, la contribución de la Cooperativa es de 10,5 millones, una cifra que muestra nuestro compromiso con el Socio en materia de modernización, innovación en el punto de venta así como en desarrollo tecnológico, con objeto de refrendar la transformación digital que ya estamos abordando.

Por otra parte, la labor de la Cooperativa para con sus Socios y clientes ha de pasar necesariamente por una relación de estrecha y cordial colaboración con todas las administraciones públicas, locales, regionales y nacionales, con quienes la actividad tiene relación.



CONTRIBUCIÓN SOCIAL

El compromiso de Covirán con la sociedad y con el medioambiente tiene como referente los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que definen un plan de acción concreto para responder a los grandes desafíos de todo el planeta. Muchos de estos objetivos están alineados con la acción social de Covirán: acabar con la pobreza, proteger la naturaleza y garantizar el cumplimiento de los Derechos Humanos; son algunos de los ejes centrales de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible tenidos en cuenta.

La empresa se adhirió a las metas descritas por Naciones Unidas en 2012, siendo 2017 un año de consolidación, en el que se han desarrollado 339 actividades enmarcadas en diferentes proyectos de Responsabilidad Social, esta cifra supone casi un 11% más que las que se hicieron en 2016. Asimismo, se ha continuado avanzando con los proyectos establecidos en su hoja de ruta, que se pueden ordenar en cuatro grandes líneas de actuación:

Gestión de la diversidad

Con planes de inclusión e integración preparados para incorporar la riqueza social que nos rodea, como vimos anteriormente.

Entorno social

Contribuyendo a favorecer los territorios donde estamos presentes.

Salud y nutrición

Con campañas que promueven pautas de alimentación saludable, especialmente para la infancia, y un consumo responsable, a través de colaboraciones e iniciativas por evitar al máximo el desperdicio de alimentos.

PROYECTOS MÁS DESTACADOS

I Gestión de la diversidad

Si hay una cualidad intrínseca en esta empresa de economía social es la diversidad. Los Socios, los trabajadores y los clientes de Covirán representan una realidad social que debe ser atendida en términos de igualdad. Contar con entornos accesibles y mejorar en este aspecto en los supermercados es una línea clave.

Desde que en 2014 Covirán decidió apostar por la **accesibilidad universal** para adaptarse a las diferentes necesidades de sus clientes; la reducción de las desigualdades ha sido uno de los objetivos fundamentales para la empresa.

En 2017 se han renovado las certificaciones de Aenor en los supermercados de La Chana y La Ilusión, dos tiendas que aprueban con nota [8.9 y 9.3] en un informe de satisfacción que valora muy especialmente la atención

del personal de ambos centros, o el trabajo en secciones específicas.

Otro de los grandes esfuerzos de Covirán a lo largo de 2017 ha sido dar nuevos pasos en pos de la igualdad de género. Un ejemplo es el proyecto de Empleabilidad para **Mujeres Víctimas de Violencia de Género** que se llevó a cabo durante los meses de marzo y abril para capacitar a las asistentes en la creación de un punto de venta Covirán.

En la actualidad, Covirán trabaja en la actualización del Plan de Igualdad que define las medidas concretas para la igualdad efectiva entre las mujeres y los hombres que conforman su plantilla. Será la segunda versión de un Plan que materializa la apuesta de la compañía por la igualdad y la diversidad.

I Entorno social

Dentro del objetivo de contribuir a una sociedad con menos desigualdades, y a ayudar a miles de familias que no tienen acceso a una alimentación adecuada por falta de recursos, Covirán continúa colaborando con la FESBAL para que no haya un solo kilo de alimento que no sea aprovechado. Así, Covirán se sumó en 2017, como en años anteriores a la lucha contra el desperdicio alimentario en España, habida cuenta de los más de 7 millones de toneladas que se dilapidan sin responsabilidad en el país. Es un principio tan básico -integrado dentro del primero de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU- que Covirán lo afronta como un reto prioritario y lo hace extensivo a sus asociados.

A lo largo del año, la Cooperativa ha participado activamente en las iniciativas que en este sentido surgían desde los Bancos de alimentos, y ha seguido formando parte del Comité de AECOC contra el desperdicio de alimentos, dinamizando y proponiendo líneas de actuación para que la distribución siga avanzando en esta materia.

La Cooperativa y los propios detallistas que forman parte de Covirán son agentes activos contra el desperdicio a través de micro-donaciones voluntarias a entidades del entorno y a los Bancos de alimentos locales. En total, los Socios han recogido 162.000 kilos de comida y Covirán ha donado 302.997 unidades de productos alimentarios. Covirán mantiene un acuerdo con la FESBAL desde el año 2009, donando producto apto para el consumo desde todas sus plataformas de distribución y participando activamente en sus campañas anuales de recogida de alimentos.

En 2017 participaron un total de 227 Socios de Granada, Pamplona, Zaragoza, Madrid, Dos Hermanas, El Ejido, Málaga, Asturias y Ponferrada.



Salud y nutrición

Covirán contribuye con diferentes proyectos al desarrollo de una vida más saludable a través de una alimentación adecuada y la práctica deportiva.

Las dos Semanas de la Salud Covirán son la prueba más evidente. Del 29 al 31 de mayo, logró reunir en torno a 120 personas con charlas sobre las etiquetas alimentarias, las claves para cuidar de la alimentación en verano, cómo alimentarnos mejor en esta época del año y un taller de desayunos saludables basado en la nueva pirámide de los alimentos.

La segunda Semana de la Salud, del 18 al 20 de octubre, se centró en la prevención del cáncer femenino y el fomento de hábitos saludables preventivos, con acciones desarrolladas en Granada, Toledo, Málaga y en 37 supermercados ubicados en el Camino de Santiago.

Una de las iniciativas de mayor éxito, mantenidas en el tiempo, es la Frutoteca itinerante, una idea que Fundación Covirán desarrolla junto a la asociación 5 Al Día y cuyo objetivo es promover el consumo de frutas y verduras entre los escolares de toda España. En total han participado 320 niños de diferentes puntos del país.

Por otro lado, en 2017 han proseguido las acciones que unen deporte y salud; ejemplo de ello son las más de 8.000 personas que lucieron el logo de la Fundación Covirán con motivo de la colaboración en el evento deportivo 'Luchemos por la Vida Santander', carrera organizada junto a la AECC, al igual que la desarrollada en Granada, en el mes de junio. En ambos casos, se cumple también con un fin social, ya que se recaudan fondos para investigar contra el cáncer de mama.

Un año más, es el público infantil una de las principales prioridades, organizándose actividades destinadas a promocionar el deporte y la vida sana entre lo más pequeños. Unos 1.400 niños de Andalucía, País Vasco, Cataluña, Madrid y Castilla la Mancha han sido destinatarios de acciones como el Campus de Semana Santa organizado junto a la Fundación CB Granada, además de los numerosos eventos por todos los rincones del país que han podido gestarse gracias a la aportación de Covirán y a la colaboración de sus Socios.

En suma, han sido más de 300 acciones que han generado 58.000 impactos directos que no son otra cosa que 58.000 potentes mensajes sobre la indiscutible relación entre alimentación y salud.

■ Principales entidades colaboradoras

A través de distintos proyectos de muy distintas magnitudes, la empresa contribuye a mejorar la sociedad, a través de una estrecha colaboración con asociaciones, instituciones sociales, organizaciones sin ánimo de lucro... Covirán lleva años colaborando con diferentes organizaciones y entidades dedicadas a mejorar la vida de las personas, convencida de su responsabilidad. Como miembro adherido al Pacto de Naciones Unidas, por sexto año consecutivo ha remitido un informe detallado de todo lo conseguido a través de Global Compact como requisito para mantener esta adhesión.

Todas las colaboraciones, las más grandes y las modestas, se agrupan por sí mismas en torno a las principales preocupaciones de la dirección de la responsabilidad corporativa de Covirán:

La infancia

Con campañas de recaudación de fondo o juguetes para niños en riesgo de exclusión, o la dinamización de la vida de aquellos que están en instituciones de acogida, así como acciones para impulsar una alimentación saludable y accesible en la infancia.

También con FESBAL, y junto a la Obra Social de La Caixa, dando respuesta a necesidades de alimentos específicos y dirigidos a los más pe-

queños, el supermercado La Ilusión de Granada recaudó 1.600 litros de leche a favor del Banco de Alimentos dentro de la campaña 'Ningún Niño sin Bigote'.

También ha participado, por cuarto año, en la campaña 'Un juguete, una ilusión' que promueve la Fundación Crecer Jugando y cuyo objetivo es enviar juguetes a países con escasos recursos y a organizaciones no gubernamentales que trabajan en proyectos de cooperación y de atención a la infancia. Se vendieron 2.323 bolígrafos solidarios en 2017.

Junto a ACNUR Covirán ha desarrollado en 2017 una acción solidaria nueva destinada a promocionar el valor del agua limpia y el saneamiento modificando la etiqueta de botella 2.000.000 de botellas y se donó a la Agencia de la ONU para los Refugiados un total de 10.000 euros a favor del agua y el saneamiento en los proyectos que lleva a cabo.

En esta acción, desarrollada entre el 3 de julio y finales de agosto, ha resultado fundamental la implicación de la comunidad Covirán en las redes sociales. Los resultados han sido muy satisfactorios, con un total de 200.000 impresiones y 10.000 usuarios que han interactuado con el mensaje solidario. De esta manera, la labor de sensibilización de la compañía se extiende al cliente.





La lucha contra el cáncer

A través de numerosas acciones en colaboración con la Asociación Española de Lucha Contra el Cáncer, unas enfocadas a la prevención, otras a la concienciación y otras a apoyar directamente la investigación contra esta enfermedad.

Entre las campañas más destacadas de 2017 se encuentran la 8ª Carrera de la Mujer, que ha contado con el Patrocinio Oro de la Fundación Covirán, y donde colabora desde su inicio con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) para recaudar fondos destinados a la lucha contra el cáncer. Más de 7.000 corredoras y corredores participaron. Y en el marco del Día Contra el Cáncer de Mama (el 19 de octubre) y coincidiendo con la Semana de la Salud, Covirán ha desarrollado sinergias entregando su icónica botella de agua rosa de uno de sus proveedores a las peregrinas a lo largo del recorrido del Camino de Santiago.



UN SUPERMERCADO PARA LA DIVERSIDAD: PUNTO DE VENTA RESPONSABLE

El Punto de Venta Responsable es uno de los principales proyectos de futuro en materia de sostenibilidad y responsabilidad aplicada al supermercado. Es la aplicación en el punto de venta de todos los criterios transversales de desarrollo sostenible en los que trabaja Covirán, que integra a toda la tipología de clientes.

Aborda 5 líneas de actuación que hacen de estas tiendas un modelo de negocio responsable, eficiente y comprometido con su entorno:

- **Contratación responsable**, incluyendo en los procesos de selección a colectivos en riesgo de exclusión.
- **Lucha contra el desperdicio de alimentos**, con un protocolo adaptado.
- **Mejora de la accesibilidad en el punto de venta.**
- **Eficiencia energética**, con elementos de menor consumo e impacto ambiental.
- **Colaboración con el entorno**, a través de entidades locales.

En 2017 una decena de establecimientos bajo el Nuevo Concepto Covirán se convirtieron en Puntos de Venta Responsable. A ellos se sumarán muchos otros en 2018.

Este proyecto recibió el reconocimiento de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) a la mejor iniciativa de RSE en Andalucía.

A partir 2017 Covirán se ha trazado un importante reto, que todos los establecimientos bajo el Nuevo Concepto sean Puntos de Venta Responsables y cumplan con las medidas contempladas en el proyecto. Este nuevo paso garantiza un modelo de supermercado que integra en su ADN criterios de sostenibilidad y responsabilidad con el entorno.

FUNDACIÓN COVIRÁN, EL CORAZÓN SOCIAL DE LA COOPERATIVA

Fundación Covirán realiza una importante labor, materializando parte del plan de acción social de la empresa. Entre otras líneas de actuación, destacan el apoyo a la infancia y el trabajo con colectivos especialmente vulnerables, de la mano de entidades de la solvencia de Aldeas Infantiles, AECC, Cruz Roja, Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) o Cáritas, pero también con entidades y asociaciones locales del área de influencia de nuestros Socios.

A través de la Escuela de Comercio, integrada en la Fundación, se han dinamizado diversos proyectos de fomento de la empleabilidad y la integración y normalización en la sociedad de determinados colectivos.

Covirán y su Fundación realizaron en 2017 más de 300 acciones de impacto directo en el entorno. Conscientes de la importancia de contribuir a la mejora de sus vecinos y clientes, la alianza Socio-Cooperativa revierte en su entorno local. De hecho, prácticamente la mitad de las acciones de responsabilidad social llevadas a cabo durante 2017 tuvieron

como epicentro a los supermercados de la enseña de los distintos territorios. Una fórmula que no solo genera confianza en el entorno, también fideliza a la clientela y revierte en retorno económico.

La misión de la Fundación Covirán es mantener a esta empresa conectada activamente con la sociedad mediante su apuesta por la investigación, la educación y la formación.

Uno de los ejes fundamentales de la actividad de la Fundación tiene que ver con aquellos eventos relacionados con la **Responsabilidad Social Corporativa** que impulsa para promover la igualdad real, los hábitos saludables o la defensa del medioambiente. El apoyo a la Carrera de la Mujer, las colaboraciones con Aldeas Infantiles o el Banco de Alimentos son algunos ejemplos. De la mano de Fundación Covirán, en 2017 se han celebrado una serie de jornadas formativas y conferencias de temáticas vinculadas a la innovación y la digitalización en el sector retail, además de materializarse la **entrega del I Premio Fundación Covirán**.





I Edición Premio Fundación Covirán

Premiar la innovación y la alimentación saludable es el principal objetivo del I Premio Fundación Covirán, que fue entregado el 24 de abril de 2017.

Grupo La Caña y su producto de Guacamoles Premium resultó ser el ganador de esta primera edición.

4.6. MEDIOAMBIENTE

El respeto al medioambiente, la preocupación ecológica y la eficiencia energética son prioritarias para el desarrollo de la actividad de Covirán desde hace años. El beneficio es doble: por un lado se ahorran recursos y energía [agua, electricidad, combustibles] y por otro se evita realizar un daño al planeta.

GESTIÓN DE RESIDUOS

En las plataformas y centros de trabajo de Covirán se generan dos tipos de residuos:

- **Peligrosos:** Con encuestas minuciosas remitidas a la administración pública (INE), como estipula la ley.
- **No peligrosos:** Cartón, plástico y madera.

A estos hay que añadir los residuos que muchos Socios detallistas llevan a los mismos centros para que sean tratados, como un servicio más que la Cooperativa presta a sus miembros. Y los residuos informáticos (como los tóner de impresora) que gestionan directamente desde el departamento de informática con un gestor independiente, y en colaboración con Ecopilas se realiza un tratamiento adecuado de las pilas.

Algunas de los avances realizados en 2017 han sido:

- Se ha mantenido la cantidad de lodos y absorbentes recogidos en la gasolinera respecto a 2016.

- En cuanto a los aceites y baterías, en el periodo 2015-2017, se ha generado una reducción de la producción del 20% en aceites usados y un 40% en baterías usadas. A la par, se ha reducido un 25% debido a la modernización de la flota de maquinaria (transpaletas y contrapesadas-retractiles) producida en los últimos años.

- Se ha sustituido el contenedor para el reciclado de plástico por un auto-compactador en la plataforma de Atarfe y por una prensa vertical en la plataforma de Dos Hermanas para reducir el número de recogidas producidas.

No se ha registrado, en ninguna de las plataformas logísticas de Covirán, ninguna sanción o multa por vertido de residuos contaminantes durante todo el año 2017, al igual que en años anteriores. Los controles de inspección realizados en las plataformas de Sevilla y Madrid han dado siempre un resultado favorable.

RESIDUOS GENERADOS Y TRATAMIENTO

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	CANTIDAD (kg)			MÉTODO ELIMINACIÓN
			2017	2016	2015	
• ATARFE - DOS HERMANAS	GESHIDRO	BATERÍAS	1000	0	5050	RECUPERACIÓN
• ATARFE - DOS HERMANAS	GESHIDRO	ACEITES	200	520	350	RECUPERACIÓN
		TOTAL				REUTILIZACIÓN (extraen combustible fósil)
• COVIOIL	GESHIDRO	LODOS	1000	750	1000	VERTEDERO (tratamiento físico-químico: vertedero)
• COVIOIL	GESHIDRO	ABSORVENTES	0	0	20	VERTEDERO (tratamiento físico-químico: vertedero)
• COVIOL	GESHIDRO	ENVASES	1000	0	5	REUTILIZACIÓN





■ MATERIALES REUTILIZADOS Y VALOR ECONÓMICO GENERADO

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	CANTIDAD (kg)						MÉTODO ELIMINACIÓN
			2017		2016		2015		
			Kg	€	Kg	€	Kg	€	
• TODAS	Gestor de residuos	CARTÓN	779.495	79.914,99	688.806	69.926,17	620.418	61.253,76	REUTILIZACIÓN
• TODAS	Gestor de residuos	PLÁSTICO	197.124	39.801,79	170.681	35.237,45	164.432	33.148,24	REUTILIZACIÓN
• TODAS	Gestor de residuos	PALETS	30.908	16.073,88	29.782	15.627,98	29.107	16.123,29	REUTILIZACIÓN



En cuestiones de tratamiento de agua, se continúa con el plan de reducción de consumo, que si en 2016 consiguió un descenso del 17%, en 2017 ha descendido en un 4% más gracias a la instalación de economizadores, los cuales pueden llegar a ahorrar un 33% de agua frente a otros dispositivos que no los utilicen. Se trata de un descenso porcentual respecto a 2016, dado que el consumo ha aumentado por la apertura de nuevas infraestructuras, pero ha descendido proporcionalmente.

También se han puesto en práctica planes de concienciación y sensibilización con programas de formación vinculados a la certificación Qsostenible, al supermercado Plaza de La Ilusión, donde por ejemplo los servicios se higienizan sin necesidad de agua corriente, y que hacemos extensible bajo los mismos principios al resto de plataformas. Todo el equipo humano de este entorno recibió en 2017 formación en eficiencia energética.

El control y eficacia en el consumo eléctrico también se combina con estas políticas para ahorrar recursos y cuidar el medioambiente. Se han sustituido los equipos de climatización y de renovación de aire por unos más eficientes y actuales con sistema VRV de climatización sectorizada con clasificación energética A++, lo que

supone una mayor eficiencia en frío y en calor, entre el 12 y 15%. Los gases refrigerantes empleados en instalaciones frigoríficas con bajos en PCA [Potencial Calentamiento Atmosférico] se han reducido entre un 60 y un 85% la emisión de gases de efecto invernadero a la atmósfera.

Otros dispositivos como variadores o arrancadores para compresores y ventiladores, centralitas electrónicas de gestión de las propias instalaciones, filtros, sensores de control de presencia en iluminación y monitorización continua, optimizan aún más ese control del impacto medioambiental de la empresa.

Los servicios centrales de Covirán, en Atarfe [Granada], también se han visto mejorados en 2017, con nuevos aislamientos y modificaciones en toda la fachada, renovación de los equipos de aire y la iluminación con lámparas LED.

Covirán cuenta con un Plan de Movilidad especial en el que la reducción de CO₂ y respeto al medioambiente es un eje principal. Se ha incrementado la flota de vehículos en 2017 con nuevos motores menos contaminantes. Todo ello ha contribuido a que en 2017 se haya evitado la emisión de 48 toneladas de CO₂ a la atmósfera.



Associação Náutica Portuguesa - 1861 - 150.º Aniversário

**Prémio Fernão de Magalhães
para a Cooperação Luso-Espanhola**

5 | RECONOCIMIENTOS AL TRABAJO BIEN HECHO

DISTINCIONES

28.03.2017
Covirán premiada por el Consejo Social de la Universidad de Granada en la modalidad de empresas, instituciones y Organizaciones sociales que distinguen especialmente las actuaciones en ámbitos sociales o de buenas prácticas sociales

11.05.2017
Covirán premiada como Mejor Empresa patrocinadora del deporte, por la Asociación Andaluza de Gestores del Deporte "Agesport"



24.05.2017
La revista Actualidad Económica entregó los premios a las 100 Mejores ideas del año; Covirán fue premiada por la innovación de su proyecto Punto de Venta Responsable



La implicación y el compromiso constante de Covirán con la sociedad, con sus Socios y empleados, han hecho a la compañía valedora de algunos reconocimientos que suponen un impulso más a seguir en la línea del esfuerzo continuo mantenido en 2017.

PARTICIPACIÓN EN FOROS

A lo largo de 2017, Covirán y sus equipos directivos han participado en numerosos foros, dando notoriedad al proyecto.

21.02.2017
Covirán protagonista del encuentro empresarial del grupo Joly

17.05.2017
Covirán en la jornada práctica sobre sostenibilidad integral de la industria agroalimentaria organizada por El Ministerio de Agricultura y la Consejería

29.03.2017
Covirán participa en la jornada My Way dentro del Foro Empresarial de la Escuela Internacional de Gerencia de Granada para impulsar salidas profesionales



14.03.2017
Ciclo conferencias Fundación Covirán con el presidente de Vodafone, Francisco Román

COLABORACIÓN CON PROVEEDORES Y OTROS PARTNERS

Impulsamos diferentes acciones que aportan valor a la cadena agroalimentaria de la mano de sus diversos agentes.

02.03.2017
Covirán con Landaluz, campaña del 28 de febrero al 11 de marzo, "Andalucía Sabe"

05.04.2017
Covirán firma un acuerdo de colaboración con La Caixa destinado a socios y empleados, y a proyectos sociales conjuntos



IMPULSO A LA INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

Las colaboraciones en el ámbito Universitario, de la docencia y la investigación, encuentran un aliado en Covirán.

28.04.2017
Colaboración con la Universidad de Granada, en el Proyecto de Innovación Docente Integración de la Docencia de Análisis Contable y Contabilidad de la Gestión



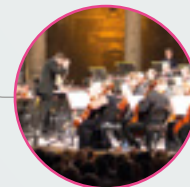
26.04.2017
Entrega | PREMIO FUNDACIÓN COVIRAN

PATROCINIOS

Patrocinios anuales que promueven la práctica deportiva y acercan la cultura a numerosos rincones del país.

CULTURALES

Covirán, miembro del Círculo de Mecenazgo del Festival Internacional de Música y Danza de Granada





08.06.2017
Luis Osuna premio Fernando de Magallanes a la Cooperación Luso-Española, por trayectoria en la empresa de más de 20 años

19.10.2017
La revista Mercados galardona al I Premio Fundación Covirán con el premio CONECTA a la "máxima calidad y frescura" por su apoyo a proyectos innovadores que fomentan el consumo de frutas y hortalizas

19.10.2017
Luis Osuna recibió el premio Ejecutivo del año 2017 en la XII edición de los Premios Ejecutivos

28.11.2017
Covirán premiada por la Federación Andaluza de familiares y personas con enfermedad mental de Huelva, por su apoyo a este colectivo

12.12.2017
Covirán recibe el premio a la Mejor empresa de distribución por la revista QCOM



22 y 23.06.2017
Covirán en las IX jornadas del sector "consumo sostenible, consumo responsable" organizadas por CAEA

04.10.2017
Luis Osuna ponente en el foro Andalucía Económica "Directivos líderes"



19.09.2017
Covirán participa en la feria de empleo juvenil de la Cámara de Comercio de Granada

05.10.2017
Participación de Covirán en el V Congreso de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía

18.12.2017
Covirán galardonada con el VII premio CEA de Responsabilidad Social, por su compromiso con la innovación y la atención especializada al cliente, su visión global de la estrategia de RSE en la empresa, así como su capacidad de impulsar y promover la RSE entre las pymes andaluzas



20.07.2017
Covirán participa en el foro agroalimentario con la asistencia de la Ministra de Agricultura

06.10.2017
Covirán ponente en el Congreso Prevencionar 2017

09.10.2017
Luis Osuna participa en el Innovation Journey Meeting en Madrid

08.11.2017
Covirán en el foro tecnológico de logística y distribución organizado por Global Lean

19.10.2017
Participación en el Encuentro Convenience & Experience, jornada profesional sobre las experiencias del cliente

10.10.2017
Covirán ponente en el Congreso Aecoc Supply Chain

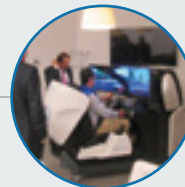
09.11.2017
Covirán forma parte del Consejo Regional de Andalucía de Asepeyo.

13.11.2017
Covirán forma parte de la junta directiva de Dircom Andalucía

17.05.2017
Fundación Covirán clausura el programa formativo para mujeres en riesgo de exclusión social



10.07.2017
Covirán con Landaluz en Portugal, campaña del 4 al 6 de julio, Sabores de Andalucía



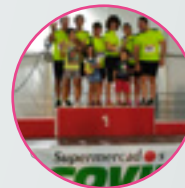
17.10.2017
Jornada de seguridad vial y prevención de Asepeyo en la Escuela de Comercio



Patrocinador principal de Fundación Club Baloncesto Granada

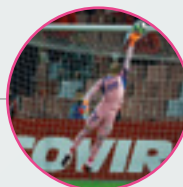


14.09.2017
Cátedra Covirán-Prodware con la Universidad de Granada en estrategia de Recursos Humanos.



Más de 300 acciones de fomento del deporte en todo el país

DEPORTIVOS



Patrocinador Granada Club de Fútbol



Colaboración con el Campeonato del mundo de Freestyle y Snowboard de Sierra Nevada

EL RECONOCIMIENTO CONSEGUIDO ENTRE TODOS

La unión no sólo hace la fuerza. El esfuerzo compartido también tiene su recompensa literalmente hablando. Grupo Covirán ha cosechado a lo largo de 2017 distintos premios que reconocen aspectos como las buenas prácticas de la Cooperativa, su compromiso social, su atención especializada al cliente, la innovación de sus Puntos de Venta Responsable, su contribución a la cooperación luso-española o su apoyo al deporte, entre otros logros.

Instituciones como la Universidad de Granada o el consulado de Portugal en Sevilla, asociaciones como la Confederación de Empresarios de Andalucía o Agesport, así como medios de tirada nacional como la revista Mercados, Actualidad Económica o Ejecutivos, han reconocido al grupo.





I DISTINCIONES

■ Marzo

El Consejo Social de la Universidad de Granada (UGR) premia a Covirán en la modalidad de empresas, instituciones y Organizaciones sociales, que distingue especialmente las actuaciones en ámbitos sociales o de buenas prácticas sociales.

De esta forma, la UGR reconoce los pilares sobre los que se asienta la RSE de la empresa, como la apuesta por la sostenibilidad y accesibilidad de sus puntos de venta, la promoción de hábitos saludables, sobre todo entre la población escolar, la lucha contra el desperdicio alimentario, su compromiso con la sostenibilidad del entorno o su apoyo a la inserción laboral de los colectivos en riesgo de exclusión.

Este compromiso social de Covirán es una realidad gracias a los más de 2.800 Socios de Covirán, así como a los trabajadores de la compañía, responsables directos de la puesta en marcha de las iniciativas relacionadas con el ámbito de la responsabilidad social en una clara apuesta por las personas y el medio ambiente.

Con la distinción de la UGR, Covirán refuerza su reputación positiva ante una sociedad que, cada vez más, reclama a las empresas buenas prácticas y opta por consumir en aquellas que cumplen estos preceptos.

Durante la entrega de los premios la rectora de la Universidad de Granada, Pilar Aranda, señaló que “Covirán es un ejemplo de desarrollo local con proyección internacional basada en innovación, conocimiento y compromiso social”.

Mayo

En sus premios anuales, donde se laurea el trabajo de entidades y personas que promueven el deporte en Andalucía, Agesport reconoció la labor de Covirán en esta línea. Y es que la Cooperativa no solo respalda el deporte a través de patrocinios de primer nivel. Además, colabora con clubes locales, fomenta actividades deportivas en centros escolares, así como un estilo de vida saludable asentado en dos pilares: la práctica deportiva y una alimentación saludable.

La revista Actualidad Económica reconoció en la categoría de pymes de sus Premios a las 100 Mejores ideas del año la innovación del proyecto Punto de Venta Responsable de Covirán.

Con estos galardones la publicación premia las propuestas más originales, útiles y novedosas puestas en marcha en cada sector en 2017 para estimular tanto el crecimiento de las empresas como la creación de empleo, de acuerdo a 16 categorías.

Junio

El Consulado General de Portugal en Andalucía, Extremadura, Ceuta y Melilla entrega al presidente CEO de Covirán, Luis Osuna, el premio Fernando de Magallanes a la Cooperación Luso-Española, por trayectoria en la empresa de más de 20 años.

Estos galardones reconocen la labor desarrollada en los últimos años por distintos organismos, empresas o personalidades para incentivar y estrechar las relaciones entre España y Portugal en diferentes ámbitos: institucional, empresarial y cultural.

Luis Osuna fue distinguido por su trayectoria en Covirán de más de dos décadas, en un acto presidido por el Ministro de Economía del Gobierno Portugués, Manuel Caldeira Cabral.

Octubre

La revista Ejecutivos distingue a Luis Osuna, presidente SEO de Covirán, con el premio Ejecutivo del año 2017 en la XII edición de sus galardones en Andalucía. Con estos premios, que se celebran en varias comunidades autónomas, la publicación destaca “el excelente tejido empresarial e institucional del país, motor real de la economía”.

La revista Mercados reconoce al Premio Fundación Covirán con el galardón CONECTA a la “máxima calidad y frescura” por su apoyo a proyectos innovadores que fomentan el consumo de frutas y hortalizas.

En el marco de Fruit Attraction, la publicación celebró la séptima edición de los premios CONECTA a la Distribución, con los que subraya la labor de los supermercados y su peso para la economía en general y para el sector hortofrutícola en particular.

El jurado otorgó el Premio CONECTA “Máxima Calidad y Frescura” a Covirán por su respaldo a iniciativas innovadoras que fomentan en sus puntos de venta el consumo de frutas y hortalizas, como el premio que la fundación organizó en 2016 para promover ideas o productos finalizados a base de frutas y/o verduras, buscando soluciones inteligentes que permitan que los consumidores adopten hábitos de alimentación saludable.





■ Noviembre

La Federación Andaluza de familiares y personas con enfermedad mental de Huelva y provincia distingue a Covirán en sus premios por su apoyo al colectivo.

■ Diciembre

La revista QCOM reconoce a Covirán con el premio a la Mejor Empresa de Distribución.

La Confederación de Empresarios de Andalucía [CEA] galardona a Covirán con el VII premio CEA de Responsabilidad Social, por su compromiso con la innovación y la atención especializada al cliente, su visión global de la estrategia de RSE en la empresa, así como su capacidad de impulsar y promover la RSE entre las pymes andaluzas.

Con estos premios, promovidos con la colaboración de la Dirección General de Participación Ciudadana y Voluntariado de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales, CEA da a conocer la labor de muchas empresas implicadas en la tarea de la Responsabilidad Social Empresarial, unas compañías que saben que la RSE es una parte esencial en su estrategia de sostenibilidad, de mejora de su entorno, de compromiso con todos.



6 | INFORME ECONÓMICO-FINANCIERO

DATOS ECONÓMICOS

EVOLUCIÓN DE NEGOCIO

En 2017 Covirán cierra un ejercicio con una buena evolución y unos óptimos resultados económicos, fruto de un modelo de negocio sostenible y cuya fortaleza radica en una gestión empresarial basada en las personas, Socios, empleados, clientes y grupos de interés, y en los valores desde la rentabilidad.

El grupo Covirán generó unas ventas brutas bajo enseña de 1.340 millones de euros, un 6% más que en 2016, un máximo histórico. De ellos, 120 millones pertenecen a Portugal, y 1.220 a España. Esta cifra corresponde a la salida de caja [sell out] de todos los supermercados que operan bajo la enseña Covirán más las ventas de todos los supermercados adheridos al Grupo Cooperativo.

La evolución del volumen de negocio también se ha incrementado hasta los 700 millones de euros, un 6% respecto al obtenido el año pasado. El modelo de negocio de Covirán se asienta en sus pilares estratégicos de cercanía, sostenibilidad e innovación que impulsan el crecimiento de la compañía y garantizan su rentabilidad. Sus ventas a superficie comparable se incrementaron en 2017 un 8%, dato destacable.

Covirán continúa apostando por la innovación y en 2017 ha destinado inversiones por valor de 25,5 millones de euros a su proyecto de expansión y a la mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios [innovación tecnológica y modernización]. Los resultados positivos con los que Covirán ha cerrado 2017 ratifican, de nuevo, la solvencia y estabilidad de la compañía.

El beneficio neto ha alcanzado 1,09 millones de euros [1,03 millones de euros procedentes de la matriz Covirán S.C.A.], un 5% superior al ejercicio anterior. El EBITDA, por su parte, se ha incrementado un 5% hasta rozar los 7,87 millones de euros.

El cash flow social de Covirán a cierre de 2017 era de 586,65 millones de euros, un 6% más que en 2016. Esa cifra se eleva a 1.159 millones de euros si nos referimos al cash flow social total enseña. Covirán contribuye de manera significativa al desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera. Su actividad empresarial genera riqueza a través de la creación de puestos de trabajo, el pago de salarios, la contribución fiscal, la compra de bienes y servicios a proveedores, la puesta en marcha de programas sociales, el desarrollo de iniciativas medioambientales, el apoyo a la cadena de valor y la inversión en innovación.

Las sociedades dependientes [COVIRAN CORPORACION EMPRESARIAL SAU., COVIRAN SUPERMERCADOS SAU., COVIRAN SERVICIOS SL., GRASEDA CORREDURIA DE SEGUROS SL., COVIOIL SL., DISTRIBUIDORA COVIRAN CANARIAS S.L., COVIRAN SOLUCIONES TECNOLOGICAS SL y DETALLISTAS UNIDOS SA] han seguido la senda de la dominante y han contribuido al volumen de negocio del grupo alcanzado los 33,26 millones de euros.

EVOLUCIÓN MASA SOCIAL

La masa social de la Cooperativa sigue siendo un pilar fundamental, como viene siendo habitual en esta compañía. El Grupo Covirán se ha consolidado como la mejor solución del detallismo en la Península Ibérica.

	TOTAL	ESPAÑA	PORTUGAL
Socios España y Portugal	2.700	2.470	230
Supermercados Bajo Enseña	2.500	2.300	200
TOTAL Puntos de Venta y Establecimientos adheridos	3.221	2.921	300

PERSPECTIVA DE FUTURO

El próximo ejercicio 2018, las previsiones apuntan a un entorno socioeconómico más optimista y a la mejora de la confianza del consumidor, estimándose, por tanto, un contexto de consumo más favorable en el que Covirán prevé seguir consolidando su proyecto en el mercado ibérico, en el que actualmente ocupa el segundo puesto por puntos de venta en España y el tercero bajo el mismo criterio en Portugal.

Los proyectos de modernización en el punto de venta, la expansión nacional e internacional, una estructura organizativa reforzada y ágil, la inversión en formación profesional y especializada, así como la apuesta por la digitalización y el soporte tecnológico necesario para apoyar al negocio, han arrojado resultados muy positivos y ponen de manifiesto el buen rumbo de Covirán.

De cara a 2018, y dando continuidad a su plan de crecimiento, se trabaja en la expansión dentro de las comunidades en las que ya está presente como Cataluña, Canarias, Madrid o País Vasco, así como la entrada en las Islas Baleares, única comunidad autónoma dentro del territorio nacional donde Covirán aún no está presente.

Fuera de nuestras fronteras, se prevé la apertura en Marruecos del primer supermercado piloto en 2018, y continuar con la apuesta de crecimiento en Portugal donde ya se dispone de una sólida estructura y una red logística que permite crecer con garantías e incorporar nuevos asociados.

Balance de situación - activo consolidado

Balance al 31 de diciembre de 2017 [expresado en euros]

ACTIVO	2017	2016
ACTIVO NO CORRIENTE	88.624.320	84.018.487
Inmovilizado intangible	11.172.854	7.103.456
Fondo de Comercio de Consolidación	3.839.846	-
Concesiones	1.539.119	1.561.695
Patentes	13.417	16.417
Aplicaciones informáticas	5.746.017	5.483.890
Otro inmovilizado intangible	34.455	41.454
Inmovilizado material	66.713.553	66.891.804
Terrenos y construcciones	53.810.091	53.950.461
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	11.860.895	11.902.534
Inmovilizado en curso y anticipos	1.042.567	1.038.809
Inversiones inmobiliarias	8.420.485	8.611.365
Terrenos	252.791	252.791
Construcciones	8.167.694	8.358.574
Inversiones financieras a largo plazo	1.459.742	893.906
Instrumentos de patrimonio	468.966	440.942
Créditos a terceros	719.094	204.848
Otros activos financieros	271.682	248.116
Activos por impuesto diferido	857.686	517.956
ACTIVO CORRIENTE	127.601.422	113.111.827
Existencias	55.715.791	50.059.856
Comerciales	55.715.791	50.059.856
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	66.943.757	58.437.355
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	45.952.779	37.175.193
Deudores varios	20.129.746	20.389.723
Personal	41.140	8.686
Activos por impuesto corriente	285.036	234.843
Otros créditos con las Administraciones Públicas	535.056	628.910
Inversiones financieras a corto plazo	971.526	944.040
Créditos a terceros	67.349	55.573
Valores representativos de deuda	651.000	651.000
Otros activos financieros	253.177	237.467
Periodificaciones a corto plazo	538.437	625.312
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	3.431.911	3.045.264
Tesorería	3.431.911	3.045.264
TOTAL ACTIVO	216.225.742	197.130.314

Balance de situación - patrimonio neto y pasivo consolidado

Balance al 31 de diciembre de 2017 [expresado en euros]

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2017	2016
PATRIMONIO NETO	38.187.564	37.652.345
FONDOS PROPIOS	38.097.175	37.548.973
Capital	20.545.000	20.538.000
Capital suscrito cooperativo	20.545.000	20.538.000
Reservas	16.316.911	15.873.721
Reservas no distribuibles	15.765.595	15.345.403
Reservas distribuibles	551.316	528.318
Reservas en sociedades consolidadas	142.237	95.745
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	1.093.027	1.041.507
Pérdidas y ganancias consolidadas [Beneficios]	1.093.027	1.041.507
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	90.389	103.372
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	90.389	103.372
PASIVO NO CORRIENTE	34.153.230	33.059.397
Provisiones a largo plazo	455.723	138.177
Otras provisiones	455.723	138.177
Deudas a largo plazo	16.757.691	16.187.403
Deudas con entidades de crédito	16.454.439	15.664.563
Acreedores por arrendamiento financiero	25.976	140.888
Otros pasivos financieros	277.276	381.952
Deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	16.345.576	16.045.112
Pasivos por impuesto diferido	594.240	688.705
PASIVO CORRIENTE	143.884.948	126.418.572
Provisiones a corto plazo	4.032	4.032
Fondo de formación y sostenibilidad	179.001	175.777
Deudas a corto plazo	31.251.868	21.832.714
Deudas con entidades de crédito	30.553.667	21.280.275
Acreedores por arrendamiento financiero	114.914	136.022
Otros pasivos financieros	583.287	416.417
Deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	7.839.887	7.267.988
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	104.548.327	97.138.061
Proveedores	92.196.972	84.326.564
Acreedores varios	8.778.703	9.323.232
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	222.896	347.976
Pasivos por impuesto corriente	49.269	30.201
Otras deudas con las Administraciones Públicas	3.255.787	3.005.406
Anticipos de clientes	44.701	104.682
Periodificaciones a corto plazo	61.833	-
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	216.225.742	197.130.314

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017 (expresado en euros)

OPERACIONES CONTINUADAS	2017	2016
Importe neto de la cifra de negocios	505.687.576	490.927.269
Ventas	482.132.931	467.891.216
Prestación de servicios	23.554.645	23.036.053
Trabajos realizados por otras empresas para su activo	46.385	1.361
Aprovisionamientos	(439.915.826)	(425.291.245)
Consumo de mercaderías	(492.331.897)	(475.004.179)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(472.196)	(433.095)
Ingresos por descuentos de proveedores	54.102.803	50.292.434
Trabajos realizados por otras empresas	(1.214.536)	(142.605)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos	-	(3.800)
Otros ingresos de explotación	2.893.979	1.659.137
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	2.893.979	1.659.137
Gastos de personal	(33.713.487)	(32.241.854)
Sueldos, salarios y asimilados	(26.358.445)	(25.093.222)
Cargas sociales	(7.355.042)	(7.148.632)
Otros gastos de explotación	(31.026.146)	(29.996.363)
Servicios exteriores	(30.392.440)	(29.321.288)
Tributos	(501.758)	(474.225)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(131.948)	(200.850)
Amortización del inmovilizado	(5.477.737)	(5.196.657)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	16.229	16.768
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	2.005.681	532.795
Resultados por enajenaciones y otros	2.005.681	532.795
Fondo de Formación y Sostenibilidad	(179.001)	(175.777)
Dotación	(179.001)	(175.777)
Otros resultados	56.615	359.573
Gastos excepcionales	(394.515)	(356.522)
Ingresos excepcionales	451.130	716.095
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	394.268	595.007
Ingresos financieros	1.693.365	1.599.322
De participaciones en instrumentos de patrimonio	3.052	5.409
De valores negociables y otros instrumentos financieros	1.690.313	1.593.913
Gastos financieros	(799.056)	(920.232)
Por deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	-	(7.228)
Por deudas con terceros	(799.056)	(913.004)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	99.819	-
RESULTADO FINANCIERO	994.128	679.090
RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	1.388.396	1.274.097
Impuesto sobre beneficios	(295.369)	(232.590)
RESULTADO DEL EJERCICIO	1.093.027	1.041.507
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	1.093.027	1.041.507
Resultado atribuido a la Sociedad dominante	1.093.027	1.041.507
Resultado atribuido a los Socios externos	-	-

EXTRACTO DEL INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Coviran, Sociedad Cooperativa Andaluza (la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (el Grupo), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2017, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo a 31 de diciembre de 2017, así como de sus resultados y flujos de efectivo, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria consolidada) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas* de nuestro informe.

Somos independientes del Grupo de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

INFORME DE LOS INTERVENTORES DE CUENTAS**COVIRÁN SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA**

D. Fernando Francisco Bailón Colmenero, actuando en nombre y representación de la sociedad HERMANOS BAILÓN, C.B., Dña. Adela María Segovia Rosales, actuando en su propio nombre y representación, y D. Jorge Ortega Torices, actuando en nombre y representación de la sociedad SERVIPLUS TECNIMAX, S.L., socios de la cooperativa COVIRÁN SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA, con CIF F-18004937, nombrados por elección Interventores de Cuentas para los ejercicios 2016, 2017 y 2018, en la Asamblea General de Socios Ordinaria celebrada el 19 de Junio de 2016, tienen el honor de informar:

1. Que de acuerdo con la legislación vigente, hemos sido requeridos por el Consejo Rector de esta Cooperativa, para examinar las cuentas anuales de COVIRÁN SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA, correspondientes al ejercicio 2017, compuestas por el BALANCE DE SITUACION, LA CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS, LA MEMORIA (INCLUYENDO LA PROPUESTA DE DISTRIBUCION DE RESULTADOS) Y EL INFORME DE GESTION .
2. Que vistos los libros de Contabilidad y cuantos justificantes nos fueron necesarios, encontramos los mismos de conformidad.
3. Que en consecuencia emitimos Informe Favorable para su presentación ante la Asamblea General.

En Atarfe (Granada), a 12 Marzo de 2018.

D. Fernando Fco. Bailón Colmenero
HERMANOS BAILÓN, C.B.

Dña. Adela María Segovia Rosales

D. Jorge Ortega Torices
SERVIPLUS TECNIMAX, S.L.



COVIRAN



ANEXO

TABLA Y
CRITERIOS GRI
PAGINADOS

■ PRINCIPIOS QUE RIGEN LA CALIDAD DEL INFORME

La memoria del ejercicio 2017 recoge los logros y compromisos de COVIRAN en materia de sostenibilidad y el modo en que se han abordado desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2017. El documento, además, explica el desempeño de la compañía a través de las iniciativas llevadas a cabo durante el ejercicio, con el objetivo de ofrecer, de forma clara y transparente, toda la información necesaria y pertinente para sus diferentes grupos de interés.

El contenido de esta memoria se basa en los aspectos relevantes identificados previamente tanto desde el punto de vista interno como desde la perspectiva de nuestros grupos de interés. Tras esta primera memoria con inclusión de Criterio GRI, en 2018 se completará el análisis de la materialidad, realizándose encuestaciones para completar los principales aspectos materiales que configurarán nuestra matriz. Los temas tratados se relacionan directamente con las líneas de actuación de nuestra estrategia y con nuestros objetivos para 2020.





■ SISTEMA DE REPORTE

La presente memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada por el Área de Comunicación y Relaciones Corporativas en colaboración con el resto de departamentos y se ha seguido una rigurosa y planificada recogida de información. Este proceso será revisado anualmente para sistematizar la recogida de información y las técnicas de medida para obtener los indicadores de desarrollo fijados por GRI.

■ OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los ODS constituyen el marco universal de contribución al desarrollo sostenible, compuesto por 17 objetivos y 169 metas que deben cumplirse antes de 2030, y están dirigidos a todos los actores del planeta.

Covirán ha firmado en 2017 su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas y en el presente documento se destacan aquellas acciones y actividades orientadas hacia la sostenibilidad y enmarcadas en estos Objetivos.

ÍNDICE CON TODOS LOS INDICADORES GRI RECOGIDOS, Y PÁGINA

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.01	Carta del Presidente: declaración del máximo responsable de la organización sobre la importancia de las sostenibilidad para la organización y la estrategia para abordarla.	8, 9
G4.02	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	8, 9, 25, 103, 143

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.03	Nombre de la organización.	COVIRAN S.C.A. 24, 166
G4.04	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	26, 42, 59, 107
G4.05	Localización de la sede principal de la organización.	24, 166
G4.06	Nombre de los países en los que desarrollan actividades significativas.	24, 86, 87
G4.07	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	Cooperativa de Servicios COVIRAN S.C.A.
G4.08	Mercados servidos, incluyendo desglose geográfico, sectores a los que abastece y los tipos de clientes y beneficiarios.	38, 39, 40, 41
G4.09	Dimensión de la organización: número de empleados, número de operaciones, ventas netas, capitalización y cantidad de productos o servicios que ofrecen.	6, 7, 38, 39, 40, 41, 92
G4.10	Número de empleados desglosados por tipo de contrato y género.	90 a 95
G4.11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	96
G4.12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	38, 40, 43
G4.13	Cambios significativos que han tenido lugar durante el periodo cubierto por el informe en el tamaño, estructura, número de socios o la cadena de suministros de la organización.	66 a 73
G4.14	Descripción de cómo aborda la organización, si procede, el principio de organización.	32, 33, 126, 129
G4.15	Relación de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	32, 33, 45
G4.16	Relación de asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la empresa pertenece	46, 47

ASPECTO MATERIALES Y COBERTURA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.	19, 26, 140
G4.18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto y cómo ha aplicado la organización los principios de elaboración de memorias para determinar su contenido.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>
G4.19	Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>
G4.20	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>
G4.21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>
G4.22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>
G4.23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	150, 151 <i>Informe Materialidad en proceso</i>

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	34, 35
G4.25	Criterios de elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	34, 35
G4.26	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluyendo a la frecuencia de su participación por tipo y categoría de grupo de interés.	34, 35
G4.27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.	34, 35

PERFIL DE LA MEMORIA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.28	Período objeto de la memoria.	Esta memoria de sostenibilidad de carácter anual, y correspondiente al ejercicio económico 2017 del Grupo Covirán (del 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017).
G4.29	Ejercicio de la última memoria.	Ejercicio 2016.
G4.30	Ciclo de presentación de memorias.	Anual
G4.31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	comunicacion@coviran.es
G4.32	Opción "de conformidad" con la Guía elegida por la organización.	Esta memoria no responde a ninguno de los modelos propuestos pero consta ya de algunos de los elementos fundamentales de una memoria de sostenibilidad de conformidad con la Guía GTI G4 108.
G4.33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Este informe de Sostenibilidad 2017 no ha sido verificado externamente.

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.34	Estructura de gobierno de la organización.	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 28, 29, 30
G4.35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	28, 29 EESS art. 32 y 33
G4.36	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	21, 28, 29 EESS art.33
G4.37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.	28, 29, 30
G4.38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	12, 13, 14, 15, 28, 29
G4.39	Información sobre si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo.	Actualmente, sí.
G4.40	Proceso de nombramientos y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la elección de los miembros del primero.	El Capítulo III de los Estatutos Sociales de la Cooperativa regula el proceso de elección y nombramiento de los integrantes del Consejo Rector.
G4.41	Proceso mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés.	En la Sección 5ª del Capítulo III (artículos 38 a 40, ambos inclusive) de los Estatutos Sociales se contienen las normas de gestión y resolución de los posibles conflictos de intereses. Adicionalmente, ésta materia también se encuentra regulada, con carácter supletorio, en el Código de Buenas Prácticas de COVIRAN (artículo 4.7).
G4.42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Las funciones del Presidente y del Comité de Dirección relativas a la gestión de la organización se describen en los Estatutos Sociales Capítulo III Sección tercera, así como en el Título IV del Código de Buen Gobierno Corporativo de COVIRAN.
G4.43	Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales. Objetivos relativos a los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.	28, 29, 30 El Comité de Dirección reporta periódicamente la información de sostenibilidad de la Cooperativa al Consejo Rector, así como los Consejos Territoriales asesoran puntualmente al Consejo Rector.
G4.44	Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	28, 29 La Asamblea General es el órgano competente para evaluar el desempeño del Consejo Rector como recogen los Estatutos Sociales Capítulo III. Se realiza de forma independiente y con carácter anual. Durante 2017 no ha habido cambios en los miembros del Consejo Rector.
G4.45	Función del órgano superior del gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	28, 29 El Plan Estratégico Anual, así como el Plan Estratégico 2020 recoge los impactos, riesgos y oportunidades de la Cooperativa, aprobados por el Consejo Rector y por la Asamblea General.
G4.46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	28, 29 El Consejo Rector supervisa periódicamente la eficacia de la gestión del riesgo de sostenibilidad por parte del Comité de Dirección.
G4.47	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	Con carácter mínimo, de forma anual, en la elaboración del Plan Estratégico.
G4.48	Comité o cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad.	El Presidente-CEO revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la empresa.
G4.49	Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	En las reuniones del Consejo Rector, las reuniones de los Consejos Territoriales, del Consejo Asesor, las Reuniones de Socios, de los diferentes Comités y del Comité de Dirección, comparten y hacen llegar sus preocupaciones al Consejo Rector.
G4.50	Naturaleza y número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarla y evaluarlas.	Los Consejeros, los Consejos Territoriales, Comités y Comité de Dirección son los órganos encargados de la gestión ordinaria de las reclamaciones significativas y de su traslado al Consejo Rector.

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.51	Políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Dicha política es aprobada por la Asamblea General de Socios y ejecutada por la Comisión de Nombramiento y Retribuciones del Consejo Rector, Órgano que, entre otras funciones, es el garante del correcto cumplimiento de las directrices dadas por la Asamblea, al respecto. Dicha materia se encuentra regulada en el artículo 39 de los Estatutos Sociales de COVIRAN.
G4.52	Procesos mediante los cuales se determina la remuneración.	A propuesta de la Comisión de Nombramiento y Retribuciones, para el Órgano de Gobierno y el equipo directivo. Para el resto de empleados, se toma como base el Convenio Colectivo de Covirán.
G4.53	Cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	A través de los canales de comunicación fijados para la interacción con los Grupos de Interés.
G4.54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media imedia de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Información omitida por razones de confidencialidad.
G4.55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Información omitida por razones de confidencialidad.

ÉTICA E INTEGRIDAD

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4.56	Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	32, 33 Código de Buen Gobierno Corporativo, Código de Buenas Prácticas, y Código Ético. Desde 2011 firma de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas a sus 17 objetivos de desarrollo sostenible.
G4.57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Existe un Comité de Cumplimiento Normativo, encargado del desarrollo de tal función, entre otras. Además, se fijan los mecanismos expresos tanto en el Código de Buen Gobierno Corporativo como en el Código de Buenas Prácticas. Desde 2011 firma de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas a sus 17 objetivos de desarrollo sostenible.
G4.58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	32, 33, 35 Previstos en el Código de Buen Gobierno Corporativo y Código de Buenas Prácticas. Desde 2011 firma de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas a sus 17 objetivos de desarrollo sostenible.

ECONOMÍA

DESEMPEÑO ECONÓMICO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EC01	Valor económico directo generado y distribuido.	38, 39
G4-EC02	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	126, 127, 128, 129
G4-EC03	Cobertura de las obligaciones derivadas de su plan de prestaciones.	La Cooperativa no dispone de un plan de prestaciones de jubilación privado.
G4-EC04	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No material.

PRESENCIA EN EL MERCADO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EC05	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No material.
G4-EC06	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No material.

CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EC07	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicio.	52 a 59, 68, 69, 86, 87
G4-EC08	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	76 a 85, 112-125

PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EC09	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	112, 113

MEDIO AMBIENTE

MATERIALES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN01	Indique el peso o el volumen total de los materiales empleados para producir y embalar los principales productos y servicios de la organización durante el periodo de la memoria. Distinga entre materiales renovables y no renovables.	126, 129 Informe Materialidad en proceso.
G4-EN02	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	

ENERGÍA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN03	Consumo energético interno.	
G4-EN04	Consumo energético externo.	
G4-EN05	Intensidad energética.	129 Informe Materialidad en proceso.
G4-EN06	Reducción del consumo energético.	
G4-EN07	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	

AGUA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN08	Captación total de agua según la fuente.	80 litros/m ² . Fuentes municipales.
G4-EN09	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No hay captación de aguas (extraída).
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	129 No se realiza ningún proceso de reciclado o reutilización de aguas.

BIODIVERSIDAD

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas derivados de las actividades, productos y los servicios.	No material.
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	
G4-EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	

EMISIONES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	
G4-EN16	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	No material.
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono.	
G4-EN21	NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas.	

EFLUENTES Y RESIDUOS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	Se vierte al alcantarillado público por ser considerada agua residual de tipo doméstico.
G4-EN23	Peso total de residuos, según tipo y método de tratamiento.	126, 127, 128
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	Durante el ejercicio no hubo derrames significativos.
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos en virtud de los anexos I, II, III y IV del Convenio de Basilea, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	126
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	Los centros de Covirán están ubicados en entornos urbanos donde se vierte el agua al alcantarillado público. No se producen afectaciones al hábitat.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	57, 87, 108, 109, 113
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categoría de productos.	126 a 129

CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	126 No se ha producido en el ejercicio ninguna multa o sanción por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.

TRANSPORTE

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte del personal.	86, 87, 129

GENERAL

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones ambientales.	No material.

EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	No material.
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-EN34	Número de reclamaciones sobre impactos medioambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No material.

DESEMPEÑO SOCIAL / PRÁCTICAS LABORALES / TRABAJO DIGNO

EMPLEO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA01	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por edad, sexo y región.	94, 95
G4-LA02	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	96 A los empleados temporales y con jornada parcial se ofrecen las mismas prestaciones que a los empleados a jornada completa.
G4-LA03	Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexos.	98, 99

RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA04	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	No material.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA05	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	99
G4-LA06	Tipo y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	No material.
G4-LA07	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	99
G4-LA08	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	99

CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA09	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por género y por categoría laboral.	100 Las mujeres recibieron de media 31,46 horas y los hombres 13,56 horas.
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	96, 100
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por género y por categoría profesional.	No material.

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	12 a 19, 21, 91 a 93

IGUALDAD DE REMUNERACIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto a las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	100

EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	Trabajamos con empresas españolas o de la UE.
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE PRÁCTICAS LABORALES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Ninguna.

DERECHOS HUMANOS

INVERSIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR01	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No material.
GR-HR02	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados capacitados.	No material.

NO DISCRIMINACIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR03	Números de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Durante el ejercicio 2017 no se han registrado casos de discriminación.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR04	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Trabajamos con empresas españolas o de la UE.

TRABAJO INFANTIL

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR05	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	No material.

TRABAJO FORZOSO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR06	Centro y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	No material.

MEDIDAS DE SEGURIDAD

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR07	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	No material.

DERECHOS DE LA POBLACIÓN INDÍGENA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR08	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	No material.

EVALUACIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR09	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No material.

EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Trabajamos con empresas españolas o de la UE.
GR-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	

MECANISMOS DE RECLAMACIONES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
GR-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que han sido presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No existen.

SOCIEDAD

COMUNIDADES LOCALES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S001	Porcentajes de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	56, 57, 99, 117 a 123
G4-S002	Centros de operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales sobre las comunidades locales.	86 a 89

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S003	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	
G4-S004	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	No material.
G4-S005	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	

POLÍTICA PÚBLICA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S006	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	No material.

PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S007	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolistas o contra la libre competencia y resultados de las mismas.	Ninguna.

CUMPLIMIENTO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S008	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	109 No se registraron multas ni sanciones por legislación y normativa.

EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-S009	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	No material.
G4-S010	Impactos sociales negativos significativos, reales o potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	

MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Ninguna.

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-PR01	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	109
G4-PR02	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Ninguna. 109

ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-PR03	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	109
G4-PR04	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosado en función del tipo de resultado.	Ninguno.
G4-PR05	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	No material.

COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-PR06	Venta de productos prohibidos o en litigio.	
G4-PR07	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	Ninguno.

PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-PR08	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Ninguno.

CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
G4-PR09	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	0,00€ 109



Ctra. Nac. 432, km. 431 | 18230 Atarfe GRANADA
T +34 901 116 995 | F +34 958 808 303

www.coviran.es
comunicacion@coviran.es

COVIRAN