

**COVIRAN**

# Memoria Anual

GRUPO COVIRAN  
**2018**





The image features a vibrant green background. Scattered around the central text are several slices of cantaloupe, showing their characteristic yellow-orange flesh and green rind. Interspersed among the fruit are several dark green, oval-shaped leaves with prominent veins. The text is centered and reads: 

**Covirán,  
una empresa  
con causa**

## **Covirán en 2018**

10

## **Mensaje del Director General**

14

## **Una estructura que nos representa**

Asamblea General	18
Consejo Rector	20
Consejos territoriales	22
Comisiones de trabajo e Intervención	25
Comité Dirección	27

## **Mensaje del Presidente**

12

## **Hitos destacados 2018**

16

# 01

## **Nuestro Modelo, Nuestra Gestión**

Misión, visión y valores	32
La identidad del modelo cooperativo de Covirán	33
Covirán, una Cooperativa con causa	34
Nuestra Organización: Una sólida Estructura societaria	36
ODS, Integramos los ODS en nuestra estrategia	40
Transparencia y responsabilidad	42
Un marco para la gestión ética	43
Matriz de la materialidad y políticas	44
Comunicación que nos acerca y apoya el negocio	46

# 02

## Crecimiento económico y Social

Cifras que generan valor	50
Cash Flow Social	51
Inversiones	52
Posicionamiento líder	53
Empleo	54
Cuota de mercado	55
Sostenibilidad y crecimiento	56
Nuestro posicionamiento en la cadena	58
Participación en organizaciones	60

# 03

## Un modelo que piensa en el futuro

Un modelo que piensa en el futuro	64
Nuevo Concepto Covirán, una experiencia 10	66
Punto de Venta Responsable: el supermercado más sostenible	70
Transformación cultural y digital	74
Innovación y evolución, apuesta de futuro	79
Crecimiento sostenido y sostenible	80
Nuevos retos, nuevos mercados	82
Portugal: la consolidación de la expansión internacional	84



# 04

## Las personas, protagonistas del éxito de Covirán

### 4.1. Los Socios, la esencia que nos define

	93
Balance social 2018: más compromiso y más empleo	93
Covirán, un modelo que favorece el emprendimiento femenino	94
Escuela de Comercio Covirán	96
Cadena de suministro: mejores, más eficientes	104
Ponemos a disposición del cliente lo que busca	105
Atención personalizada y de calidad	106
Ayudas a la modernización	107
Campañas para fidelizar al Socio	108
Una familia que crece	110
Los desafíos que afrontan los Socios en un futuro inmediato	112
Red logística	113

### 4.2. Los Empleados, el talento que nos diferencia

	118
Invertir en las personas nos hace crecer	118
Juntos, avanzamos	119
Los empleados impulsan la transformación digital	120
Análisis de la plantilla 2018	122
Más representación, mayor participación	125
Covirán sigue generando empleo en 2018	126
Conciliación	128
Convenios, beneficios, planes de prevención y salud laboral	130
Un plan ambicioso para gestionar la diversidad	133

### 4.3. Nuestros Clientes, nuestra razón de ser

	134
Calidad y confianza cerca de casa	135
Hacia una conexión emocional con el cliente	136
Creemos en experiencia e innovación	138
La proximidad como valor diferencial	140
Una marca de éxito para todos	140
Escuchamos, dialogamos, compartimos	142

### 4.4. Nuestros Proveedores, aliados para crecer

	144
Una pieza clave para lograr la excelencia	144
Conocer a los proveedores nos ayuda a mejorar	145
Mejores condiciones para nuestros proveedores	146
Ayudamos a crecer a los proveedores locales	147
La proximidad	147



# Una Cooperativa sostenible y responsable



# 05

## Fundación Covirán, el poder de la cooperación

### Comprometidos con los desafíos mundiales 150

Salud y nutrición	153
Entorno social	155
Gestión de la diversidad	156

### Medioambiente 158

Eficiencia energética	159
Reducción del consumo de plástico	160
Bolsas reutilizables	161
Reducción del consumo de agua	162
Gestión de residuos	163
Ayudamos al cliente en su gestión de residuos	164
Sensibilizamos al empleado en su lugar de trabajo	164
Emisiones de gases	166
Eficiencia en el transporte	167

# 06

## Distinciones

168

# 07

## Informe económico-financiero

172

# Anexo

## Tabla y criterios GRI paginados

186



# Covirán en 2018

## PRINCIPALES MAGNITUDES

### Beneficio

Beneficio Neto de la Cooperativa

**0,95**  
millones €

Beneficio antes de impuestos de la Cooperativa

**1,42**  
millones €

**+13,6%**  
respecto 2017

### Ventas Brutas Bajo Enseña

**1.372**  
millones €

**+2,5%**  
respecto 2017

**134**M€ **1.238**M€

### Cuota de mercado

Fuente: elaboración interna

#### PORTUGAL

Cuota Mercado

**0,88%**

Cuota Mercado establecimientos <1.000m<sup>2</sup>

**2,55%**

#### ESPAÑA

Cuota Mercado

**2,7%**

Cuota Mercado establecimientos <1.000m<sup>2</sup>

**6,42%**

CIFRA DE  
NEGOCIO  
2018

**+5,6%**  
respecto 2017

EBITDA **8,06** millones € | **2,41%** crecimiento 

## Plataformas

 **30**  
Total

**ES 27** **PT 3**

Total m<sup>2</sup>  
plataformas  
**428.326**



## Empleo



**15.653**  
Total

**ES 13.758**

**PT 1.895**



## Supermercados



**3.034**  
Total

**ES 2.751**

**PT 283**



## Socios



**2.467**  
Total

**ES 2.244**

**PT 223**



## Cash Flow

Cash Flow  
Social  
GRUPO  
COVIRAN

**635**M€

Cash Flow  
Social  
TOTAL  
ENSEÑA

**1.215**M€

## Ranking de Distribución

POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS  
(Mdo. Ibérico)

**2º** ESPAÑA

Fuente: Alimarket 2017

**3º** PORTUGAL

Fuente: Nielsen 2017

# Mensaje del Presidente

## Estimados Socios y Socias:

La presente memoria recoge los resultados de 2018, un balance de nuestra actividad, proyectos y principales iniciativas. En particular, reflejamos en esta Memoria el modo en que estas cuestiones impactan en la economía, la sociedad y el medioambiente. En definitiva, en las personas.

Este año hemos alcanzado nuevas metas en nuestra misión de proporcionar a los detallistas independientes y a sus clientes una solución integral de supermercados rentables, sin renunciar a los principios cooperativos que nos distinguen como empresa y que permiten vertebrar y generar riqueza en muchos territorios de la geografía española y portuguesa.

Covirán sigue creando empleo estable y de calidad y es la única solución de proximidad para los habitantes de más de 300 pueblos españoles de menos de 2.000 habitantes. Es algo que nos llena de orgullo y que evidencia nuestro compromiso con los valores de la economía social y la extraordinaria capacidad de capilaridad de nuestra enseña, que se ha convertido hoy en la mejor solución del detallismo independiente ibérico en nuestro modelo de proximidad.

Detrás de las cifras que aquí se recogen están los 2.467 Socios de la Cooperativa y sus 3.034 supermercados. Pero también los 15.653 empleados, los proveedores y los clientes de nuestras tiendas. A todos les debemos este crecimiento, por su esfuerzo y confianza.

No podemos dejar de recordar que somos un verdadero dinamizador económico y social en los territorios donde estamos implantados. Una muestra de ello es nuestro CASH FLOW SOCIAL, un índice que mide la contribución de la Cooperativa a la sociedad con los recursos generados por su actividad (salarios, el pago de compras y servicios, impuestos, inversión destinada a fines sociales e inversiones en activos) y que en 2018 ascendió a 635 millones de euros.

La Fundación Covirán, canalizadora de gran parte de nuestro plan de acción social, ha seguido en estos doce meses centrada en la promoción de unos hábitos de vida saludables, el apoyo a la Infancia, el trabajo con colectivos especialmente vulnerables o la lucha contra el desperdicio de alimentos, siendo el motor de una de las iniciativas de las que más orgullosos nos sentimos en 2018: el Redondeo Solidario a favor de Unicef. Esta acción nos convirtió en la primera cadena de supermercados española, que implantó esta dinámica, recaudando a través de micro donaciones de clientes una cantidad que permitió vacunar a 11.111 niños contra la polio.

Son acciones que evidencian nuestro compromiso en materia de sostenibilidad, nuestro compromiso con un presente y un futuro mejor ratificado por séptimo año consecutivo a través de nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y los 17 objetivos de desarrollo sostenible que en él se promueven.

Dentro de nuestras políticas vuelve a destacar en 2018 el compromiso en materia de Accesibilidad Universal y la evolución de nuestros Puntos de Venta Responsables, proyecto a través del que materializamos la RSE en nuestros supermercados, y revirtiendo en la sociedad.

Son más de 30 los establecimientos que cuentan ya con esta certificación, que marca la tendencia y los esfuerzos hacia los próximos ejercicios, en los que estaremos centrados en la mejora del servicio al Socio, desarrollando nuevas herramientas que nos hagan ganar rentabilidad, ofreciendo siempre la mejor respuesta al cliente pero siempre de una forma sostenible y responsable.

La apuesta por la formación es también otro de los ejes que distinguen a las empresas de economía social. Así, nuestra Escuela de Comercio ha seguido evolucionando y ampliando la profesionalización de nuestros Socios y

**“La apuesta por la innovación y la transformación digital son cuestiones clave para nuestro desarrollo presente y futuro, sumados a la formación y la profesionalización.”**

empleados de sus supermercados, así como los trabajadores de la Cooperativa. La apertura en Sintra, Portugal, de una nueva sede física, es un hito dentro de la estrategia de impulsar la cualificación y profesionalización como palanca para lograr la excelencia en todo el mercado ibérico.

Nuestra apuesta por la innovación y el abordaje de la transformación digital son cuestiones esenciales para nuestro desarrollo presente y futuro, que se suman a la mencionada formación. Todas son palancas clave para el Covirán del futuro, una empresa la nuestra capaz de aglutinar y convertirse en la mejor respuesta para todos los empresarios independientes y grupos de nuestro sector que quieran contar con el respaldo de una marca líder, de prestigio y confianza.

Covirán llega a sus 58 años de existencia con un modelo de negocio sólido y una política de buen gobierno corporativo que le posibilita afrontar con garantías los muchos retos que tiene por delante. En definitiva, nos aproximamos a las seis décadas de existencia de nuestra empresa con salud económica, salud social y salud democrática. Tres ingredientes imprescindibles que garantizan el éxito de la Cooperativa hoy y mañana, siempre, con el compromiso y el trabajo en equipo de Socios y Empleados, el mayor capital que tenemos.

Un cordial saludo.

*Antonio Robles*  
*Presidente*



# Mensaje del Director General

## Estimados amigos y amigas:

Es una gran satisfacción dirigirme a todos por primera vez, como Director general de la Cooperativa, etapa que abordo con gran ilusión, agradeciendo al Consejo Rector la confianza depositada en mí, y ante todo, comprometido ante el reto de liderar esta gran empresa, todo un referente de la distribución alimentaria en España y Portugal.

Tras 28 años de experiencia en Covirán, comienzo una nueva andadura con el convencimiento de que tenemos un proyecto apasionante con mucho recorrido, y con la tranquilidad saberme rodeado del mejor equipo, de grandes profesionales que cada día dan lo mejor a más de 2.467 Socios que como yo, confían su buen hacer.

Este gran equipo, Socio y Cooperativa, ha logrado en 2018 unos resultados de los que sentirnos orgullosos y que contemplamos en esta memoria en la que, además de abordar las cuestiones de ámbito financiero, hacemos un balance social y ambiental de nuestra actividad.

En materia económica, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.372 millones de euros en 2018, un 2,5% con respecto al ejercicio anterior y el total de nuestro Activo se sitúa por encima de los 221 millones de euros, sinónimo de la fortaleza y estabilidad de nuestra empresa.

En cuanto al beneficio antes de impuestos de la Cooperativa, la cifra se eleva hasta los 1,42 millones, un 13,6% más que el pasado ejercicio. Si hacemos referencia al beneficio neto de la Cooperativa, este se sitúa en 0,95 millones.

Parte importante de los 26,3 millones invertidos por la Cooperativa y sus Socios se ha destinado nuevamente a la modernización de los puntos de venta de nuestros Socios, a tecnología aplicada al negocio y también a la mejora del servicio al asociado y a la eficiencia operativa.

A cierre de 2018, y abordando nuestra dimensión social, la Cooperativa suma 2.467 Socios y 3.034 supermercados, manteniendo a Covirán como líder del detallismo independiente de su sector. El esfuerzo de cada Socio y el de los trabajadores han permitido el crecimiento de



## “ El beneficio antes de impuestos de la Cooperativa, la cifra se eleva hasta los 1,42 millones, un 13,6% más que el pasado ejercicio.

Las principales magnitudes, lo que nos otorga la estabilidad y la solvencia necesaria para abordar con éxito los próximos retos.

Para incrementar el servicio al asociado en un territorio con gran potencial de expansión como es Cataluña, destaca la incorporación de un nuevo centro logístico ubicado en Sabadell destinado a la gestión de productos frescos, refrigerados y congelados. Un paso más en el compromiso con los detallistas de esta zona en la que se ha logrado un crecimiento destacado en 2018 tras la incorporación del Grupo Detallistas Unidos S. A. (DUSA). Igualmente reseñable es la adquisición en propiedad de la plataforma de Sintra, en Portugal, en este ejercicio en el que se refuerza nuestra cadena de suministro en Portugal, incrementando nuestro nivel de servicio al Socio.

En el plano logístico y de las operaciones, se ha trabajado para incrementar la eficiencia operativa con dos ejes: la evolución del proyecto estratégico de Operaciones, orientado a la mejora de servicios a nuestros Socios, con el proyecto de transporte capilar y servicios asociados a la distribución; y el de mejora de la productividad y eficiencia operativa, fundamental en el marco actual.

Ambos han contribuido a mejorar nuestros principales ratios de eficiencia en el servicio al Socio, razón de ser de la Cooperativa. A esto se suma el esfuerzo realizado en el punto de venta, para lograr una modernización que nos permita modelos de mayor rentabilidad a nuestros Socios y a la par, dar respuesta a las necesidades del cliente final, gran protagonista de toda esta cadena.

Tenemos que poner a disposición del Socio todas las herramientas necesarias para ser competitivos y ayudarles a generar una experiencia de compra agradable a los clientes que todos los días visitan nuestras tiendas y nos premian con su confianza.

En 2018 hemos centrado en ello nuestra estrategia y en los dos próximos ejercicios, 2019 y 2020, vamos a reforzar más aún este plan de acción con foco en el punto de venta, en su modernización, en incorporar innovación,

herramientas de gestión, y por supuesto, en la formación a través de nuestra Escuela de Comercio para contar con los mejores profesionales.

Lograremos así que nuestras tiendas sean mucho más atractivas para clientes de todas las edades y sobre todo, nos diferenciamos a través de un servicio excelente y el trato cercano que tanto nos caracteriza.

Estamos hablando de un modelo más social y que genera riqueza de una forma especial, de una manera compartida con el entorno más próximo. Y esa riqueza compartida vertebrada a los territorios y las personas de los pueblos y ciudades donde estamos presentes. Tanto la Cooperativa como sus Socios consiguen que haya más de 2.500 pymes y microempresas que sean sostenibles y rentables, compitiendo ante grandísimas potencias empresariales. Estamos en territorios donde somos la única enseña, garantizando una propuesta comercial cercana y competitiva. Además, casi la mitad de nuestros negocios, un 49%, están regentados por mujeres, algo que nos convierte en un modelo impulsor del emprendimiento femenino.

Frente a ello, un año más hemos conseguido -y ya son 58- que la Cooperativa aporte esa solución de futuro al detallista independiente, a nuestros Socios, a nuestros empresarios, ya que son la esencia de Covirán y propulsores de este modelo que ha demostrado que la generación económica y la contribución social son compatibles.

Para finalizar, quiero reseñar que las sociedades más equilibradas son aquellas en las que se genera redistribución de la riqueza y las cooperativas como Covirán contribuimos a ello. Por todo esto, por nuestros más de 58 años de esfuerzo y compromiso con todos los grupos de interés con los que nos relacionamos, todos los miembros de esta empresa hemos de sentirnos orgullosos y poner en valor el buen trabajo realizado en 2018. Desde aquí, mi agradecimiento.

Un saludo.

Rafael Cortés  
Director General



# Hitos destacados 2018

2017

Enero



Visita de Pedro Sánchez,  
Presidente del Gobierno

Visita Juan Rosell,  
Presidente de la CEOE



Febrero



Campaña Andalucía Sabe

Premio Asepeyo a nuestras  
Buenas Prácticas



Patrocinamos la Carrera Mamaratona,  
contra el cáncer de mama, en Portugal

Programa de empleabilidad  
de Fundación Covirán:  
Especialista en Carnicería

Compartimos con los  
Medios los datos de 2017:  
Rueda de prensa anual



Abril



Entramos en la Cámara  
de Comercio de Madrid  
y Cámara Hispano-Lusa

Premio Asociación  
Parkison Granada



Mayo



Ciclo de Conferencias  
Fundación Covirán:  
charla del director  
general de Caixabank

Celebramos el Día  
Mundial de la Nutrición



Nuestros Socios españoles disfrutaron  
de su premio Coviliga 2017

Junio

Renovamos nuestro compromiso  
con el Deporte:  
patrocinio Fundación Baloncesto Granada

Celebramos nuestra  
Asamblea Anual de Socios

Covirán preside el  
Círculo de Mecenazgo  
del Festival de Música  
y Danza de Granada



Patrocinamos las Carreras contra el Cáncer en Granada y Santander

Clausura I Edición Programa Exdico en colaboración con UGR



Junio



Disponemos de nuestro Primer Vehículo eléctrico

Participamos con la AECC en una campaña preventiva contra el cáncer de piel



Agosto



Lanzamiento Proyecto Embajadores

Lanzamiento Proyecto Digital Team



Septiembre



Premio Feicase a la gestión de personas y experiencia de cliente

Programa de empleabilidad de Fundación Covirán: Especialista en Frescos



Octubre

Nos unimos a la Semana Contra el Desperdicio de Alimentos

Campaña Redondeo Solidario Unicef



Participamos en el Foro organizado por Joly, junto al presidente de Osborne

Premio Onda Cero en la categoría Contribución Marca Andalucía por nuestra trayectoria empresarial



Noviembre



Inauguración de la Escuela de Comercio en Sintra-Portugal

Premio por nuestra Contribución a la Marca Andalucía



Acto de Inauguración Nueva Plataforma Sabadell



Club Familia Portugal: 31 supermercados ofrecen el kiosco digital a sus clientes

II Edición del Premio Fundación Covirán: Ganadora Universidad Politécnica de Cartagena, con su hummus de brócoli



Diciembre



# Una estructura que nos representa

ASAMBLEA GENERAL

---





# Consejo Rector

**Javier Vidondo Ilincheta**

**Rafael Cortés Rodríguez**

DIRECTOR GENERAL

**Antonio Robles Lizancos**

PRESIDENTE

**Enrique López Sánchez**

VICEPRESIDENTE DEL CONSEJO RECTOR

**Manuel Barrio Delgado**

SECRETARIO DEL CONSEJO RECTOR

**Pedro Félix Lavín Poveda**

**Patro Contreras Márquez**

**María Agustina Gómez Valenzuela**

**Rubén Navarro García**

**José Luís Bravo González**

**Antonio Rodríguez López**

**Ana María Franco**

LETRADA ASESORA

**Miguel Ángel López Hiraldo**

REPRESENTANTE DE LOS TRABAJADORES  
EN EL CONSEJO RECTOR

**Juan Antonio Rodríguez Fernández**

**Tomás Muñoz Arjona**

**Ramón Cabrera Sabio**

**José Muñoz Domínguez**

**José Antonio Benito Díaz**

*\*De izquierda a derecha y de abajo arriba*



# Consejos Territoriales

## CONSEJO TERRITORIAL Centro-Norte

### PEDRO FÉLIX LAVÍN POVEDA

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



PRESIDIDO POR



### JAVIER VIDONDO ILINCHETA

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

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**

## 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<sup>a</sup> Agustina Gómez Valenzuela, **Jaén**  
Manuel Castilla Toquero, **El Ejido**

### JOSÉ LUIS BRAVO GONZÁLEZ

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



PRESIDIDO POR



### ANTONIO RODRÍGUEZ LÓPEZ

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

## CONSEJO SOCIAL **Cataluña**

Lluís Tordera Dilla  
Francesc Ferrer Durà  
Juan Morte Bello  
Paco Segura Bou  
Juan Ignacio Fernández González  
Juan Roca Coma  
Fernando Lavilla  
Tomás Muñoz Arjona  
Javier Vidondo Ilincheta

## 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  
Carlos Lima  
Ricardo Dias  
José Brás  
Carlos Silva  
Paulo Pedrosa

# 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 altas 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

Su objeto primordial es 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.

D. Pedro Lavín 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. Antonio Robles Lizancos

D. Pedro Lavín Poveda

## 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

## 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



## 6. COMISIÓN EJECUTIVA TERRITORIAL

Tiene 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. Pedro Lavín Poveda

D. Javier Vidondo Ilincheta

D. Antonio Rodríguez López

D. José Luis Bravo González

## 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

## 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 2018, está formado por los siguientes Socios:

Hermanos Bailón, C.B.

Dña. Adela María Segovia Rosales

Ortesu, S.L.



# Comité de Dirección



**RAFAEL CORTÉS**  
Director General Grupo Covirán

**ANTONIO ZAMORA**  
Dirección de Negocio

**ALEJANDRO MORAL**  
Dirección de RRHH y Organización

**JUAN ANTONIO PÉREZ**  
Dirección de Cadena de Suministro

**JOSÉ FRANCISCO MUÑOZ**  
Dirección de TIC

**ENRIQUE HERNÁNDEZ**  
Dirección de Finanzas y Control de Gestión

# DEA

## COMITÉ DIRECCIONES ESTRATÉGICAS DE ÁREAS



Alejandro Moral García-Triviño

Alfonso Coletto Coronado

Ángel Aguayo Marín

Antonio Eduardo Robles López

Antonio Zamora Malagón

Carlos Martínez Castilla

Carlos Navarro Galdón

Diego Carrión Córdoba

Enrique Hernández Jiménez-Casquet

Enrique Martín Encinas

Francisco Javier Peña Avilés

Jesús Pérez Barreiro

José Antonio Marhuenda Cáceres

José Francisco Muñoz López

Juan Alfonso Martín Martos

Juan Antonio Pérez Robles

Juan Antonio Torres Peregrina

Juan Pedro Ordóñez Cruz

Julián Ignacio Trillo Lana

Manuel Berrio Casares

Manuel Nicasio Alva Vázquez

María Dolores Nogueras Peña

Oriol Cavalle Cascante

Rafael Cortés Rodríguez

Silvia Miranda Boussidan

Tania Muñoz Maldonado

# 01



# Nuestro Modelo, Nuestra Gestión

---

—

# Nuestro Modelo, Nuestra Gestión

## 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.

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

## Visión

## Valores

### COMPROMISO

Trabajamos para el desarrollo sostenible de nuestro entorno por medio de políticas y proyectos que contribuyen a una mejor sociedad, siempre al amparo de nuestros valores cooperativos.

### IGUALDAD

Nuestra Cooperativa es una organización democrática que ofrece oportunidades de desarrollo reales a hombres y mujeres sin diferencia de género. El modelo Cooperativo de Covirán garantiza la igualdad de derechos y obligaciones a sus Socios, una persona, un voto.

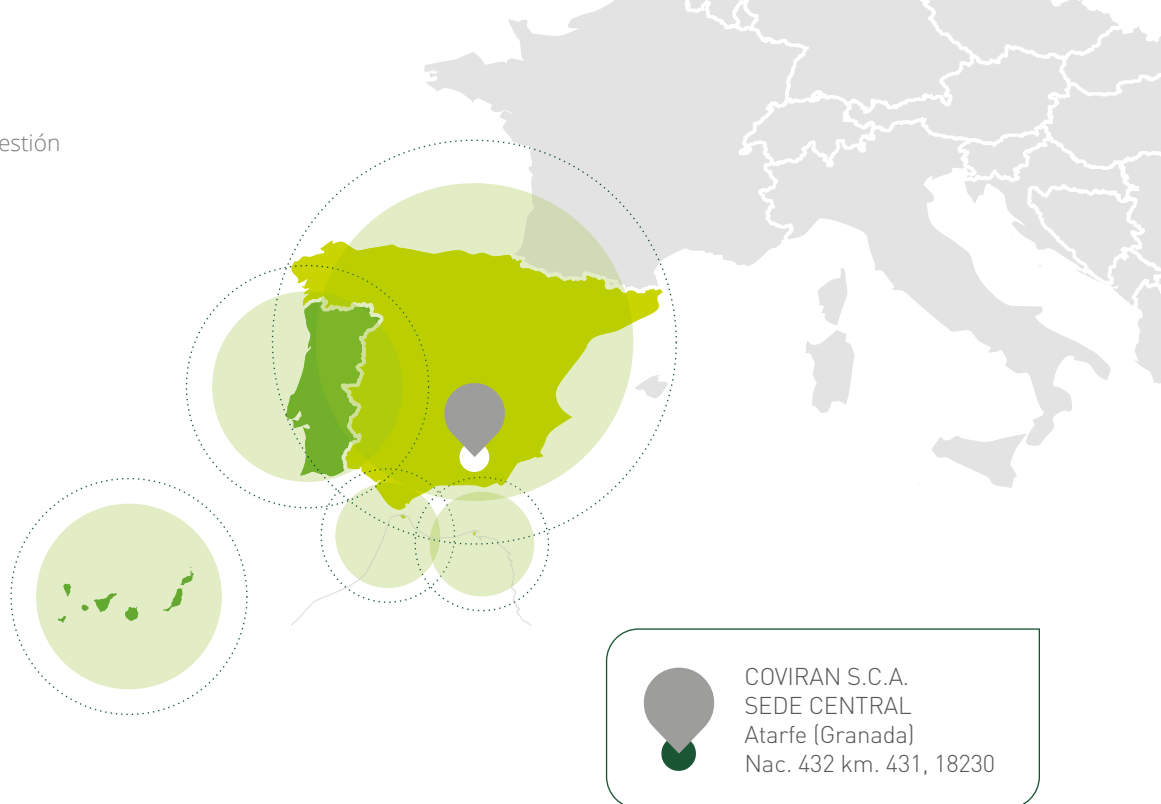
### TRABAJO RESPONSABLE

Los integrantes de Covirán trabajan de manera responsable y sus acciones están orientadas al bienestar de sus asociados y trabajadores. La transparencia, la ética y la verdad rigen cada decisión tomada como base de nuestro Buen Gobierno Corporativo.

### COOPERATIVISMO

Covirán promueve todos los valores ligados al cooperativismo: ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad fundamentan la esencia de la empresa.





COVIRAN S.C.A.  
SEDE CENTRAL  
Atarfe (Granada)  
Nac. 432 km. 431, 18230

# La identidad del modelo cooperativo de Covirán

Covirán, S.C.A. ha logrado, tras cerca de 60 años, ocupar un lugar de referencia dentro de su sector, bajo su modelo Cooperativo.

Una empresa de origen granadino que comenzó su actividad en 1961 y que hoy, con más de 3.000 supermercados en la Península, ocupa la segunda posición en España por número de establecimientos y la tercera en Portugal, sumando casi 2.500 Socios. Además de en estos territorios, opera en Gibraltar y en Guinea Ecuatorial, donde tiene una tienda.

Así, es la primera empresa de distribución alimentaria con capital 100% español que ha completado un proceso de internacionalización con éxito.

Los volúmenes de la empresa actual distan mucho de los de su origen pero no así su esencia y su objetivo: 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.

Para ello, cuenta con diferentes empresas como son 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, Covioil y Covirán Maroc. Todo ello para garantizar un servicio integral al Socio.

Los valores del cooperativismo son abanderados por sus Socios, por sus empleados, significando esto un valor importante para sus miembros. El trabajo en equipo y responsable, la igualdad de oportunidades, la ética o la transparencia forman parte de sus rasgos de identidad.

Desde hace 4 años además se suma el compromiso social canalizado desde su Fundación como una entidad independiente sin ánimo de lucro e interés general, cuyos fines sociales están dirigidos a toda la colectividad de personas interesadas en el desarrollo y mejora de su formación, en especial empresarial, profesional y de oficios.



# Covirán, una Cooperativa con causa

En Covirán y bajo su modelo Cooperativo cada persona es imprescindible. La generación de valor compartido, el compromiso, la colaboración y la transparencia son fórmulas para asegurar el futuro de los Socios y de la empresa.

## 1. Adhesión abierta y voluntaria

Los Socios de Covirán son detallistas independientes que se adhieren a la Cooperativa de manera voluntaria, dispuestos a utilizar sus servicios y a aceptar las responsabilidades que conlleva la condición de Socios o socias, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política ni religiosa.

## 2. Gestión democrática

Covirán es una organización democrática controlada por sus Socios y socias, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. En las cooperativas todas las personas tienen el mismo derecho de voto (una persona, un voto).

## 3. Participación económica de Socios y socias

Los Socios de Covirán contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de esta empresa.

## 4. Autonomía e independencia

La Cooperativa es una organización autónoma de ayuda mutua controlada por sus Socios y socias. Si entran en acuerdos con otras organizaciones o Administraciones Públicas, o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático y mantengan la autonomía.

## 5. Educación e información

Covirán brinda educación y formación a las personas asociadas, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus supermercados a través de la Escuela de Comercio. Otro de los fines de la Escuela es difundir la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

## 6. Cooperación entre cooperativas

Covirán sirve a sus Socios y socias más eficazmente y fortalece el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, regionales, nacionales e internacionales.

## 7. Compromiso con la comunidad

La Ley de Cooperativas Andaluzas publicada en el año 2011 hace una reformulación de este ideario cooperativo incluyendo dos nuevas aportaciones a los siete principios iniciales que reflejan la naturaleza y objetivos que persiguen las cooperativas:

- Igualdad de género, con carácter transversal al resto de principios.
- Sostenibilidad empresarial y medioambiental.



## COVIRAN FORTALECE EL ENTORNO RURAL

Covirán es una Cooperativa comprometida con el territorio en el que se ubica, ocupándose del impacto de su actividad en el medio ambiente, del bienestar de las personas que viven en el medio rural y de realizar una actividad económicamente sostenible y viable para el conjunto del territorio. Y su compromiso se convierte en parte de la solución en territorios dispersos de la geografía española que están en peligro de desaparecer, la "España vaciada".

De los 7.374 municipios rurales (de menos de 10.000 habitantes), Covirán está presente en 1.001, por tanto, en el 14% del total del territorio rural de España. De los otros 6.373, aproximadamente 5.000 no disponen de operador de distribución moderna y en 410 de esos municipios, Covirán es la única alternativa de compra, por lo que ya no estamos ante un modelo de negocio sino ante soluciones de abastecimiento.

Cualitativamente hablando estos supermercados están en manos de Socios defensores de sus territorios y en la mayoría de los casos por mujeres. Otra evidencia más de que ni el tamaño

ni la ruralidad están reñidas con la modernidad es que también el Nuevo Concepto tiene presencia en estos municipios.

Y es de destacar el importante peso que tienen las Cooperativas, donde la cultura y la forma de hacer las cosas se irradia a lo largo de toda la cadena, desde la distribución hasta los consumidores y promueven la generación de empleo en el territorio. De hecho, Covirán crea un 12% más de empleo por cada euro de venta generado, manteniendo su rentabilidad.

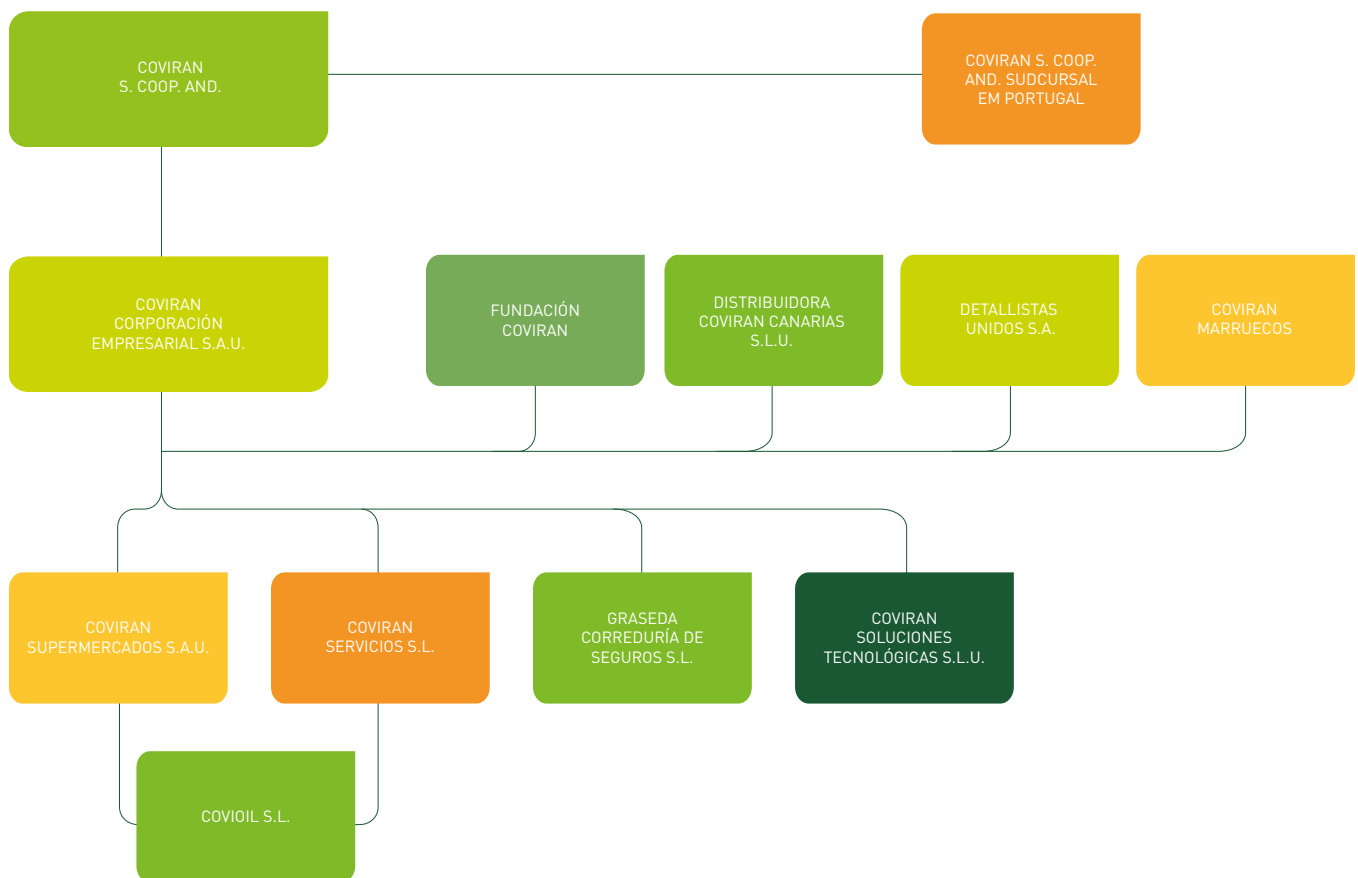
Hoy por hoy, si estos habitantes no contasen con esta solución de alimentación que les da Covirán, tendrían que desplazarse una media de 10.9 kilómetros para poder acceder al supermercado más cercano.

Covirán, un modelo propio, más social, contribuye generando mayor riqueza al entorno, mayor empleo, con mayor capacidad de adaptación y flexibilidad frente a otras fórmulas de distribución, que es clave para la continuidad de los negocios.

# Nuestra organización

## UNA SÓLIDA ESTRUCTURA SOCIETARIA

Con objeto de adaptar nuestra empresa a las necesidades del mercado y del entorno Covirán gestó una sólida estructura societaria, operativa desde 2014, que aglutina el resto de sociedades (operativas) con las que cuenta. Lograr un mejor servicio al asociado e incrementar agilidad en un modelo como el cooperativo en un entorno que requiere respuestas rápidas, son algunos de los objetivos perseguidos.



**COVIRAN**





## ÓRGANOS SOCIALES

### ASAMBLEA DE SOCIOS

Máximo órgano de gobierno de Covirán. Se reúne una vez al año al menos, y se rige por un principio que promueve la igualdad entre todos con independencia de su dimensión: "un Socio, un voto".

La Asamblea es el órgano en el que se toman las decisiones estratégicas por parte de los propietarios de la empresa, sus Socios cooperativistas.

### CONSEJO RECTOR

Máximo órgano para la toma de decisiones entre periodos asamblearios. Está integrado por 16 miembros, de los que 15 son elegidos libremente por la Asamblea de Socios y uno es designado por los trabajadores.

Este órgano se elige cada cuatro años en un proceso abierto al que pueden acceder todos los Socios cooperativistas. Está regulado en los Estatutos Sociales de la Cooperativa.

El actual Consejo Rector, está compuesto por 14 hombres y 2 mujeres, incrementándose así la participación femenina en este órgano, al que aún le queda recorrido y tiene como objetivo trabajar en este aspecto.

### CONSEJO ASESOR

Compuesto por personas especialmente relevantes de ámbitos como el empresarial, el financiero, el jurídico, el formativo o el tecnológico. Se trata de un órgano consultivo y de asesoramiento.

### INTERVENCIÓN

Tiene como fin principal garantizar la transparencia en todas las cuentas de la compañía. A pesar de no tener obligación, Covirán cuenta con este órgano.

### CONSEJOS TERRITORIALES

En 2015 la Asamblea aprobó la creación de los Consejos Territoriales (Norte, Sur y Centro) y el Conselho Social en Portugal, se suma actualmente el Consejo Social de Cataluña. Se trata de un órgano consultivo que asesora al Consejo Rector. Es elegido por los Socios de cada zona territorial y tiene un papel fundamental para mejorar la participación e implicación del Socio en la Cooperativa contribuyendo con ello a su desarrollo. Su funcionamiento es bidireccional ya que no solo asesora al Consejo Rector en las cuestiones que este órgano determina, sino que acerca a cada asociado y trasmite la información más relevante. Se reúnen mínimo, dos veces al año.



## ÓRGANOS EJECUTIVOS

### COMITÉ DE DIRECCIÓN

Es el responsable a nivel ejecutivo de las decisiones estratégicas de Covirán. Garantiza que todas ellas 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 y siempre teniendo en cuenta la triple vertiente económica social y ambiental.

El Comité de Dirección, a cuyo frente está el Director General, trabaja bajo la supervisión del Consejo Rector y de la propia Asamblea General de Socios.

### COMITÉ DIRECCIONES ESTRATÉGICAS DE ÁREAS

La empresa cuenta con un comité conformado por los directores de las distintas áreas de la Cooperativa, ofreciendo un enfoque estratégico y especializado de cada una de ellas que nutre la visión del Comité de Dirección.



ENRIQUE HERNÁNDEZ

Dirección de Finanzas y Control de Gestión



ANTONIO ZAMORA

Dirección de Negocio



RAFAEL CORTÉS

Director General Grupo Covirán



JUAN ANTONIO PÉREZ

Dirección de Cadena de Suministro



ALEJANDRO MORAL

Dirección de RRHH y Organización



JOSÉ FRANCISCO MUÑOZ

Dirección de TIC

# ODS

## INTEGRAMOS LOS ODS EN NUESTRA ESTRATEGIA



**Covirán ha mantenido su firme compromiso con aspectos esenciales dentro de su modelo como la transparencia, la igualdad de oportunidades o el desarrollo sostenible.**

Como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible, en el año 2015 fueron adoptados a nivel mundial un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años.

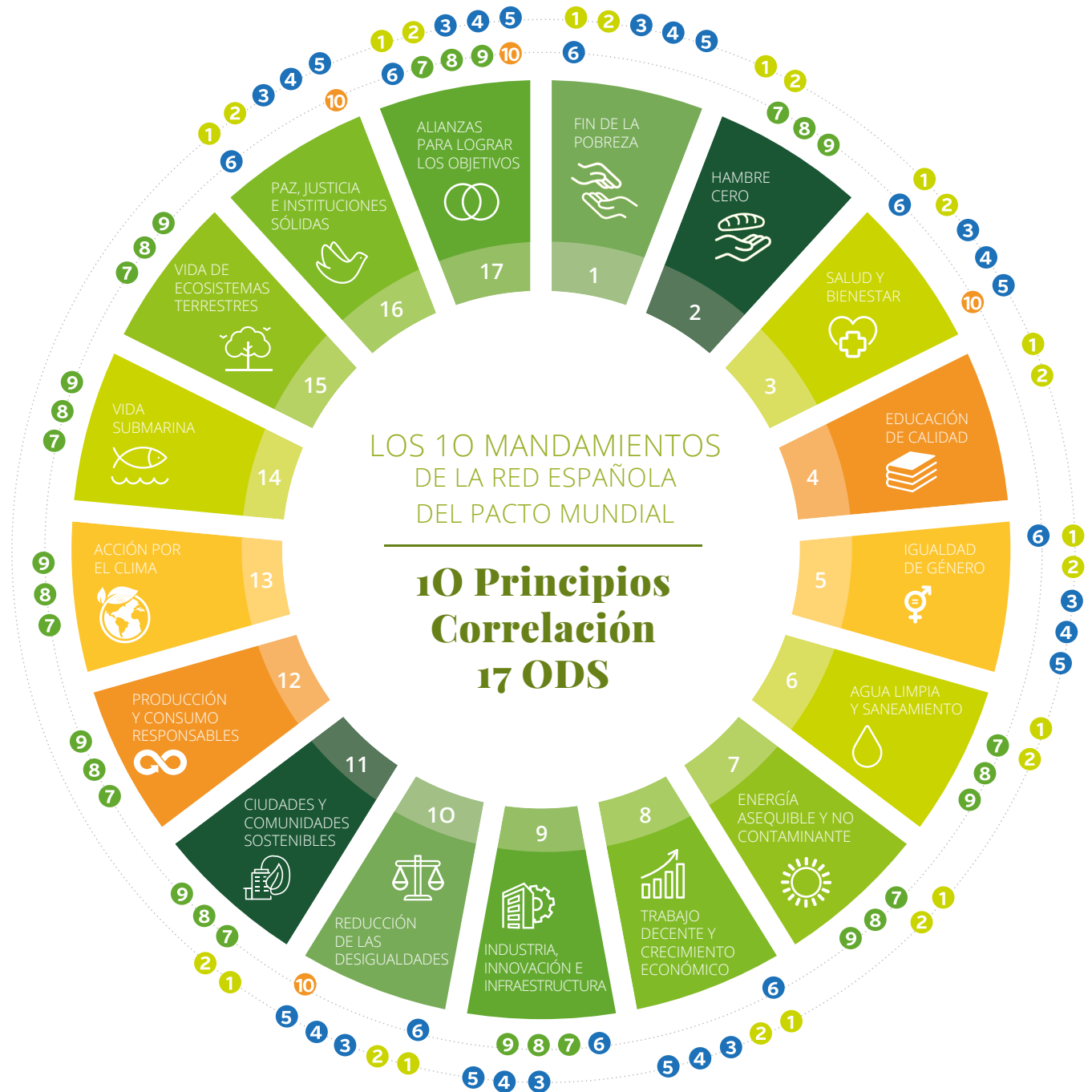
Para alcanzar estas metas, se requiere la participación activa de todas las personas, gobiernos, sociedad y también de empresas como la nuestra.

Desde 2011 y por séptimo año consecutivo, Covirán ha mantenido su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, apoyando a la ONU, dentro de nuestro ámbito de influencia a trabajar cuestiones relacionadas con los derechos

humanos, normas laborales, medio ambiente, salud o gestión responsable.

La empresa trabaja desde entonces en estos principios que forman parte del ADN de la Cooperativa y que articulan en gran medida las acciones transversales de Covirán y su Fundación.

En 2018 la Cooperativa ha mantenido su firme compromiso con aspectos esenciales dentro de su modelo como la transparencia, la igualdad de oportunidades o el desarrollo sostenible, muy presentes en diferentes programas y proyectos los cuales contemplan los 17 objetivos de desarrollo sostenible marcados por la ONU, con el acento puesto en aquellos más vinculados a su entorno y actividad directa.



## DERECHOS HUMANOS

- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

## LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

## NORMAS LABORALES

- 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.

## MEDIO

- 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.



# Transparencia y responsabilidad

Covirán ha continuado trabajando en el desarrollo de su modelo de buen gobierno corporativo, aplicando criterios de transparencia en todos los ámbitos de su actividad, y también en la elaboración de su Memoria de Sostenibilidad.

Además de mantener su enfoque en una triple vertiente -económica, social y ambiental-, la Cooperativa tiene en cuenta por segundo año consecutivo 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 los asuntos más relevantes para estos grupos de interés, teniendo en cuenta las cuestiones materiales definidas por la propia Cooperativa.

En este año, se ha comenzado a analizar la materialidad de manera interna, entre dos importantes grupos: miembros del Consejo Rector y equipo directivo de la empresa.

Un hito importante en nuestro firme compromiso de tener en cuenta dentro de la gestión de la empresa, son los aspectos considerados importantes por aquellos con quienes nos relacionamos. Esto ha dado como resultado una matriz de la materialidad que seguirá desarrollándose en 2019 y completándose con la visión de otros grupos de interés en 2019.

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 compartimos nuestro día a día, sin olvidar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aplicados de una manera transversal a nuestro negocio y los valores cooperativos.



# Un marco para la gestión ética

## CÓDIGO ÉTICO Y COMPLIANCE

Covirán cuenta con mecanismos que velan por una gestión ética y responsable dentro de su cadena de valor. Así, la empresa cuenta con un modelo de absoluto cumplimiento de la legalidad vigente y de transparencia para con nuestros grupos de interés.

La transparencia y el buen gobierno son esenciales dentro del día a día de la Cooperativa, existiendo por ello un Código de Buen Gobierno Corporativo y de Buenas Prácticas.

Estos fueron elaborados en 2015 por el Consejo Rector y aprobados por la Asamblea general de Socios, siendo este un paso firme en la creación del Compliance de Covirán.

Además de esto, el Comité de Dirección y todos los miembros del equipo directivo o personal con responsabilidad, cuentan con un Código de Conducta específico que vela por la integridad en el comportamiento y en la toma de decisiones. Todo ello, contribuye sin duda a velar por la reputación corporativa y el buen nombre de Covirán.



# Matriz de la materialidad

Los aspectos materiales cubiertos en la presente memoria responden a la identificación de las áreas de actuación más relevantes para Covirán y sus Socios. La determinación de los aspectos más relevantes se ha realizado por primera vez a través del análisis, usando como principales fuentes de referencia recomendaciones de prescriptores y entrevistas con los directivos y Socios de la Cooperativa, empezando por el Consejo Rector.

Todos estos aspectos serán anualmente revisados, incorporándose en próximos ejercicios los más relevantes tanto para la Cooperativa como para sus grupos de interés en el futuro.

## PERSONAS

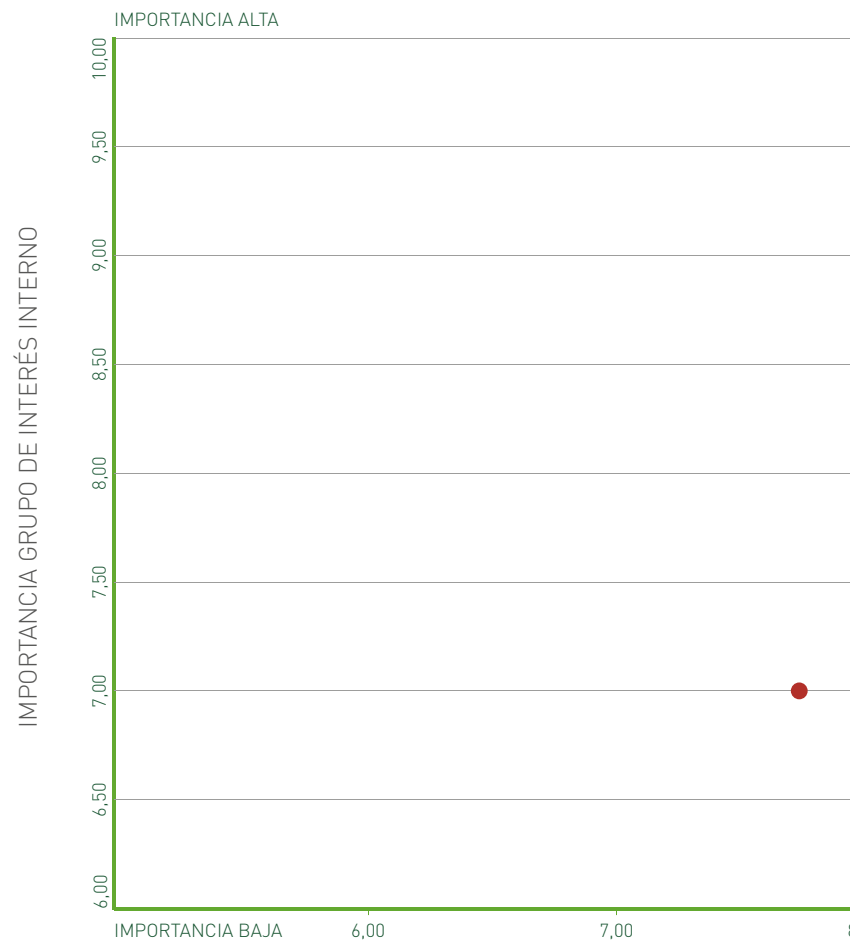
- Comunicación cercana
- Transparencia
- Herramientas digitales
- Programas formativos desde la Escuela de Comercio
- Reconocimiento y Motivación Laboral
- Valores Corporativistas vs Franquicia
- Salud y Seguridad Laboral

## PUNTO DE VENTA

- Productos Covirán para alergias e intolerancias
- Cuidar la Imagen de los PdV Covirán
- Accesibilidad y fácil recorrido de compra
- Uso de bolsas reutilizables
- Control y Recogida de Residuos
- No merma y Donación de Excedentes

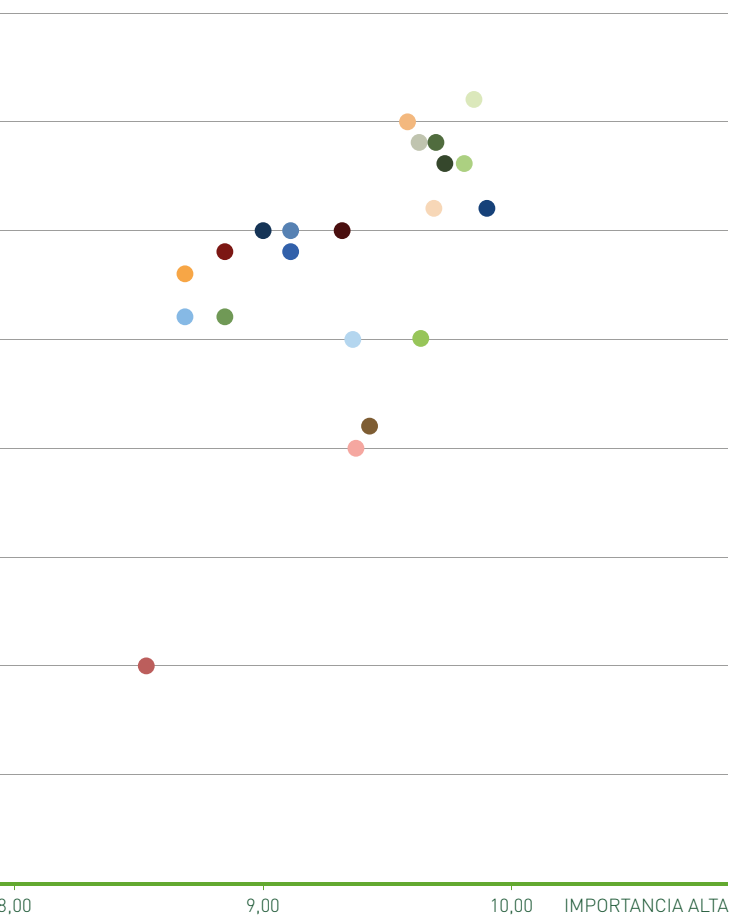
## SOCIEDADES Y GRUPOS EN RIESGO

- Covirán en pequeños núcleos rurales
- Apuesta Proveedores Locales
- Patrocinio eventos deportivos y culturales
- Inclusión laboral de Colectivos en riesgo
- Igualdad de oportunidades



## ALIMENTACIÓN SALUDABLE

- Conciliación laboral-familiar
- Hábitos de Vida Saludable
- Secciones de Productos Frescos
- Seguridad y Etiquetado alimentario Productos Covirán



PARA COVIRAN

# Políticas

## NUESTROS COMPROMISOS DE FUTURO

- 1. NUESTRO MODELO COOPERATIVO**  
Generación de valor compartido, compromiso, colaboración y transparencia.
- 2. NUESTROS SOCIOS**  
Creadores de empleo, de riqueza territorial en sus entornos y comprometidos con su Cooperativa.
- 3. NUESTROS CLIENTES**  
Confianza en el modelo de negocio, en la calidad de los productos y excelencia en el servicio.
- 4. NUESTROS EMPLEADOS**  
Compromiso con el desarrollo personal y profesional, la diversidad y la conciliación, la seguridad y salud laboral.
- 5. LA SOCIEDAD**  
Compromiso con el desarrollo Socioeconómico de las comunidades en las que operamos
- 6. EL MEDIO AMBIENTE**  
Reducción del impacto de la actividad y protección del entorno
- 7. LA INNOVACIÓN**  
Compromiso con la innovación tecnológica y el alcance de los servicios
- 8. LAS ALIANZAS**  
Compromiso con el desarrollo de alianzas con asociaciones para la promoción de un desarrollo sostenible y responsable.

# Comunicación que nos acerca y apoya al negocio

Fomentar una comunicación cercana, responsable, ética y transparente con Socios, empleados, y grupos de interés con los que se relaciona Covirán forma parte de la estrategia de una Cooperativa como esta, que sitúa a las personas en el centro.

Con este convencimiento, la empresa cuenta con diversos canales de comunicación que componen la estrategia en la que lo importante no es canal, sino el mensaje. Canales abiertos que fomentan un diálogo permanente con todos los colectivos que forman parte de la realidad de la empresa, y a través de los cuales, Covirán puede conocer sus inquietudes, identificar sus expectativas y ofrecer una respuesta certera y cada vez más personalizada.

Un diálogo en todas las direcciones ya que, además, de emitir a la sociedad la información que esta le demanda en cada momento, Covirán es especialmente sensible a la que pueda recibir de sus Socios, empleados, clientes o proveedores, de cara a poder analizarla y dar respuesta.

Promover el desarrollo de la Cooperativa mediante una comunicación estratégica ha sido un objetivo desarrollado a lo largo de todo el año: fortalecer su reputación, contribuir a la mejora continua, al desarrollo de proyectos vinculados al Negocio, a nuestra Cultura corporativa o la Transformación digital de Covirán, son algunos ejemplos desarrollados siempre bajo el mismo criterio, comunicar de manera responsable, ética y transparente, generando valor.

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



GRUPO DE INTERÉS	HERRAMIENTAS DE DIÁLOGO	DESEMPEÑO
 <p><b>Socios</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asamblea Anual</li> <li>Reuniones anuales Consejos Territoriales</li> <li>Reuniones anuales por plataforma de distribución</li> <li>Visitas personalizadas equipo de ventas</li> <li>Canales de comunicación directos personales</li> <li>Revista Infocovi</li> <li>Eventos corporativos</li> <li>Canales digitales:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Intranet segmentada por países, España y Portugal</li> <li>Software de gestión personalizado Covigés 3.0</li> <li>APP, SMS</li> <li>E-mailing personalizado</li> </ul> </li> <li>Encuentros anuales</li> </ul>	<p>Encuestas cualitativas.</p> <p>Medición de la satisfacción de los Socios con la Cooperativa, han valorado y opinado sobre los aspectos más claves de la empresa.</p>
 <p><b>Trabajadores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revista Infocovi</li> <li>Formación</li> <li>Eventos corporativos</li> <li>Canales digitales:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Intranet exclusiva empleados</li> <li>E-mailing personalizado</li> </ul> </li> <li>Reuniones interdepartamentales</li> </ul>	<p>Consultas sobre acciones concretas.</p> <p>Seguimiento comunicaciones e-mailing.</p> <p>Encuestas de compromiso.</p>
 <p><b>Clientes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Línea de atención telefónica / web</li> <li>Web Club Familia</li> <li>Pantallas en tienda</li> <li>Canal radio exclusivo en tienda</li> <li>Folleto promocional</li> <li>Cartelería en tienda</li> <li>Redes Sociales</li> </ul>	<p>Seguimiento post test de las campañas, escucha activa de los clientes acerca de la marca.</p> <p>Encuestas satisfacción.</p>
 <p><b>Proveedores</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones individuales</li> <li>Eventos exclusivos y compartidos</li> <li>Web</li> <li>Jornadas profesionales</li> </ul>	<p>Participación plena de los invitados.</p>
 <p><b>Asociaciones y entidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firma de acuerdos y convenios</li> <li>Eventos corporativos</li> <li>Foros</li> <li>Encuentros profesionales</li> </ul>	<p>Participación plena de los convocados.</p> <p>Encuestas satisfacción.</p>
 <p><b>Sociedad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web corporativa España <a href="http://www.coviran.es">www.coviran.es</a></li> <li>Web corporativa Portugal <a href="http://www.coviran.pt">www.coviran.pt</a></li> <li>Web corporativa Fundación Covirán <a href="http://www.fundacioncoviran.org">www.fundacioncoviran.org</a></li> <li>Web corporativa Escuela de Comercio Covirán</li> <li>Web corporativa espacio deportivo Ilusión Sport <a href="http://www.ilusionsport.com">www.ilusionsport.com</a></li> <li>Sala de prensa y encuentros con los medios de comunicación</li> <li>Redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube</li> </ul>	<p>Datos tráfico web.</p> <p>Datos crecimiento.</p> <p>Datos redes sociales.</p> <p>Datos informe de comunicación.</p> <p>Datos relaciones públicas.</p>

02

COVIRAN

# Crecimiento económico y social

---

—



# Cifras que generan valor

Uno de los principios de Covirán como empresa de economía social es contribuir a generar riqueza y a vertebrar los territorios en los que estamos asentados, algo que se logra sin renunciar a la obligada búsqueda de la rentabilidad y beneficio económico de cada uno de los 2.467 Socios.



## Resultados

En 2018, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.372 millones, una cifra que evidencia la estabilidad financiera y solvencia de Covirán y sus Socios y que garantiza un futuro de estabilidad para el grupo cooperativo. El crecimiento fue del 2.5% respecto 2017 siendo esta la cifra de salida de caja o sell out de los supermercados bajo enseña. Atendiendo a los dos mercados donde Covirán está presente 1.238 millones de euros corresponden a España y cerca de 134 millones, a las ventas de Portugal.

La empresa continúa incrementando sus principales magnitudes financieras, sinónimo de su estabilidad económica: la cifra de negocio crece un 5,6%, el beneficio antes de impuestos de la cooperativa asciende un 13,6% hasta los 1,42 millones. El EBITDA se sitúa en 8,06 millones, 2,41% más que el pasado año

<b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO</b>	<b>601,82 M€</b>
INCEN	534,08 M€
Trabajos realizados para el activo	0,03 M€
Ingresos por descuento de proveedores	58,99 M€
Otros ingresos de explotación	4,23 M€
Beneficios obtenidos por ventas de inmovilizado	1,99 M€
Otros ingresos excepcionales	0,52 M€
Ingresos financieros	1,98 M€
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>-600,97 M€</b>
Costes operacionales	-560,88 M€
Salarios y beneficios de los empleados	-36,84 M€
Pagos a proveedores de capital	-0,77 M€
Pagos al Gobierno	-1,09 M€
Inversiones en la comunidad	-0,21 M€
Otros gastos excepcionales	-1,18 M€
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>0,84 M€</b>

# Cash Flow social

La Cooperativa contribuye de manera decidida 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.

El valor económico directo generado por la Cooperativa en 2018 alcanzó los 601,82 millones de euros, más de 600 millones fueron redistribuidos entre costes operacionales, salarios, impuestos o inversiones en la comunidad.

## Cash Flow social

	2016	2017	2018
Cash Flow social grupo	554 M€	586,95 M€	635 M€
Pago compras y servicios	508 M€	532,95 M€	576,62 M€
Remuneración empleados	32 M€	33,83 M€	37,07 M€
Pago impuestos y deuda financiera	8 M€	8,42 M€	6,70 M€
Cash Flow social grupo		0,42 M€	0,44 M€

## Cash Flow social



M€ = millones €

El Cash Flow Social de Covirán, el dato que mide esta contribución, alcanzó los 635 millones en 2018, un 8% más que en 2017.

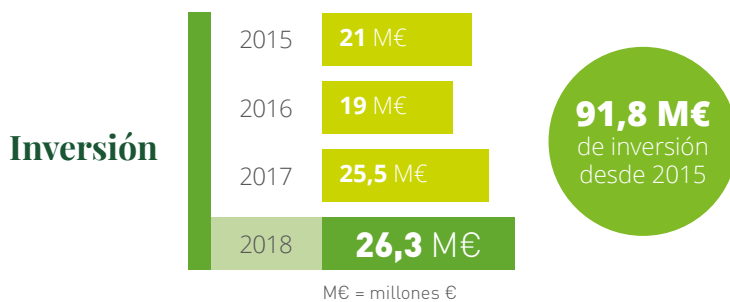
Cash Flow Social  
GRUPO COVIRAN

**635**M€

# Inversiones

En el plano inversor, la Cooperativa y sus Socios han destinado a este capítulo un 3% más que en 2017: 26,3 millones de euros. De esa cantidad, la contribución de la Cooperativa es de 13,25 millones, una cifra aplicada a la mejora y modernización de las plataformas destaca en este capítulo la adquisición de su centro logístico de Sintra (Portugal), la mejora de la productividad y eficiencia operativa así como al desarrollo tecnológico. En el apartado formativo, reseñar la nueva sede de la Escuela de Comercio ubicada en Sintra, adquirida en propiedad. El resto, corresponde a la efectuada por los Socios en sus puntos de venta con objeto de seguir adecuándolos para dar la mejor respuesta al cliente y contar con los elementos más eficientes y sostenibles.

Inversiones con fines sociales	1 M€	0,53 M€	0,84 M€	
Pago inversiones activos	5 M€	10,50 M€	13,95 M€	
<b>Inversión</b>	<b>19 M€</b>	<b>25,5 M€</b>	<b>26,3 M€</b>	
Covirán S.C.A	5 M€	10,5 M€	13,25 M€	
Socios	14 M€	15 M€	13,05 M€	
Inversión acumulada 2008-2018		216,5 M€	242,8 M€	<b>+12,15%€</b>



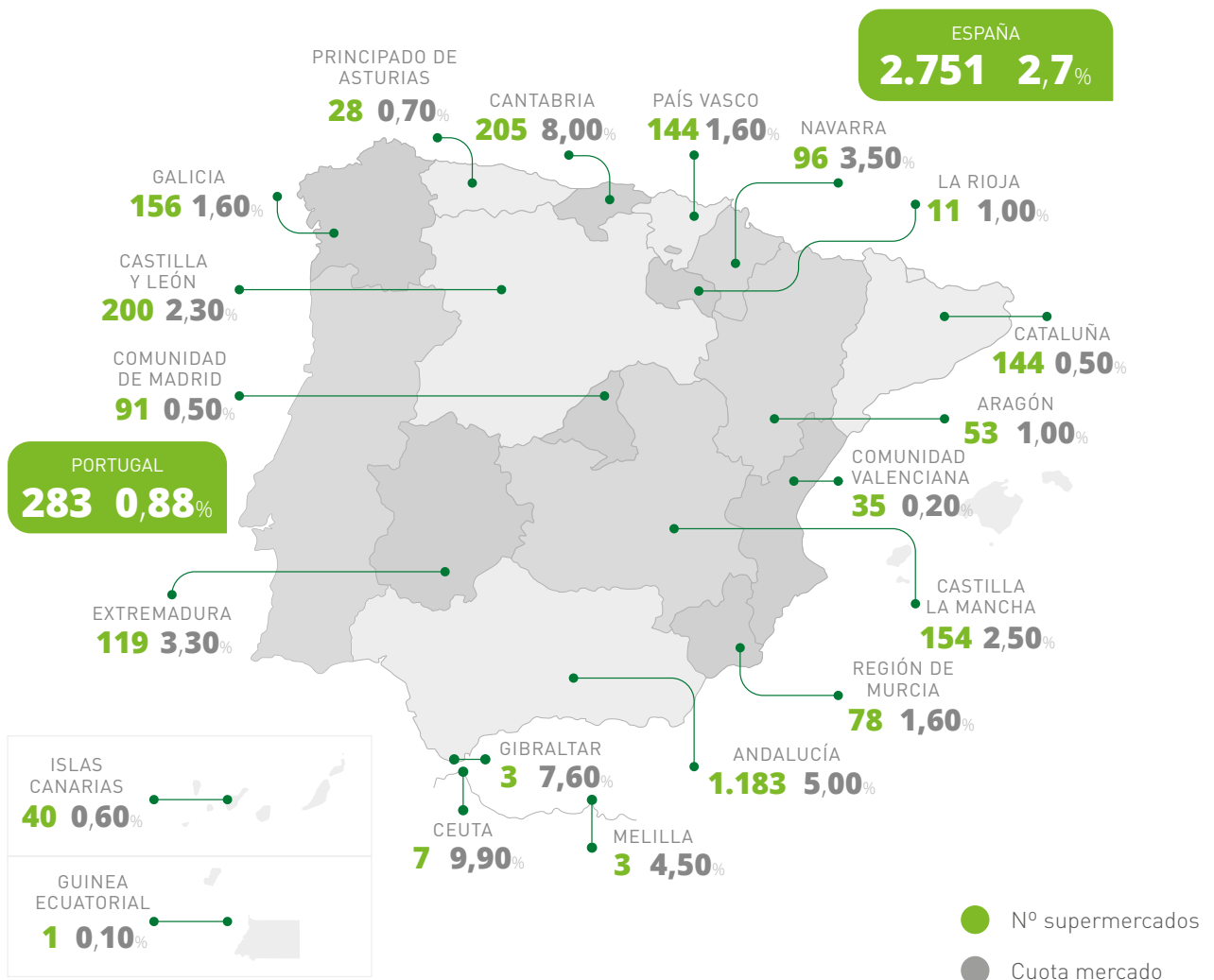
Para fortalecer la red logística y mejorar el servicio al Socio, destaca en también en 2018 la apertura de una nueva plataforma de distribución en Sabadell, Barcelona, destinada a la distribución de productos frescos, refrigerados y congelados. La inversión en este centro logístico ha sido de 2 millones de euros. Con estas nuevas instalaciones la Cooperativa mejora y potencia su crecimiento en una sección tan estratégica como es el fresco, un compromiso con los asociados de DUSA, en Cataluña.



# Posicionamiento líder

Covirán mantiene su cuota en un 2,76% en España y la incrementa en Portugal hasta el 0,88%. Si solo tenemos en cuenta los establecimientos con un máximo de 1.000 metros cuadrados esta cuota se eleva al 6,42% en España y al 2,55% en Portugal.

Covirán se ha convertido en una respuesta de negocio rentable en cualquier territorio acercando a miles de personas una solución óptima para un acto tan cotidiano como es la compra diaria, evitando desplazamientos entre poblaciones. En este sentido, ejerce su actividad como única enseña en numerosos municipios operando en solitario en el 5% de menos de 10.000 habitantes (71 municipios) y en el 26,7% de menos de 2.000 habitantes, (310 municipios).



# Empleo

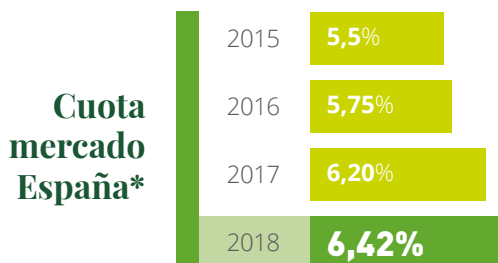
## Empleo total



## Empleo España



# Cuota de mercado



\*establecimientos 1000 m<sup>2</sup>

Covirán es la única enseña presente en el

**5%**

de los **municipios con <10.000 hab.** (71 municipios)

Covirán es la única enseña presente en el

**26,7%**

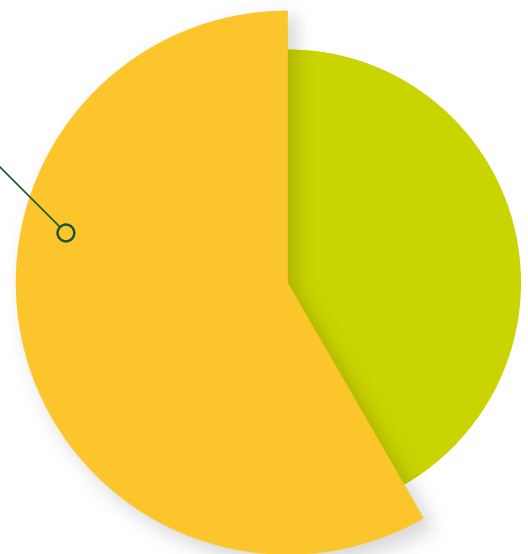
de los **municipios con <2.000 hab.** (310 municipios)

En 2018 Covirán ha trabajado para impulsar la profesionalización de los hombres y mujeres que forman su organización. Una mejor gestión y un trato excelente al contar con los mejores profesionales, marcan la diferencia.

**25.042** horas de **formación** en 2018

**68%**

de los **empleados ha recibido formación** en 2018



# Sostenibilidad y crecimiento

Con más de 3.000 supermercados, Covirán se mantiene como referente de la distribución ibérica con un modelo de negocio sostenible desde el punto de vista de la Cooperativa, del Socio y de la Sociedad donde la empresa se arraiga.

Covirán es la suma de esfuerzos de cada uno de sus Socios y empleados, entendiéndose este doble pilar como el secreto de su éxito, al que se une una vocación de esfuerzo continuado, el compromiso por el trabajo bien hecho y los valores asociados a su modelo de economía social.

Dentro de la cadena de valor de la empresa está muy presente la sostenibilidad y aquellas cuestiones vinculadas a la misma. Los compromisos adquiridos con un presente y un futuro mejor, el respeto a los recursos naturales y a la rica diversidad que nos rodea son cuestiones que se insertan en la naturaleza de Covirán y se promueven desde la propia Cooperativa hasta calar en cada uno de sus Socios. En esta estrategia, el punto de venta de convierte en un ente vital, ya que a través de él cada acción gestada revierte en cientos de pueblos y ciudades.

Además, nuestro proyecto hace partícipes a todos los agentes de la cadena agroalimentaria, compartiendo con ellos 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.

La misión de la Cooperativa es prestar servicios integrales al Socio para que sus supermercados de proximidad sean rentables, eficientes y sostenibles, pudiendo así nuestros detallistas competir con las grandes cadenas en condiciones óptimas y con garantía de futuro.

De ahí la apuesta decidida por la modernización del punto de venta, para convertir la tienda del barrio y del pueblo en un supermercado adaptado a las necesidades y demandas de los clientes, con la ventaja de la proximidad. Esa que conocen como pocos los Socios de Covirán.

Con esa motivación, seguir a la vanguardia, en 2018 la Cooperativa destinó inversiones por valor de 26,3 millones de euros a su proyecto mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios y de las plataformas logísticas, cuya modernización está optimizando los sistemas de suministro garantizando el mejor servicio ante nuestra gran capilaridad, al tiempo que se logran reducir costes e impacto medioambiental. 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 cuyo trabajo está relacionado directamente con el de la empresa, pero también y sobre todo, del compromiso de Covirán y sus Socios con la sostenibilidad económica y el futuro.







# Nuestro posicionamiento en la cadena

Gracias al esfuerzo de Socios y Cooperativa, Covirán ha logrado ser un referente dentro de la Cadena agroalimentaria española y portuguesa.

En el ámbito de las relaciones con los agentes económicos más cercanos, cabe destacar que nuestro modelo nos permite promover unas relaciones comerciales a largo plazo con los productores locales, impulsando así la economía social. Estas relaciones están basadas siempre en la confianza, la transparencia y el beneficio mutuo. Así, nos convertimos en el eslabón indispensable para la producción local llegue al cliente final a través de nuestros supermercados compartiendo un objetivo común: la máxima satisfacción del cliente.

En los supermercados Covirán los productos locales ocupan un espacio destacado dentro del surtido. A través de campañas locales específicas como las denominadas 'De nuestra tierra', la Cooperativa promueve un consumo del producto del lugar, reduciendo distancias en su transporte y por tanto el impacto medioambiental que se origina cuando la mercancía recorre muchos kilómetros desde el origen.

Para lograr esto, la empresa 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.



El 8% de las compras efectuadas por la Cooperativa en 2018 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 80,5% de las compras de frutas y verduras se realizó en origen el pasado ejercicio y 8 de cada 10 euros invertidos en la adquisición de estos productos fueron destinados a cooperativas y proveedores locales.

En el caso de los cárnicos, el 87,2% se realizó en origen. Destacan en este sentido comunidades como Andalucía, Madrid o Murcia.

Además de esto, Covirán trabaja para promover unas buenas relaciones con el resto de empresas y distribuidores de su sector con el fin de velar por la estabilidad de toda la cadena de valor y trabajar con las miras puestas en la sostenibilidad.

Destaca la participación de Covirán en diferentes foros y organismos sectoriales. Así, es miembro

de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados - Asedas- y 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.

Desde su constitución, Covirán ha entendido que la mejor manera de trabajar es hacerlo con un objetivo compartido con sus grupos de interés: sus proveedores - aliados vitales-, empresas del sector, entidades y organizaciones con las que se relaciona dentro de la cadena agroalimentaria. La gran capilaridad de nuestra empresa hace que tengamos una sólida presencia en territorios donde otras enseñanzas no pueden estar, algo que nos convierte en pieza clave para acercar al cliente una oferta sostenible y competitiva, donde el producto local y los frescos destacan.

# Participación en organizaciones

## REPRESENTACIÓN E INFLUENCIA

Nuestra singularidad, modelo y cultura, son primordiales a la hora de relacionarnos con nuestros diferentes grupos de interés, con la misión de construir una relación acorde a nuestra personalidad, valores e intereses. Una imagen sólida, solvente y profesional especialmente relevante cuando participamos en las organizaciones sectoriales, administraciones e instituciones vinculadas o relacionadas con nuestro negocio.

Esta participación se centra en la defensa de los intereses de nuestros asociados en todos los territorios, así como en la participación en aquellas cuestiones que puedan ser de impacto en nuestra actividad o en los negocios de nuestros Socios.

Para lograrlo, 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. También estamos presentes en diferentes asociaciones, entidades y confederaciones regionales.

Además, pertenecemos a la central de compras Euromadi en España, y Euromadi Port en Portugal. La motivación de esta alianza es contar con un partner importante para nuestro crecimiento y competitividad. Como central de servicios líder en Europa, nos garantiza ofrecer el mejor servicio al Socio.

En definitiva, a través de la participación, representación y alianzas suscritas, Covirán se asegura un lugar destacado en aquellos foros y espacios del sector donde es importante ser escuchado. Cada día más, la empresa y sus representantes participan en numerosas actividades que ponen de manifiesto que Covirán es hoy un referente con un espacio propio dentro de la cadena agroalimentaria.



## ASOCIACIONES ESPAÑOLAS



03



# Un modelo que piensa en el futuro

---

—

# Un modelo que piensa en el futuro

Las personas son el eje de todas las estrategias de Covirán. Como empresa de economía social, la Cooperativa está muy orgullosa de su papel vertebrador de los territorios, sobre todo donde es la única opción para sus vecinas y vecinos.

Fiel a su misión de dar el mejor servicio al Socio y al cliente final, la Cooperativa tiene el foco puesto en la innovación como motor de desarrollo y de sostenibilidad.

Los retos de Covirán pasan por la defensa de sus señas de identidad como Cooperativa, teniendo al Socio en el centro de las decisiones, trabajando la proximidad como valor diferencial, modernizando las tiendas para fomentar la mejor experiencia de compra y avanzando en el imperativo de la transformación digital. Todo, contando siempre con las personas como principal capital de la empresa.

En un mercado cada vez más competitivo, Covirán ofrece a sus asociados un abanico de servicios y opciones, a la vez que otorga independencia y libre elección para que cada uno gestione su supermercado sin perder sus rasgos de identidad frente al cliente final.

Para que los servicios que presta a sus Socios y sus clientes sean cada vez más eficientes y de excelencia, la Cooperativa trabaja en ámbitos como la optimización continua de procesos en

áreas como Aprovisionamiento y Logística, la innovación en el punto de venta con los NCC, que ahora evolucionan hacia Punto de Venta Responsable, la transformación digital y el cambio cultural a la que este proceso obliga, o la formación a todos sus miembros.

La vocación vertebradora y de tractor de las economías locales de Covirán tiene reflejo también en su política de compras. Gran parte de las mismas se realizan a productores locales, lo que además de impactar directamente en la economía del entorno donde está asentada la enseña, también lo hace en el medio ambiente, al reducir las emisiones de CO2 por las compras de proximidad.

Una política que se ve reforzada con el modelo logístico de la Cooperativa, articulado a través de 30 plataformas repartidas por toda la geografía ibérica para garantizar la capilaridad y la mayor y mejor cobertura al Socio. Este sistema garantiza al Socio llevar hasta su tienda la mercancía, con el ahorro de costes y del tiempo imprescindible hoy.



3. Un modelo que piensa en el futuro





# Nuevo Concepto Covirán, una experiencia 10

El paulatino envejecimiento de la población, la evolución en las tendencias del 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, hacen que cada vez el formato de supermercado tenga más adeptos frente a las grandes superficies.

El envejecimiento de la población marca, al mismo tiempo, otra clara tendencia: el de la accesibilidad universal.

Covirán siempre ha estado atenta a las tendencias en la distribución y los cambios sociales. Por ello lleva más de 10 años buscando la sostenibilidad y la rentabilidad 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 gestión, la formación de sus empleados o el compromiso con el medio ambiente y el entorno donde se ubican.

Es una transformación impostergable en una Cooperativa que tiene 58 años de historia y que ha tenido a lo largo de estas décadas que adaptarse en cada momento a las necesidades de Socios y sobre todo, del cliente.

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 a sus Socios.

Un modelo testado por Covirán en España que en 2019 dará el salto al mercado portugués.



3. Un modelo que piensa en el futuro



“El modelo NCC de Covirán se ha consolidado como un supermercado de proximidad que, además de favorecer una experiencia de compra agradable al cliente, proporciona elevados ratios de rentabilidad y retorno.



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 garantiza una compra más igualitaria e inclusiva.

Un año más, Covirán realizó su proceso de Auditoria, superándolo con éxito; cabe destacar que en el mismo, se destacó que se trata de un proyecto punta de lanza de la organización en materia de sensibilización y de atención y servicio a los clientes con necesidades especiales. A juicio del auditor, "la consistencia del proyecto es la propia naturaleza del negocio".

Cabe destacar que como parte de este proceso se realizó una encuesta de satisfacción entre los clientes de ambos supermercados cuyos resultados certifican que la apuesta por la accesibilidad es un valor diferencial de los puntos de venta de la enseña frente a la competencia.

De la encuesta realizada al cliente final en los dos establecimientos certificados, destaca: 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.

Covirán tiene ya 250 supermercados NCC. 7 de cada 10 de ellos son de Socios que han apostado por renovar y modernizar sus negocios. La misión de Covirán es facilitarles las herramientas y acompañarlos en el proceso de transformación para que lo completen con éxito.







# Punto de Venta Responsable

## EL SUPERMERCADO MÁS SOSTENIBLE

La modernización del punto de venta es uno de los focos prioritarios para Covirán, en la búsqueda por la rentabilidad de los supermercados de la enseña. Tras años apostando por el Nuevo Concepto Covirán, la tienda 10, ahora el reto es evolucionar hacia el Punto de Venta Responsable, un nuevo paso en materia de sostenibilidad.

El objetivo de la Cooperativa es ayudar al Socio a crear una experiencia agradable a los clientes que todos los días visitan nuestras tiendas pero, además, ofrecer negocios respetuosos con el entorno, éticos y con una preocupación social, algo que el cliente valora cada vez más.

Covirán ha alcanzado en 2018 la cifra de 31 supermercados que operan bajo el distintivo de Punto de Venta Responsables. Este modelo supone consolidar los cimientos de la tienda del futuro, un espacio que busca la máxima rentabilidad de los Socios y la mejor de las experiencias para el cliente, apostando por la sostenibilidad y la RSE.

El gran proyecto de la Cooperativa es adaptar esta estrategia a todas y cada de una de las tiendas que conforman su red de supermercados en España y Portugal, empezando por las del Nuevo Concepto.

En 2019 y 2020 Covirán reforzará aún más la estrategia en el punto de venta, en su modernización, en formar a los Socios con un objetivo claro: hacer mucho más atractivo su negocio y dar mejor servicio al cliente final. Todos los proyectos de Covirán están orientados hacia ello: NCC, el proyecto surtido y el uso de herramientas tecnológicas para poder identificar cuál es, la oferta que demanda el cliente en cada lugar.

Los Puntos de Venta Responsables reúnen 5 características imprescindibles: la mejora de la accesibilidad, la lucha contra el desperdicio de alimentos, la eficiencia energética, la contratación responsable y la colaboración con el territorio a través de entidades locales. Todo ello consigue aportar valor final al cliente e impulsar el desarrollo sostenible del entorno en el que se ubican.

El objetivo es identificar qué demanda el cliente, cuales son sus expectativas para dar respuesta desde el supermercado convirtiéndose en un elemento que participa activamente en su entorno.



## Son cinco las líneas que contempla:

### 1. CONTRATACIÓN RESPONSABLE

Los establecimientos identificados con el distintivo de Punto de Venta Responsable favorecen la inclusión de colectivos especialmente sensibles y con dificultades de acceso al mercado laboral. Cuando en uno de estos supermercados existe la necesidad de cubrir un determinado perfil, sus Socios tienen la posibilidad de contactar con entidades de inserción laboral a través de acuerdos gestados por Covirán y su Fundación. Además de esto, colaboraciones con organizaciones como Cáritas o la Obra Social La Caixa han posibilitado formación y prácticas a mujeres y hombres en situación de desempleo de larga duración, mejorando esto sus posibilidades de empleabilidad.

### 2. LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

España es el séptimo país de Europa que más comida tira a la basura. Cada año se desperdician 1.500 millones de kilos sólo en nuestro país. Covirán se ha propuesto reducir esta cifra concienciando a socios y clientes del importante papel que todos tenemos para reducir esta pérdida. En este sentido coincide con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO): en un mundo en el que casi mil millones de personas pasan hambre es inaceptable que se desperdicie o se pierda un tercio de todos los alimentos producidos a nivel mundial.

Además de facilitar el acceso a productos de primera necesidad a miles de familias en situación de exclusión social a través de la colaboración con el Banco de Alimentos y entidades como Cáritas, la Cooperativa ha establecido una formación a sus Socios para dotar a los Puntos de Venta Responsables de un protocolo para donar productos en perfecto estado para su consumo.

Pero en 2018 ha ido más allá, con una semana específica dirigida a informar sobre el desperdicio de alimentos, promovida desde AECOC. Covirán es miembro de esta Asociación y forma parte del Comité orientado a luchar contra el desperdicio de alimentos.

Con el objetivo de evitar desperdicios de productos que, siendo aptos para el consumo, ya no puedan venderse, desde la Cooperativa se pone en contacto al Socio con entidades del tercer sector o comedores sociales para que puedan llevarse el producto de su punto de venta y beneficiar así a quienes más lo necesitan.

En los Puntos de Venta Responsable se trata el ciclo completo de la gestión de la pérdida conocida.

Con el fin de gestionar correctamente esta materia, se ha diseñado un protocolo de actuación para el caso de donación excedente alimentario no apto para la venta, pero sí para el consumo, el cual, junto a la información que se ofrece relativa a la gestión de la pérdida conocida, se pone en conocimiento de los Socios, con el fin de asegurar un correcto tratamiento de la gestión de esta pérdida en sus puntos de venta.

La gestión de estos excedentes permite, además, evitar emisiones de CO2 que se producirían al eliminarlos.



### 3. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

En el Punto de Venta Responsable Covirán, se apuesta por el cuidado del medio ambiente a través de la eficiencia en los equipamientos y desde la gestión óptima de los residuos; debemos conseguir generar el mínimo de residuos posibles, llevando a cabo un correcto reciclaje y aprovechamientos de productos.

En relación al equipamiento y elementos eficientes, se llevan a cabo diversas actuaciones como la incorporación de la iluminación LED, que proporciona mayor durabilidad y menor consumo que la iluminación convencional, sin perjuicio de la potencia lumínica en el punto de venta; mejoras en el mobiliario de frío, primando la instalación de dicho mobiliario con grupo motor incorporado, incorporando el sistema retrofit (puertas de cristal en murales, incorporando los arcones de congelados siempre con puertas). En estos casos, se consigue reducir el consumo energético hasta en un 40 %.

### 4. COLABORACIÓN CON EL TERRITORIO

Para Covirán, como empresa comprometida con su entorno, es fundamental interactuar con la zona donde esté ubicado el supermercado con el objetivo de ser un actor responsable y participativo en su componente social.

Es una manera óptima de hacer que el supermercado se integre y normalice en la vida del vecindario, apostando por el valor compartido como elemento estratégico indispensable en las organizaciones, para transformar la realidad empresarial y conseguir una sociedad mejor. Las empresas son una pieza clave para dar respuesta a los retos sociales a través de los propios negocios. Los Puntos de Venta Responsable colaboran como mínimo una vez al año con su entorno.



## 5. LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD

El esfuerzo que realizan los Puntos de Venta Responsable para hacer de los supermercados tiendas accesibles es una cuestión imperativa. En España existen 3.850.000 millones de personas con discapacidad, una realidad a la que Covirán no ha querido dar la espalda.

Desde que en 2014, el Supermercado La Ilusión y el entorno comercial La Ilusión recibieron la certificación de AENOR en accesibilidad universal, así como un segundo Supermercado Covirán en el barrio de la Chana en 2015, ambos situados en Granada, se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso, uso y disfrute de estos entornos y servicios a todas las personas, con independencia de su edad o discapacidad. Este reconocimiento acredita que los entornos y servicios del enclave comercial La Ilusión y de los dos puntos de venta son accesibles, condición que beneficia la sociedad en su conjunto.

El objetivo básico es la dotación de espacios, recursos humanos y técnicos que den respuesta

a los usuarios y visitantes, y que posibilite el acceso a sus instalaciones de todas las personas, incluidas aquellas que cuentan con algún tipo de discapacidad, dentro de un entorno accesible.

Desde ese momento, la Cooperativa no ha parado de luchar por implantar esta adaptación en sus tiendas: teniendo en cuenta a clientes con diferentes capacidades y ofreciéndoles una atención diferenciada.

A la par, se ha incorporado la atención específica a clientes con necesidades especiales. Para lograrlo, tanto el Socio como el personal que gestione un Punto de Venta Responsable, recibe formación específica en atención especializada a clientes con necesidades especiales. Esta formación sensibilizadora, les capacita para ofertar en su punto de venta un servicio específico para atender a estos clientes con necesidades especiales, y tiene nombre propio, ASISTE.





# Transformación cultural y digital

El profundo cambio que está operando en la sociedad con la irrupción de las TIC y la adopción de éstas por los usuarios, obliga a las empresas a vivir una transformación que va mucho más allá de la digitalización. Implica un cambio cultural impostergable en todos los sectores y necesario en un sector como el retail, con una estructura tan tradicional como la tienda física.

Covirán es un agente activo en esta transformación y es consciente de que ese cambio en aras de la sostenibilidad del negocio de sus Socios debe realizarse poniendo a las personas en el epicentro de las decisiones.

Si hay algo que distingue a la Cooperativa del resto de competidores del mercado es la proximidad y al mismo tiempo, la horizontalidad de un modelo de negocio que procura dar el mejor servicio al Socio respetando su independencia. Son realidades que Covirán tiene en cuenta a la hora de encarar su proceso de transformación digital.

Reingeniería de los procesos, tanto a nivel operativo como informacional, modernización de las plataformas, de la Central y del punto de venta, son las líneas sobre las que pivotan los esfuerzos de la Cooperativa dentro del proceso de transformación digital. Todo ello sin olvidar la formación que permita el uso óptimo de la tecnología y la potenciación, tanto entre los Socios como entre los trabajadores, de nuevas competencias digitales.

Tecnología, personas y negocio van de la mano en este camino en el que se han dado pasos muy importantes en 2018.

## TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LAS NECESIDADES DEL SOCIO

Una de las líneas estratégicas más importantes que comenzó a materializarse en 2018 fue la adaptación del software de gestión del punto de venta, atendiendo a las necesidades de los Socios, para dotarlo de mayor operatividad, con las funcionalidades que requieren los gestores de los más de 3.000 supermercados de la enseña.

Desde el mes de diciembre se viene trabajando además en la ejecución de mantenimientos preventivos en los supermercados adheridos a la enseña, trabajando sobre la infraestructura IT del establecimiento de manera proactiva y no reactiva, e inventariando lo que tiene y lo que es necesario modernizar. Entre finales de 2018 y los primeros meses de 2019 se han realizado más de 300 visitas, el servicio técnico atendió 43.000 casos para dar soporte a las necesidades técnicas de los Socios.

Desde el área IT de la Cooperativa se está realizando un análisis de los componentes hardware más efectivos para los Socios, desde la PDA, sistemas de videovigilancia, sensores... Incluso se ha trabajado en un sistema de control de acceso que da solución a las nuevas exigencias legales de control de acceso en las pyme.

La idea es ser proactivos, dar soluciones y alternativas para que el Socio incorpore estas herramientas con objeto de ayudar a mejorar su gestión y la rentabilidad del negocio.

Covirán está adaptando su modelo de negocio para poder abordar la transformación digital de forma exitosa, en una doble vertiente, hacia el Socio y hacia el cliente final.

La compañía está inmersa en su proceso de transformación con el objetivo de dotar a la empresa y a sus Socios de aquellos procesos y herramientas digitales imprescindibles para seguir operando con rentabilidad y dar respuesta a las necesidades del cliente de sus supermercados.

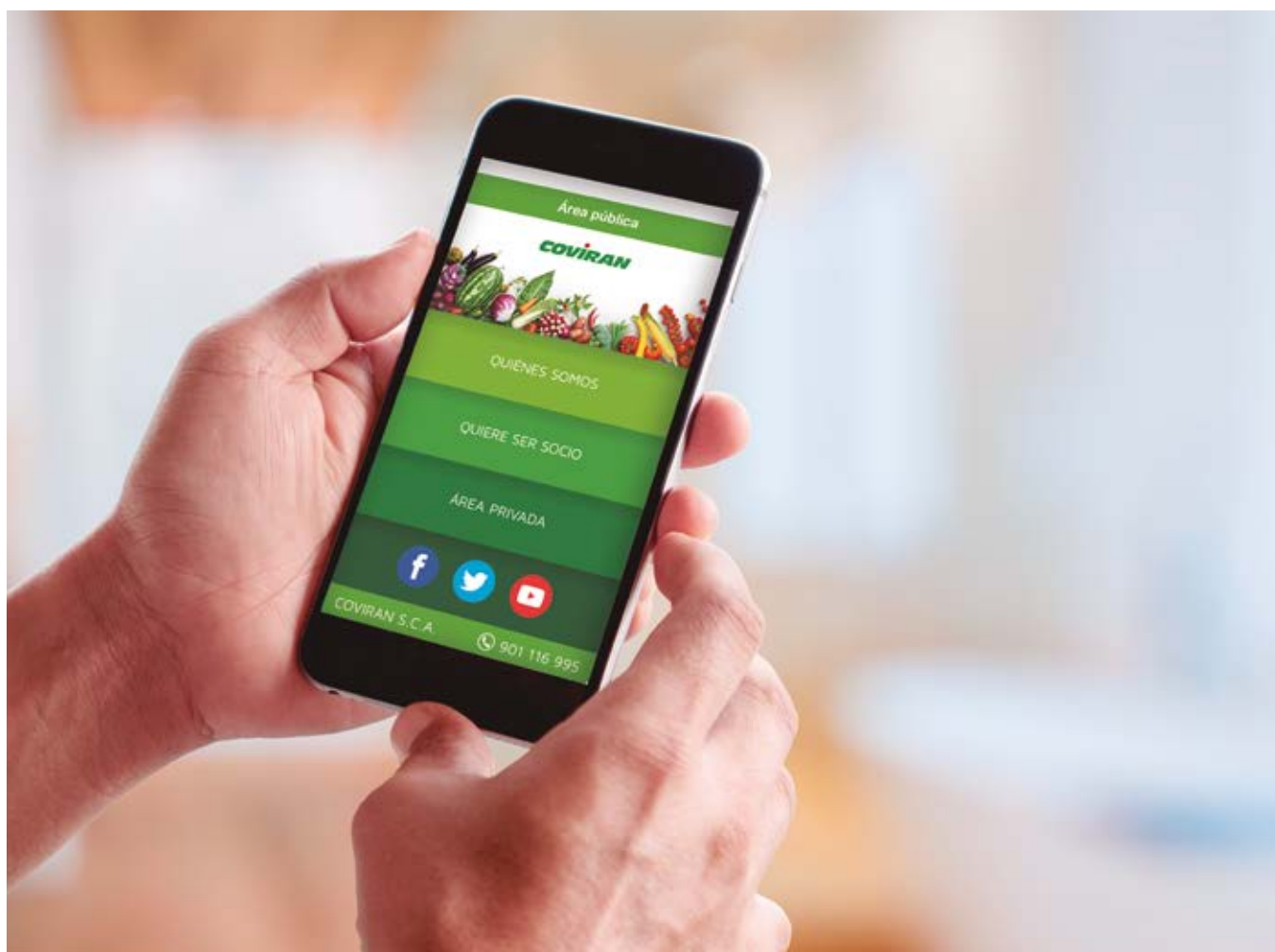
Con ese objetivo y siempre con el beneficio del asociado como principal meta, a lo largo de los últimos 12 meses se ha trabajado en importantes proyectos en el marco digital que aportarán valor al negocio y tendrán este impacto perseguido en la rentabilidad de los Socios.

## CANALES PARA DAR RESPUESTA

La diversidad de tipología de Socios hace que el proyecto de IT se adapte no solo a las particularidades de la Cooperativa, sino a las de cada uno de sus Socios, con la premisa de que puedan dar respuesta a las demandas de su cliente.

La apuesta continuada por reforzar el canal Socio-Cooperativa supone trabajar elementos novedosos junto a los ya existentes. Es el caso de la PDA o "pistola" de pedidos, una herramienta muy utilizada, cómoda y funcional en la que se sigue trabajando. Nuevas pistolas y rediseño de la aplicación con mejores pantallas, un sistema operativo diferente y más moderno, apoyado por una plataforma web donde los Socios podrían ver sus pedidos y acceder a más información relacionada con el negocio.

Otros canales como la plataforma digital dirigida al Socio han seguido trabajándose en 2018 y continuarán con su desarrollo en 2019. En este caso, hablamos de una plataforma web para facilitar la compra de cada asociado a su plataforma a través de mecanismos digitales, mejorando su relación con la Cooperativa, su experiencia de compra y aspectos claves del negocio y la gestión.





## REINGENIERÍA DE PROCESOS INTEGRAL

Si importante es la transformación enfocada al Socio y al punto de venta, no lo es menos la que está viviendo la Cooperativa en todas sus áreas, buscando el aumento de la productividad: hacer más con menos y mejor.

La reingeniería de los procesos a nivel operativo e informacional busca no sólo optimizarlos, también reinventarlos a través de la innovación para mejorar la productividad, reducir costes, dar mayor calidad y rapidez de servicio al Socio. Gracias a esta apuesta, la Cooperativa consiguió reducir en un 80% algunos procesos con una ventana temporal muy reducida.

Este cambio también está impactando positivamente en las Comunicaciones, área en la que se han reducido en un 25% el número medio de incidencias mensuales y el tiempo de espera medio en horas.

La reingeniería de los procesos también aprovecha el know how del equipo TIC, lo que permite internalizar multitud de proyectos que de esta forma van a tener un mayor valor añadido de cara a los Socios.

## MÁS CAUDAL PARA LAS PLATAFORMAS Y MEJORA DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

A través de esta línea de actuación la Cooperativa está trabajando en aumentar el caudal de comunicaciones de las plataformas, teniendo en cuenta que cada vez más exigen estar conectadas a internet, a través del paquete Office 365, del programa LEAN. Se ha aumentado el caudal en el 30% de las plataformas y el objetivo es llegar a finales de 2019 al 90% de las mismas.

Junto a este proyecto, hay otro que verá su materialización en 2019 que pretende modernizar toda la infraestructura IT de las 30 plataformas logísticas

Además, la Central estrenó en 2018 la digitalización de las facturas, un proceso que se hará extensivo al resto de la Cooperativa en 2019.

La transformación tiene en cuenta también la necesidad de reducir la huella de carbono, una seña de identidad de la Cooperativa. Para ello se han creado centros de impresión, con los que se ha conseguido reducir en un 20% las fotocopias de color. Ahora se está trabajando en proyectos de transformación para disminuir el resto de papel.



## GESTIÓN DE LA DEMANDA

Otro de los proyectos que está a un 65% de implantación en plataformas y solo afecta a sistemas y explotación es el programa de gestión de la demanda. Con él se han reducido un 30% de llamadas telefónicas, un 35% de correos electrónicos y entre un 55 y un 60% en el número de incidencias en el CRM.

Con este tipo de herramientas no sólo se están optimizando procesos, se está consiguiendo un 95% de casos resueltos con éxito. Todo ello se complementa con un trabajo de adecuación de la estructura IT para dar soporte a los proyectos IT o Big Data planteados. Covirán está optimizando la arquitectura IT y las soluciones tecnológicas para los proyectos presentes y futuros, todo ello, con un impacto muy positivo en el negocio.

### Mejorando el control de la última milla

La evolución del modelo de reparto de Covirán hacia preparación y reparto incorpora la optimización de las rutas y el incremento de la información al Socio en la última milla. Para aportar eficacia y seguridad en toda la cadena, Covirán apostó por poner en marcha proyectos de digitalización que les permitiera mantener el contacto directo con sus asociados. La compañía ha instalado en 85 de sus vehículos de reparto sistemas de seguimiento para la gestión de flotas. Esto permite informar al Socio cuándo llegará la mercancía a su supermercado y mantenerlo informado en tiempo real de cualquier incidencia. Este proceso de digitalización también ha servido para cumplir con otros dos objetivos: mejorar la eficiencia energética mediante una mejor planificación de las rutas y disminuir el gasto de combustible, con su consiguiente impacto en el medio ambiente.

A principios de 2018 se desplegaron los primeros proyectos piloto en Madrid. Más tarde siguieron otras ciudades como Mérida, Casabermeja, Vitoria, Santander, Santiago de Compostela o Dos Hermanas.

El proyecto ha llevado aparejado la formación gratuita a los conductores para que puedan realizar mejor su trabajo. Al mismo tiempo permite estandarizar todos los procesos que involucran al operador logístico, ya que el conductor es la cara visible de Covirán para sus Socios.

Es un proyecto que ha tenido muy buena aceptación entre los Socios.

El siguiente paso será integrar la solución de gestión de flotas con los termógrafos de los vehículos, de forma que también puedan controlar -y garantizar- la temperatura, tanto de alimentos congelados como de frescos.



# Innovación y evolución, apuesta de futuro

De cara a próximos ejercicios, Covirán pretende abordar proyectos, siempre con el foco puesto en el Socio y en los supermercados de la Cooperativa, que aporten soluciones a los desafíos y oportunidades que el sector del retail ofrece, a través de actuaciones y soluciones innovadoras que respondan a las expectativas y necesidades del cliente.

La tecnología a disposición de los Socios de la Cooperativa ofrece un nuevo horizonte de oportunidades que ha de traducirse en una mayor eficiencia, una mejor gestión y un incremento de la competitividad de cada uno de los supermercados de la enseña.

La Cooperativa está desarrollando múltiples proyectos IT para el punto de venta. A través de pilotos se pretende adecuar la adopción de los mismos a la diferente tipología de cada uno de nuestros Socios.

Porque reinventarse es seña de identidad de una Cooperativa que ha sabido evolucionar en sus 58 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 y que sabe que el reto de la transformación digital es un imperativo para la sostenibilidad y la supervivencia.



# Crecimiento sostenido y sostenible

Covirán ofrece su apoyo a 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.

**“La clave de todo este cambio son las personas, desempeñando, hoy más que nunca, un papel fundamental en la evolución de organizaciones como Covirán.”**





## Socios

**2.467**  
Total

**ES 2.244** **PT 223**

## Cuota de mercado

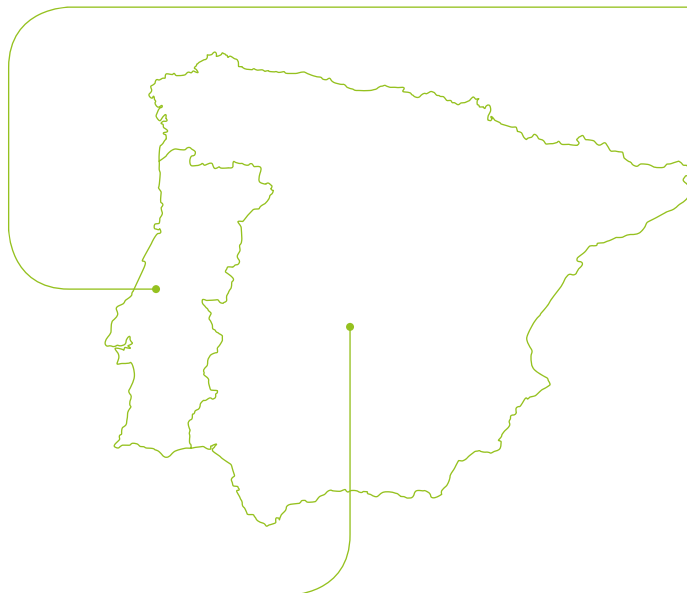
PORTUGAL

Cuota Mercado

**0,88%**

Cuota Mercado  
establecimientos  
<1.000m<sup>2</sup>

**2,55%**



ESPAÑA

Cuota Mercado

**2,76%**

Cuota Mercado  
establecimientos  
<1.000m<sup>2</sup>

**6,42%**

## Supermercados

**3.034**  
Total

**ES 2.751** **PT 283**

En la actualidad, Covirán mantiene un fuerte posicionamiento en la Península Ibérica. Cuenta con casi 2.467 Socios en total (2.244 en España y 223 en Portugal). La cifra de supermercados adheridos al grupo es de 3.034, de ellos, 2.751 están implantados en España y 283 en el país vecino.

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 0,88% en Portugal. Si solo tenemos en cuenta los establecimientos con un máximo de 1.000 metros cuadrados, esta cuota se eleva al 6,42% en España y al 2,55% en Portugal.



# Nuevos retos, nuevos mercados

El reto de Covirán a corto plazo será seguir trabajando la expansión nacional e internacional, siempre atentos a las oportunidades que a buen seguro surgirán, de cara a mantenerse como el máximo referente del detallismo de nuestro sector en la Península Ibérica. Durante 2018 dos zonas en concreto han sido las que han experimentado una mayor evolución: Cataluña y Portugal.

Tras la incorporación de DUSA, Grupo Detallistas Unidos S.A., Covirán ha reforzado su posicionamiento en Cataluña.

Con esta operación sumó a su red la plataforma de Barberá del Vallés, con una parcela de 18.789 metros cuadrados, 6.144 metros construidos y un surtido de alimentación seca y non food. Además, en 2018 abrió una nueva plataforma, en Sabadell, destinada al fresco y que ha supuesto una inversión de dos millones de euros.

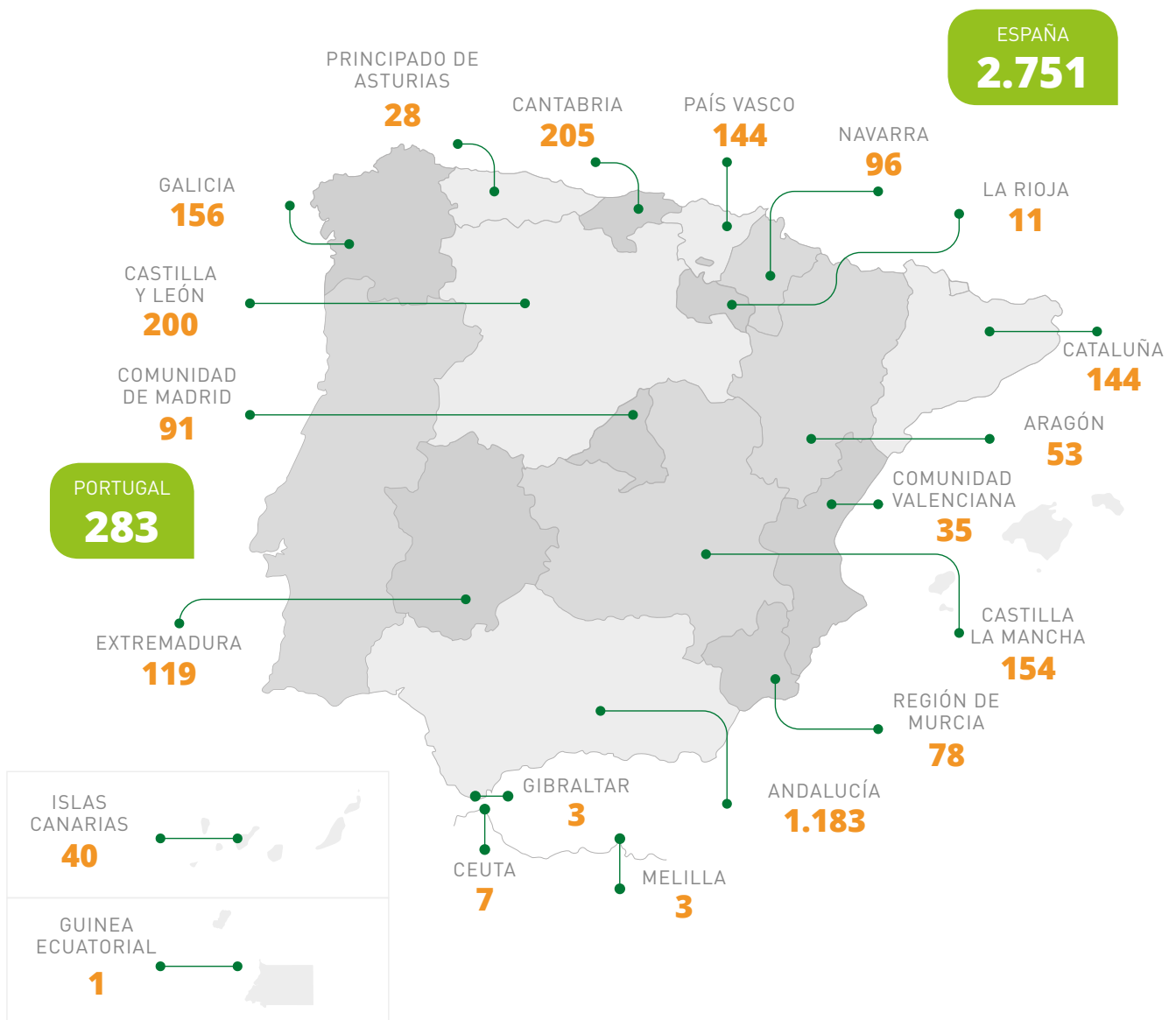
Covirán refuerza con esta apertura su capacidad logística, con una red compuesta por 30 centros (tres de ellos en Portugal) para dar un servicio

eficiente y de proximidad a todos los asociados. Un avance en el horizonte de su plan logístico 2020, en constante proceso de adaptación a los 3.034 supermercados ubicados en España y Portugal. Un modelo flexible basado en una gestión más eficaz en el suministro y reparto de mercancía.

El nuevo centro logístico de Sabadell complementa la operativa de la actual plataforma ubicada en Barberá del Vallés, con la gestión de productos frescos, refrigerados y congelados. Covirán quiere dar una cobertura completa a sus asociados, prestando especial interés al surtido de la sección de frescos, esencial en el modelo de negocio de los supermercados de proximidad.

A nivel nacional, de cara a 2019, Covirán tiene como estratégicas las zonas de Levante, o Baleares, así como el centro del país. Cataluña seguirá siendo foco de crecimiento y fuera del país, en Portugal, el proyecto tiene aún mucho recorrido, siendo prioritario en el plan de acción del nuevo ejercicio.





“**Tras la incorporación de DUSA, Grupo Detallistas Unidos S.A., Covirán ha reforzado su posicionamiento en Cataluña.**”

# Portugal

## LA CONSOLIDACIÓN DE LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL

El proceso de internacionalización de Covirán tiene en Portugal su máximo y más paradigmático exponente. El grupo no solo se ha consolidado en el país vecino, sino que mantiene un continuo proceso de evolución para adaptarse a las peculiaridades del mercado luso y cubrir las necesidades de sus 233 Socios portugueses.

Con este objetivo, Covirán Portugal ha protagonizado tres importantes hitos en 2018:

Estos nuevos servicios al Socio han supuesto un importante salto cualitativo que sitúa el cooperativismo de la mano de Covirán como la mejor y más segura alternativa para el detallismo independiente portugués.

La compañía, que en los últimos doce meses ha incrementado su cuota de mercado en Portugal del 0,85 al 0,88%, ha cerrado el ejercicio de 2018 con unas ventas brutas bajo enseña de 134 millones, lo que implica un crecimiento del 13,5% respecto a 2017.

Se cumple así el objetivo marcado de superar el 10%, lo que sitúa a Covirán como referente entre los supermercados de proximidad lusos.

La empresa continúa su ambicioso plan de expansión en Portugal, donde cuenta a finales de 2018 con 283 supermercados distribuidos por toda la geografía, incluyendo las dos regiones autónomas de Madeira y las Azores. Para prestar servicio logístico al norte, sur y centro, respectivamente dispone de tres plataformas situadas en Vila do Conde, Algoz y Sintra-Lisboa.

### 1.

La adecuación de su modelo logístico para ganar eficiencia, ahorrar costes y cubrir las necesidades de los Socios del Norte.

### 2.

La inauguración de la Escuela de Comercio lusa, cuya sede se ubica en la plataforma de Sintra, con la que la cooperativa vuelve a demostrar su decidida apuesta por la formación como pilar y motor de crecimiento.

### 3.

La expansión del modelo de fidelización a través del Club Familia y la incorporación de nuevos servicios para el Socio.





## UN MODELO LOGÍSTICO MÁS MODERNO Y EFICIENTE

El año 2018 ha estado marcado por la mejora del modelo logístico portugués con el cierre de plataforma de Aveiro y la apertura de la de Vila do Conde, un punto geoestratégico muy interesante para la compañía por su situación al norte, 50 Km por encima de Oporto.

Con este cambio, que se acometió entre febrero y marzo, se buscaba un doble objetivo: acercar la plataforma a los Socios del Norte, que se localizan principalmente en Viana do Castelo, próximos a Galicia, y mejorar la eficiencia del proceso logístico de reparto, ahorrando costes, que repercuten en el asociado.

La nueva plataforma, de dimensiones similares a la de Aveiro, pero mucho más moderna, arrancó con 250 referencias y actualmente cuenta con 1.200.

La inauguración de Vila do Conde ha supuesto pasar a un modelo de gestión cross-docking mixto que garantiza la rotación de la mercancía al incrementar la facturación -con lo que se reduce la posible pérdida por caducidad y el desperdicio alimentario- y mejora el aprovisionamiento del Socio. Paralelamente, se consiguen acuerdos con proveedores más atractivos al trabajar con pedidos mayores.

Uno de los grandes proyectos de cara a 2019 será el fortalecimiento de la gama de frescos (fruta, carne, yogur, congelados y 'take away'), un asunto clave en los establecimientos de proximidad.

La Cooperativa busca la mejor relación calidad/precio de sus frescos en el mercado luso, consiguiendo el mejor posicionamiento y la fidelización del cliente.



# El supermercado 10 de Portugal

## COVIRAN PLUS

El Nuevo Concepto en Portugal, Covirán Plus supone para la Cooperativa materializar la innovación en sus puntos de venta, algo clave para potenciar la rentabilidad, homogeneidad y verticalidad de los supermercados.

Nace Covirán Plus, el equivalente al supermercado 10 español, con sus diferencias e identidad propia que, a buen seguro, ofrecerá la máxima satisfacción a Socios y clientes.

La Cooperativa ha desarrollado el proyecto NCC en Portugal adaptándose a la realidad de este país y a las necesidades de sus Socios, ofreciéndoles un modelo de negocio que permite gestionar de forma autónoma y profesional cada supermercado, atendiendo las particularidades locales de cada uno, bajo el modelo cooperativo. En este país el modelo goza de personalidad propia, a través de un diseño innovador, integrando elementos tan distintivos propios como los azulejos en las secciones de servicio asistido, con materiales naturales como la madera que, sin duda, crean un ambiente acogedor.

La implantación del Nuevo Concepto en Portugal era una demanda solicitada por los Socios portugueses, convencidos de que les va a ayudar a ganar rentabilidad y a ofrecer una experiencia de compra excelente a sus clientes. La apuesta por los frescos en general, por una sección que fideliza tanto como panadería, incorporación de take-away, la diferenciación de secciones por colores, la cuidada iluminación y la estandarización del negocio que posibilita este modelo, permitirá fidelizar al consumidor e incrementar la rentabilidad de los supermercados, al igual que ocurre en España, donde el Nuevo Concepto tiene 10 años de experiencia.

A comienzo de 2019 está previsto inaugurar en el Algarve el primer NCC de Portugal, con un importante trabajo de adaptación del nuevo concepto al mercado luso, incluyendo por ejemplo el característico azulejo portugués en su diseño, como atractivo y elemento diferenciador que le conecta con el cliente local.

Ahora será el Nuevo Concepto en Portugal el que lidere la evolución del modelo más innovador y aportará nuevas líneas de desarrollo también para los supermercados españoles.



3. Un modelo que piensa en el futuro



# Expansión del Club familia luso

El programa de fidelización Club Familia Covirán, que se lanzó en 2017, ha sido un proyecto prioritario en Portugal, donde el uso de tarjetas de clientes está muy extendido, ya que las grandes cadenas suelen alternar promociones normales con descuentos adicionales por fidelización.

Para dinamizar la unión con el consumidor final se optó por un sistema de fidelización digital en el que, a través de un kiosco, los clientes pueden acceder a las promociones que le interesan e imprimir su ticket de descuento.

Tras testar el modelo en 2017 con pruebas piloto en varias tiendas a lo largo de 2018 se instalaron 33 kioscos digitales.

Los Socios del Consejo Social han participado activamente en la implantación del sistema, que se ha ido adaptando para incluir sus propuestas de mejora.



**Clube  
familia**

Nº TIENDAS FIDELIZADAS **32**

Nº TARJETAS ACTIVAS **10.501**

## Nuevos horizontes

Covirán Portugal espera consolidar a lo largo de 2019 el nuevo modelo logístico, vinculado con la política comercial que ha hecho posible optimizar al máximo los acuerdos con los proveedores, incrementado el nivel de servicio al Socio, un aspecto en el que se seguirá avanzando en próximos ejercicios.

Asimismo, se seguirá trabajando en incrementar a los Socios todas aquellas herramientas y servicios que les permitan ganar en competitividad y atraer nuevos clientes. El programa de Fidelización seguirá su desarrollo, incorporando nuevos establecimientos para ofrecer ofertas más atractivas al cliente final.

En líneas genéricas se espera que en el horizonte de 2020 el proyecto de Covirán en Portugal incorpore la mayoría de los servicios ofrecidos en España, con un objetivo ambicioso de llegar a las 400 tiendas. Además, el Nuevo Concepto de tienda dará en 2019 buenos resultados.

# Organizaciones

## EN LAS QUE ESTÁ PRESENTE COVIRAN EN PORTUGAL

Covirán está plenamente integrada en el tejido social portugués, formando parte de las asociaciones de empresarios portugueses, de asociaciones de empresas del propio sector, aquellas que se suman para hablar como una única voz ante los proveedores y en las corporaciones locales donde se ubican las propias instalaciones. Además, formar parte de estas organizaciones mejora el perfil profesional de las empresas asociadas porque indica que las mismas están comprometidas con su actividad y participan activamente en la evolución del sector.





04



# Las personas, protagonistas del éxito de Covirán

---

—



La razón de ser de las empresas de economía social son las personas. En Coviran esta es una máxima que trasciende a todos los niveles. El músculo y el corazón de la Cooperativa son sus Socios. Prestarles el mejor servicio a ellos es la misión de cada una de las personas que componen la plantilla. Este trabajo requiere también la implicación de los proveedores. En el foco están los clientes de los supermercados de la enseña y su satisfacción. Se trata de un engranaje que da sentido a nuestra máxima de ser una empresa con causa, que cohesiona territorios, que genera empleo y riqueza y la distribuye.

¡SOMOS COVIRAN!

# 4.1. Los Socios

LA ESENCIA QUE NOS DEFINE

Los Socios son los verdaderos protagonistas del impulso del modelo cooperativo de Covirán. Ellos ocupan un lugar destacado en el plan estratégico de la Cooperativa y son los artífices de la creación de empleo, de la generación de valor y riqueza territorial en sus entornos, y responsables de la buena marcha de la empresa.



## BALANCE SOCIAL 2018: MÁS COMPROMISO Y MÁS EMPLEO

El capital humano de Covirán resulta clave en el crecimiento y vertebración del territorio donde está presente. Hoy Covirán cuenta con 2.467 Socios con un alto grado de compromiso en el proyecto común de la Cooperativa, un activo imprescindible para conseguir resultados satisfactorios. Del número total de asociados, 2.244 están ubicados en la península, Ceuta, Melilla e Islas Canarias, y 223 tienen su negocio en Portugal.

# Covirán, un modelo que favorece el emprendimiento femenino

EL 49% DE NUESTROS SOCIOS SON MUJERES

Con su esfuerzo los Socios han contribuido a que 3.034 supermercados abran sus puertas cada día, de los cuales 2.751 están ubicados en España y 283 se encuentran en el país vecino de Portugal, lo que permite a Covirán mantener el 2º lugar en el ranking nacional del sector por número de establecimientos y conservar el liderazgo como primera cooperativa de detallistas independientes en la península ibérica.

En España, la presencia de la Cooperativa se extiende a 1.341 municipios.

En Portugal, la Cooperativa consolida su presencia en sus 18 distritos y en las dos regiones autónomas insulares correspondientes a los archipiélagos de las Azores y de Madeira.

Otro dato revelador sobre la implantación de Covirán en el territorio es el hecho de que la Cooperativa se mantenga un año más como la única enseña detallista con mayor presencia en los municipios españoles con menos de 10.000 habitantes, en concreto en 381 municipios que representan un porcentaje del 14,8%.

La implantación de Covirán alcanza el 26,7% en los municipios con menos de 2.000 habitantes, una evidencia más del papel cohesionador de Covirán en el territorio, facilitando la compra en pequeñas poblaciones y ofreciendo a sus habitantes una propuesta comercial competitiva.

La dimensión estratégica de Covirán queda reflejada en su actividad económica y en el impacto que genera en el territorio donde la enseña está implantada, logrando en 2018 unas ventas brutas de 1.372 millones de euros, un incremento del 2,5% respecto al año anterior.

Un resultado positivo también alcanza a la inversión de Socios y Cooperativa -26,3 millones en 2018- y a la consolidación del empleo, con 15.653 trabajadores en plantilla, una tendencia al alza que no se ha interrumpido en el último año gracias al dinamismo y el compromiso de los Socios en Portugal.

Evolución del número de Socios	Evolución del número de Socios		
	España	Portugal	TOTAL
2017	2.470	230	2.700
2018	2.244	223	<b>2.467</b>

## Evolución de la inversión

	2015	2016	2017	2018
<b>INVERSIÓN</b>	21 m	19 m	25,5 m	26,3 m
Covirán S.C.A.	8 m	5 m	10,5 m	13,25 m
Socios	13 m	14 m	15 m	13,05 m



## Evolución del empleo

	España	Portugal	TOTAL
2015	12.920	1.662	14.582
2016	13.326	1.600	14.926
2017	13.775	1.795	15.570
2018	13.758	1.895	15.653

# Escuela de Comercio Covirán



## TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TALENTO

El desarrollo de su talento es la mejor inversión que se puede hacer para afrontar los retos del futuro. En materia de Formación a Socios, en el año 2018 la Escuela de Comercio ha desarrollado 173 programas de formación para 1.539 alumnos, tanto socios como trabajadores o externos, una estrategia clave para mejorar la competitividad y rentabilidad de los supermercados.

Las aulas formativas de las plataformas de Granada –la que más cursos ha celebrado-, Dos Hermanas, Málaga, Coislada, Jerez, Motril, Lorquí, Vitoria, Mérida, Baza, Toledo, Jaén, Santander, Ejido, Córdoba, Puerto Real, Cartaya, Sintra, Algezira, Barcelona, Aveiro, Tenerife, Salamanca, Oporto, Lisboa, Madrid y San Sebastián han sido las protagonistas de estos programas.

Colectivo	Programas	Alumnos	Total horas
Socios	149	1.303	11.975
Internos	21	204	1.483
Externos	3	32	5.720
<b>TOTAL</b>	<b>173</b>	<b>1.539</b>	<b>19.178</b>



#### 4.1. Los Socios, la esencia que nos define

En el capítulo formativo ocupa un lugar destacado la innovación tecnológica aplicada al sector de la alimentación. El programa del software de gestión fue el que más aceptación tuvo por parte de los Socios en 2018. Un total de 291 asociados pasaron por las aulas de formación de Covirán para aprender el dominio de una herramienta imprescindible como es el software propio para la gestión óptima del supermercado.

Le siguieron los seminarios relacionados como la mejora de la gestión de puntos de venta, en los que participaron 207 Socios; cursos de formación sobre el Nuevo Concepto Covirán para incrementar la eficiencia y la rentabilidad de estos supermercados, que se impartieron a 149 Socios; o seminarios sobre elaborados cárnicos y formación online relacionada con la manipulación de alimentos a los que asistieron 107 y 105 asociados respectivamente.

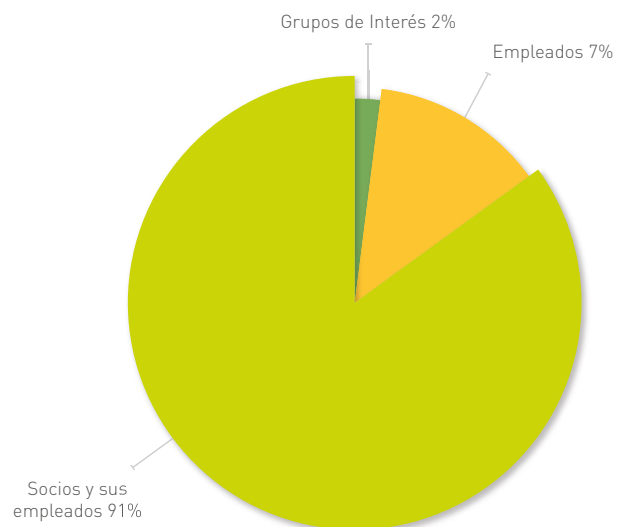
En Portugal, la formación más demandada por los Socios guardó también relación con el programa informático de gestión, Covigés, seguido por el programa Club Familia y la gestión del punto de venta.

En formación a los Socios se emplearon un total de 11.975 horas, dedicando más tiempo a la formación en materia de tecnología e informática (2.328 horas), NCC (2.280 horas), programa de bienvenida (1.944) y el programa Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial - EXDICO (1.430 horas).

Sobre el modelo de asistencia, prevalece la modalidad presencial frente a la formación online. Solo el 7% de los alumnos eligió la formación a distancia frente al 93%, que asistió a las aulas de la Escuela de Comercio Covirán o se acercó las diferentes sedes satélites que la Cooperativa tiene repartidas por España y Portugal. Cercanía también en materia formativa.



#### Tipología de alumnos 2018







## I EDICIÓN DEL PROGRAMA EXPERTO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EXDICO

EXDICO es una de las principales apuestas de Covirán, en la que participan 13 asociados y cuenta desde 2017 con la colaboración de la Fundación Empresa Universidad de Granada. Su objetivo es formar, desde una visión eminentemente práctica, al alumnado en la gestión y la dirección de las empresas de distribución comercial en el sector de la alimentación. En 2018 se concluyó con gran éxito la I Edición. La formación que comenzó el 20 de noviembre de 2017, ha finalizado el 14 de junio de 2018. Es un proyecto de innovación con dos públicos objetivo, que son los socios de Covirán y alumnos de los grados de la UGR, con un claustro de profesores que proviene de ambos ámbitos.

Los alumnos de esta primera edición han pasado por una sesión inaugural, once sesiones presenciales, acompañadas por módulos online, una formación teórico-práctica y la presentación y defensa de su proyecto empresarial.

EXDICO les permitirá además de un amplio recorrido de exploración y conocimientos de un sector como es el de la Alimentación, aumentar de manera exponencial sus posibilidades de empleabilidad; este escenario demanda profesionales formados en la gestión y dirección de superficies alimentarias, que han de atesorar una formación multidisciplinar e integral en estrategia comercial, gestión de equipos, gestión económica y contable, gestión del stock y seguridad alimentaria.

Los lazos que se crean con este proyecto entre Fundación General UGR-empresa, Fundación Covirán y Escuela de Comercio permiten un reconocimiento oficial y una puesta en valor al esfuerzo formativo a través de la experiencia profesional de los Socios y equipo formativo de Covirán. Desde Covirán y su Fundación se

continúa apostando por la profesionalización del sector y por la gestión del talento como estrategia vital de la Cooperativa.

También cabe destacar la formación en materia de Sostenibilidad y RSE aplicada al negocio, impartida a los Socios que van a abrir una tienda de Nuevo Concepto con objeto de sensibilizar a los trabajadores en materias como gestión de la diversidad, accesibilidad, atención diferenciada, eficiencia energética o gestión de excedente de alimentos.

Una de las palancas de Covirán y su Fundación es la alimentación saludable, por ello en 2018 se ha diseñado varios seminarios destinados a la quinta gama, la dieta mediterránea y el proyecto denominado "Fichas de frescos", todos ellos con el objetivo de aumentar el conocimiento de Socios y empleados en la venta consultiva, metodología de trabajo y conocimiento nutricional de estos productos.

Durante 2019 Fundación Covirán y su Escuela de Comercio incrementará la política de colaboración y alianzas con diferentes empresas, instituciones y fundaciones, para seguir construyendo en común como con empresas fabricantes en la gestión por categoría (como Heineken, Pascual, Nestlé o Campofrío), instituciones (como la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento o la Diputación de Granada), fundaciones y asociaciones (como Fundación La Caixa o la Asociación de Jóvenes Empresarios), empresas tecnológicas (Microsoft, Vodafone) o empresas financieras (La Caixa, Bankinter).

## Número de alumnos

Nº alumnos	Objetivo	Resultado	% Logro
Socios	1.585	1.303	82,2%
Covirán interno	200	204	102%
Externos	25	32	128%
<b>TOTAL</b>	<b>1.810</b>	<b>1.539</b>	<b>85%</b>

## Ediciones

Nº ediciones	Objetivo	Resultado	% Logro
Socios	153	149	97,4%
Covirán interno	20	21	105%
Externos	2	3	150%
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>173</b>	<b>98,9%</b>
Media alumnos por edición	10,3	8,9	86%

## Horas de formación

Nº horas	Objetivo	Resultado	% Logro
Socios	15.138	11.975	79,1%
Covirán interno	1.148	1.483	129,2%
Externos	2.474	5.720	231,2%
<b>TOTAL</b>	<b>18.760</b>	<b>19.178</b>	<b>102,2%</b>

## Número de usuarios

Nº usuarios	Objetivo	Resultado	% Logro
Alumnos formados	1.810	1.539	85%
Alquiler, cesión y visitas	2.759	2.158	78,2%
Responsabilidad Social	850	801	94,2%
<b>TOTAL</b>	<b>5.419</b>	<b>4.498</b>	<b>83%</b>

## Responsabilidad Social en la Escuela

Nº usuarios	Objetivo	Resultado	% Logro
Ediciones	16	20	125%
Usuarios	850	801	94,2%

# Promoviendo el talento interno

## A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN

La Escuela de Comercio es una herramienta fundamental en la cualificación de la plantilla a todos los niveles, de la que han podido disfrutar desde 2014, en diferentes formatos de programas formativos, Socios, empleados y equipo humano de la Cooperativa. Una mayor profesionalización de todo el equipo de Covirán, tanto de los Socios como de los empleados de la Cooperativa, asegura contar con los mejores profesionales, con el rico y diverso talento que marca la diferencia en una empresa como esta.

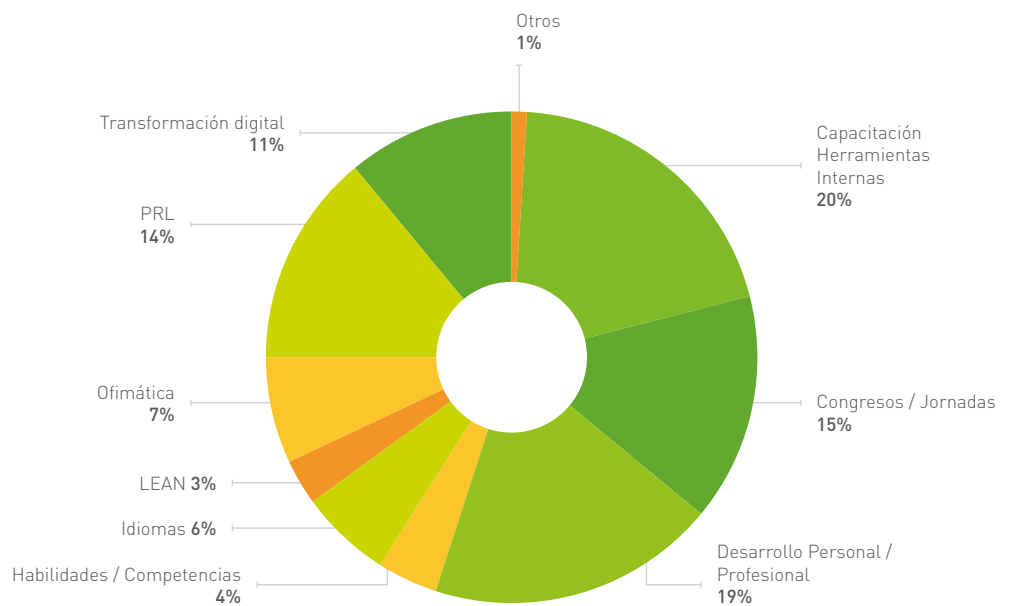
En cuanto a la formación de la plantilla, destaca la superación de muchos de los indicadores y objetivos marcados para el ejercicio, tanto en número de alumnos, como en las horas de formación. En 2018 se impartieron 1.483 horas de formación a la plantilla interna de la Cooperativa, lo que representa un 129,2% más que el objetivo fijado para el ejercicio, siendo la capacitación en herramientas internas, el desarrollo personal y profesional, la participación en congresos y jornadas son algunas de las acciones formativas más relevantes.

La plataforma digital continúa con su buena marcha ya que cada día usamos más las nuevas tecnologías, muestra de ello es la formación impartida en 2018 a un total de 110 alumnos. El portal Escuela Digital se ha convertido también en un recurso formativo, y con un portafolio muy útil para la plantilla de Covirán, sigue apostando por un portal de información y un amplio abanico de formación al alcance de todos. Una oportunidad para aprovechar la tecnología y ha sido 2018 un punto de inflexión para ser más fortalecer el conocimiento de las herramientas digitales e incrementar este canal formativo.

La Escuela de Comercio, es ya una pieza imprescindible en el impulso del talento en el seno de la marca que, por la vía de la formación, permite consolidar a la plantilla y ayudar en su evolución tanto laboral como profesional, que proyecta a la compañía hacia el futuro.



### Clasificación de la formación por acciones



### Alcance de la formación por sexo



# Escuela de Comercio portuguesa

## FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN AL SERVICIO DEL SOCIO

Para Covirán Portugal 2018 ha sido un año clave por la apertura de la Escuela de Comercio en Sintra. Con su inauguración el mes de noviembre el grupo refuerza su compromiso con la formación de Socios y empleados portugueses como elemento diferenciador de la competencia.

El centro formativo, y sobre todo de emprendimiento, con el que se impulsará la profesionalización del colectivo para potenciar su competitividad, nace además con la aspiración de transformarse en un canal de comunicación de la Cooperativa en Portugal. Sus instalaciones ya son un punto de encuentro e interlocución entre Socios y proveedores, que pueden hacer uso de este espacio para organizar jornadas. Un ejemplo de ello ha sido la jornada realizada en colaboración con Nestlé.

Además de un nexo con los proveedores, la Escuela también es un recurso para estrechar lazos con la sociedad portuguesa.

La sede de la Escuela de Comercio lusa ha mantenido la imagen moderna y eficiente de su homóloga en Granada, incluyendo innovadores recursos para la formación especializada en retail: tres aulas dotadas de tecnología punta,

un supermercado aula taller y un obrador de carnicería que permite ofrecer cursos prácticos.

Esta Escuela de comercio portuguesa, asegurará el mejor servicio al Socio dotándolo de las herramientas necesarias para la óptima gestión de su negocio, ahora desde Portugal y con recursos más especializados en la formación en retail: Supermercado-Aula Taller, tres aulas dotadas de la última tecnología, así como un obrador de carnicería para la impartición de cursos prácticos.

Con la nueva Escuela de Comercio Covirán de Sintra, las expectativas son muy ambiciosas con el desarrollo de una importante oferta formativa donde destaca: el Programa de Bienvenida para las nuevas incorporaciones de Socios, el Programa de Desarrollo Detallista para seguir avanzando en la cualificación profesional de los Socios ya incorporados a la cooperativa o Programas específicos en Producto Fresco y Gestión por categorías, para lograr la máxima especialización.

Los responsables de impartir estos cursos serán formadores internos certificados.

Programa 2018	Alumnos	Nº ediciones
GESTIÓN PUNTO DE VENTA	6	1
CLUB FAMILIA	28	3
COVIGES 2X	39	3



## ABIERTOS A LA SOCIEDAD

A través de la Escuela de Comercio lusa, Covirán ofrecerá servicios adicionales al Socio, como un canal personalizado para encontrar personal para sus supermercados. Con esta idea, ya se ha alcanzado un acuerdo con el Instituto de Empleo portugués y con la compañía de recursos humanos Adecco Portugal para la localización de candidatos con el perfil adecuado.

Con iniciativas como esta, la Escuela demuestra su eficacia como canal de comunicación capaz de generar soluciones a necesidades detectadas por el Socio.

La Escuela también ha estrechado los vínculos con organizaciones como la Cámara de Comercio luso-española, la asociación empresarial de mayor relevancia en el mercado portugués, que organizó una jornada en su sede. Más de una veintena de directivos acudieron al encuentro, en el que se dieron a conocer el potencial de las instalaciones.

Desde ella se trabaja, asimismo, para cerrar un protocolo con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda) para que Covirán Portugal se transforme en punto de referencia para el empresariado andaluz del sector que desee entrar en Portugal.

Gracias al centro de formación se lanzarán, por último, diversos proyectos de responsabilidad social con organizaciones como Aldeas de Crianzas (Aldeas Infantiles), ONG con la que ya se ha colaborado, Cruz Bermeya (Cruz Roja) o Banco de Alimentos, entre otras, con las que se alcanzarán acuerdos para el uso gratuito de las instalaciones para emprender sus acciones sociales.

Para llegar al consumidor final se trabaja para establecer un plan marco de responsabilidad social que permita impulsar iniciativas similares a las gestadas en España, con foco en la promoción de una alimentación saludable.

# Cadena de suministro

## MEJORES, MÁS EFICIENTES

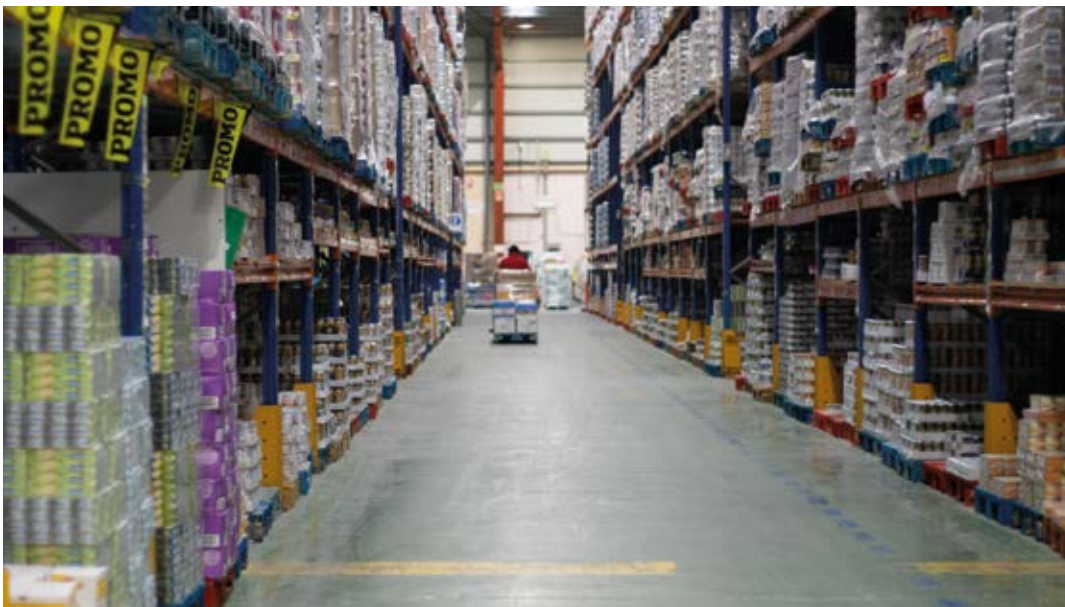
Covirán trabaja desde hace años en mejorar la rentabilidad del Socio y la eficiencia en toda la cadena de suministro con el objetivo de que también repercuta de forma positiva en el cliente. La Cooperativa ofrece un servicio integral que busca optimizar la cadena de distribución y mejorar la eficiencia de la red logística.

En 2018 Covirán ha seguido realizando avances importantes con el objetivo de ofrecer una visión completa al asociado de sus pedidos de mercancía, rutas de reparto y tiempos de entrega de la mercancía para que pueden planificar su día de trabajo. De esta forma, se mantiene el contacto continuo y se incrementa la atención al mismo. Una tecnología que, además, mejora el rendimiento de la flota y disminuye el gasto de combustible, logrando ambos objetivos positivamente.

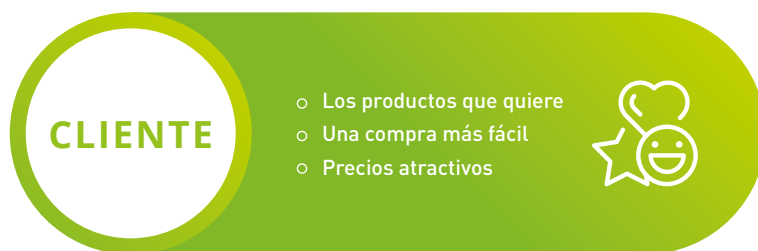
En 2018 el nivel de servicio que la Cooperativa ha ofrecido a sus Socios se sitúa en el 96,6% frente al 94,3% de media en el sector, mejorando año tras año e intentando ser más precisos en la demanda.

La implantación de la metodología Lean en las plataformas de distribución permite tener bajo control el proceso de reparto y entrega de pedidos a sus Socios y mejorar continuamente los procesos. También se han establecido sinergias con el fabricante para lograr mayor competitividad de cara al consumidor, trabajando con una red logística más eficiente que garantice la calidad de los productos frescos y los tiempos de servicio, con las particularidades de nuestra gran capilaridad.

De cara al futuro más inmediato, ya se trabaja en pruebas piloto para la automatización de los pedidos, la gestión digital contable y colaborando con fabricantes y proveedores para fomentar un crecimiento compartido y sostenible. Todo, para la mejora de la cadena de suministro, con un enfoque claro al punto de venta y con el fin último de satisfacer al cliente final.



# Ponemos a disposición del cliente lo que busca



Covirán sigue avanzando con nuevos proyectos para ser más competitivos ahora y en el futuro. En 2018 se ha materializado el Proyecto de adecuación del surtido punto de venta y que finalizará con los productos no perecederos en 2019.

El objetivo del proyecto surtido es incrementar las ventas de los Socios, la rentabilidad de sus lineales a través de una mejora en la experiencia en tienda del cliente. Covirán ofrece a sus Socios recomendaciones de surtido, precio y promociones adaptadas a la realidad de sus tiendas y sus clientes.

Se trata de un proyecto colaborativo para conquistar a los consumidores a través del cuidado y enfoque en las categorías clave.

En el proceso de desarrollo de la gestión por Categorías en Covirán se incluyen estrategias y tácticas en surtidos, espacios, promociones, precios, publicidad para cada categoría de productos, por establecimiento y por zona, y para ello se utilizan herramientas informáticas que orientan en la toma de las decisiones.

La metodología para su buena implantación exige una selección de categorías clave para

ofrecer a los clientes el mejor surtido, una gestión del lineal en base a la demanda que permitirá, sin renunciar a la amplitud, cubrir todas las necesidades de los clientes.

El resultado será un surtido óptimo y personalizado a cada supermercado Covirán.



# Atención personalizada y de calidad

## EL EQUIPO DE VENTAS

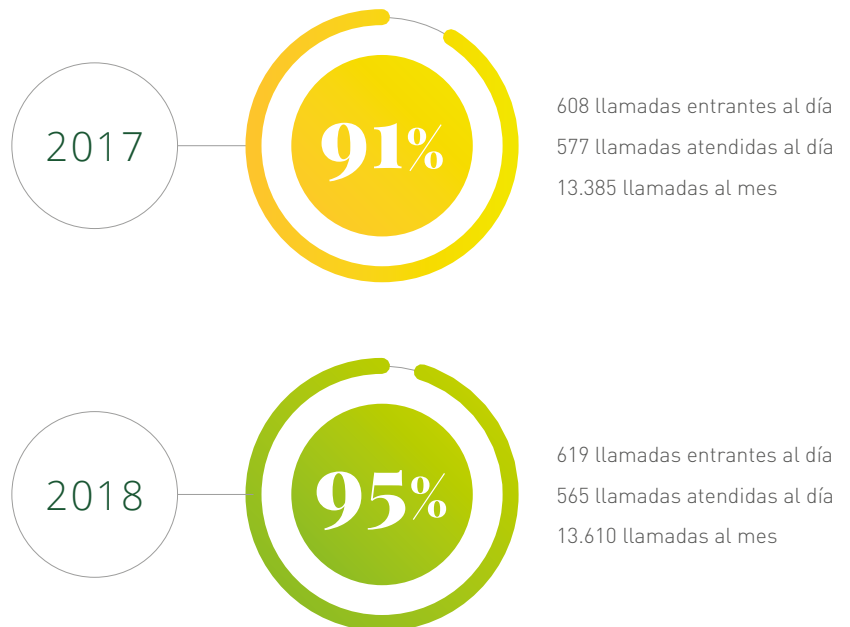
En el mercado actual, cada vez más competitivo y exigente, es fundamental contar con un equipo de Ventas partícipe de las necesidades de la organización. Este aspecto es aún más importante en una empresa como Covirán que apuesta por un servicio cercano, traduciéndose esto a todos los aspectos del negocio. El equipo de Ventas, dada la gran capilaridad de la empresa, es una pieza fundamental en la estructura de la Cooperativa puesto que se convierte en un nexo esencial con los Socios con independencia del territorio donde estén ubicados. Son sin duda la referencia personal y un vínculo clave para el detallista. Generar un alto nivel de confianza y sentir la cercanía son premisas básicas que este equipo comparte con el Centro de Atención al Socio y al Cliente, siempre preparado para ofrecer una respuesta certera y a tiempo a Socios y clientes.

Cercanía generadora de confianza y valor en el negocio.

### CENTRO DE ATENCIÓN AL SOCIO Y AL CLIENTE

En 2018, el CASC atendió 152.318 llamadas, de las cuales el 27% quedaron cerradas en un primer contacto, seis puntos más que en 2017. Covirán logró atender el 95% de esas llamadas, mejorando en cuatro puntos los resultados del ejercicio anterior.

### Llamadas atendidas



# Ayudas a la modernización

Covirán dispone de personal especializado para asesorar al Socio de forma continua sobre aspectos relacionados con el negocio, en concreto sobre ayudas y subvenciones para la modernización de los puntos de venta, el proceso de transformación digital o posibles inversiones que quiera realizar en su supermercado.

La Cooperativa pone a disposición de sus asociados un servicio de gestión personalizado que informa de las ayudas y subvenciones. En 2018 se atendieron, 894 solicitudes de información frente a 739 del año anterior; 230 consultas de ayudas, se desarrollaron 50 campañas de información con una inversión solicitada de 1,5 millones frente a las 48 campañas de 2017, con una inversión de 1,4 millones.

**En 2018 se estableció una línea de incentivo para los Socios adscritos a las plataformas de San Sebastián, Vitoria, Santander y Pamplona, dotada con un millón de euros a fondo perdido.**

## Gestión de subvenciones

	2017	2018	Balance
Consultas	356	230	-126
Campañas activas	48	50	+2
Llamadas	739	894	+155
Inversión solicitada	1.417.504,48 €	1.513.765,06 €	+96.260,58 €
Inversión gestionada	1.782.469,98 €	1.678.017,22 €	-104.452,76 €
Inversión admitida	679.218,33 €	680.176,59 €	+958,26 €
Subvención entregada	322.393,03 €	274.144,93 €	-48.248,10 €

En 2018 se estableció una línea de incentivo para los Socios adscritos a las plataformas de San Sebastián, Vitoria, Santander y Pamplona, dotada con un millón de euros a fondo perdido y destinada a la mejora de los supermercados en apartados concretos: mejoras de fachada e identificación, informática, estanterías y perimetrales, equipamiento de frío, punto caliente de pan y kiosko Club Familia entre otros. La inversión económica aprobada finalmente en 2018 ha sido de 500.426 euros y 66 los proyectos aprobados.

Estos incentivos a la modernización se seguirán desarrollando en otras zonas geográficas de cara al futuro.

En lo concerniente al proceso de transformación digital de los supermercados, la Cooperativa mantiene su apuesta por dotar a los Socios de las herramientas tecnológicas que permitan mejorar la gestión de su negocio y la atención a sus clientes.

En este sentido, cabe destacar el impulso que se está dando al software de gestión, Covigés, para adaptarlo a las necesidades y demandas reales de los Socios.

Una potente herramienta para lograr más eficacia y rentabilidad que se encuentra ya instalado en 951 establecimientos, de los que 225 lo han incorporado durante 2018. En 2019 se irán migrando las 774 tiendas restantes.

# Campañas para fidelizar al socio

Covirán no trata solo de fidelizar al cliente sino que busca fortalecer el vínculo con el Socio a través de acciones que repercutan de forma positiva en los resultados de su negocio. En el área de Marketing se han diseñado varias campañas personalizadas con el Socio, acciones directas y campañas de publicidad en medios masivos que atraen la atención del cliente. Son muchas las dinámicas e iniciativas gestadas para incentivar las compras y, sobre todo, las ventas del Socio y, cómo no, premiar a los asociados más comprometidos con la Cooperativa. Las acciones más destacadas fueron las siguientes:

## MARKETING RELACIONAL

Campañas que crean relaciones cercanas y duraderas con los clientes, permitiendo que tanto los Socios como el cliente mismo consigan mejores beneficios de la relación.

### CAMPAÑA VERANO

67 tiendas se adhirieron a la acción de entrega directa de un elemento tan atractivo en verano como son las sombrillas.

### COVILIGA PORTUGAL

La Coviliga, una competición desarrollada en España desde hace años, se replica también en Portugal. Su objetivo es recompensar el esfuerzo del socio y su integración con la empresa, en este caso, en relación con los productos de marca Covirán. El premio ha sido para los 25 Socios que han conseguido el objetivo, quienes disfrutaron de un viaje de convivencia a Budapest, del 23 al 27 de mayo.



## TRADE MARKETING

Durante 2018, se han desarrollado y ofrecido al Socio diversos servicios Trade Marketing.

La comercialización de espacios publicitarios en el canal multimedia y actualización del Canal Covirán, con objeto de adaptarse a las preferencias de nuestros clientes.

### CAMPAÑAS DE TRÁFICO Y NOTORIEDAD

Colección Cuchillos San Ignacio ➔



### CAMPAÑAS DE TELEMARKETING

Campañas directas a través del teléfono con productos relevantes. 10 campañas en 2018 en las que se establece una conversación personal entre el Socio y su Cooperativa, recibiendo un servicio adicional.



### MARKETING PERSONALIZADO

220 acciones personalizadas y 74 acciones a través del Club Familia en las que se establece una relación directa y única con cada Socio. Es un diálogo en el que se escuchan y atienden sus necesidades personales y el Socio siente que es importante para su Cooperativa.

### CAMPAÑAS DE COLABORACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES

63 acciones en colaboración con los fabricantes para aportar valor añadido a las tiendas y a los clientes.

### ACCIÓN LEVADURA ROYAL

Concurso exposiciones ROYAL, en el que se premió a las 3 mejores con un viaje para 2 personas (Praga, Londres o París).

### ANIVERSARIO DE PORTUGAL

Para compartir este hito con Socios y Clientes, se desarrollaron diversas mecánicas que generan notoriedad, tráfico y ventas. Se adhirieron 134 tiendas.



### ¡DE VUELTA!

Campaña que ofrece una exposición destacada en la sala de ventas con productos de impulso, con cuatro referencias destacadas. 74 supermercados se adhirieron a la campaña.

### BONUS 2018 ESPAÑA

De nuevo esta mecánica de fidelización de la Cooperativa en materia de compras que en esta edición ha contado con 741 Socios participantes; el 54% de los Socios participantes recibió bonificación dentro de esta campaña.



← Campaña ciclomotores Eléctricos

Lotería Navidad Bruja de Oro →



12 campañas para dinamizar el punto de venta, que cubren los gustos y necesidades de los clientes sobre temas específicos (cocción, vuelta al cole, calefactores).

# Una familia que crece

En 2018, 1.017 tiendas están adheridas al Club Familia, ese núcleo de confianza, de 'familia' que sigue creciendo un año más. Es una forma de consolidar un programa que repercute directamente en los clientes, con importantes beneficios y ventajas como descuentos, cheques regalo, promociones segmentadas, premios y, todo, para ayudar a las familias y formar parte de su vida.

El Club Familia pretende estrechar lazos, conectar con el cliente cada vez más y mejor. Y lo hace ofreciendo ahorro en la cesta de la compra y con la vista puesta en alinear cada vez más lo que el cliente le pide a Covirán y lo que los supermercados son capaces de ofrecerle.

Tras la implantación del Kiosko digital -que está logrando ofertas más personalizadas y una mejor experiencia de compra-, se ha seguido indagando en fórmulas que aumenten la conexión del cliente con su tienda. Y se ha hecho con campañas como la realizada a mediados de 2018, 'Muévete en verde', con un sorteo de ciclomotores eléctricos para premiar la fidelidad de los clientes y sorprenderles con acciones que además, refuerzan el compromiso con el medio ambiente y su apuesta por la sostenibilidad.



## EL CLUB FAMILIA EN 2018

TARJETAS DEL CLUB

**625.000**

Nº TARJETAS  
CON COMPRAS

**222.515**

Nº TICKETS  
FIDELIZADOS

**10.613.235**

Nº TIENDAS  
FIDELIZADAS

**1.011**

BENEFICIOS EN  
DESCUENTOS

**248.560€**

EN PORTUGAL

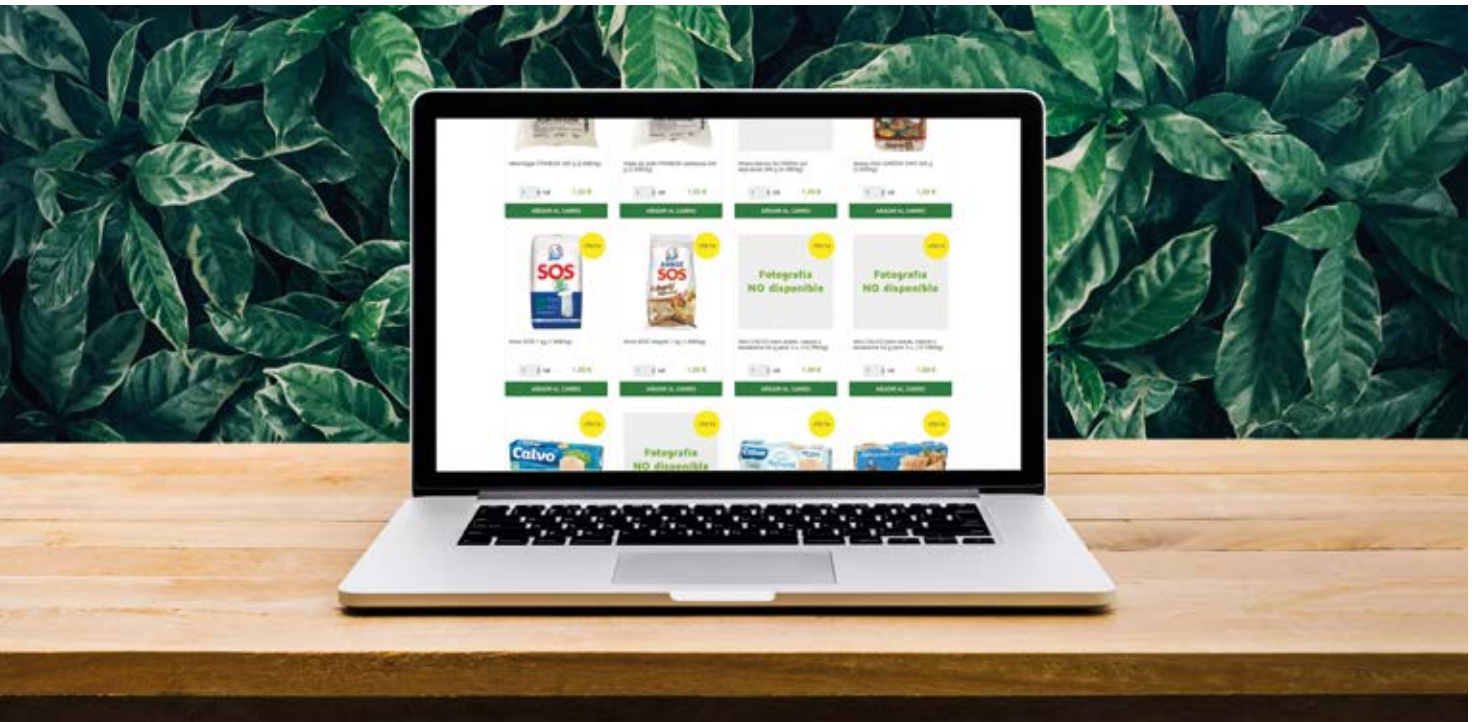
TARJETAS DEL CLUB

**10.501**

Nº DE TIENDAS

**32**





## Los desafíos que afrontan los Socios en un futuro inmediato

Covirán ha alcanzado su dimensión actual gracias a los 2.467 Socios y a sus más de 15.000 empleados. Con el espíritu de superación que caracteriza a la Cooperativa, la compañía está inmersa en un proceso de transformación y modernización para poner a disposición del Socio las herramientas y los servicios necesarios para ganar en rentabilidad y dar respuesta al cliente actual.

Desde la tecnología más innovadora para la gestión más eficaz pasando por la formación personalizada, la estrategia comercial, el servicio de gestión de ayudas y subvenciones, o el Servicio de Prevención Mancomunado. Covirán ofrece una solución integral para el punto de venta que también incluye información en materia de sanidad y consumo, correduría de seguros y asesoramiento continuo. Todo

lo necesario para el crecimiento de cada establecimiento.

Además de la modernización de los puntos de venta, en 2018 se ha trabajado en el portal o plataforma e-commerce, cuyo objetivo es facilitar la compra del Socio a su plataforma a través de mecanismos digitales. De cara a 2019, comenzarán las primeras pruebas piloto.

Sin duda, es un primer paso para abordar proyectos futuros y nuevos desafíos de la mano de la digitalización e innovación que tendrán también reflejo en el sector del retail. Por delante, se presenta un nuevo horizonte de oportunidades que mejorarán la gestión e incrementarán la competitividad de cada uno de los supermercados de la Cooperativa.

# Red logística

## OPTIMIZAR LA DISTRIBUCIÓN, GANAR EFICIENCIA

La Cooperativa mantiene en el horizonte su plan logístico 2020, en constante proceso de adaptación a los más de 3.034 supermercados ubicados en España y Portugal. Un modelo flexible que centraliza en unas plataformas de primer nivel los surtidos completos, mientras que otras acercan los surtidos básicos a los supermercados. A su vez se han creado las zonas norte y sur para una gestión más eficaz en el suministro y reparto de mercancía. Sin duda, la capacidad de adaptación a los Socios y a sus tiendas, así como la implementación de la innovación en la cadena logística, permitirá incrementar los ratios de eficacia y la calidad en el servicio y siempre, con las miras puestas en la sostenibilidad y en reducir el impacto de su actividad en el medio ambiente.

La expansión de Covirán en el último año y el volumen de negocio generado no sería posible sin la red logística que la empresa ha desplegado en España y Portugal para seguir liderando el detallismo independiente en ambos países. Las 30 plataformas de las que disponía Covirán a final de 2018, tres de ellas en Portugal, suman 428.326 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.





## SERVICIO COMPLETO AL SOCIO EN CATALUÑA

Covirán inauguró en el mes de noviembre de 2018 una nueva plataforma logística en Cataluña. Ubicada en Sabadell, la instalación está especializada en la gestión de productos frescos, refrigerados y congelados. Con esta incorporación, la Cooperativa alcanza los 30 centros logísticos en España y Portugal, para dar un servicio eficiente y de proximidad a todos los asociados, más allá de su ubicación geográfica.

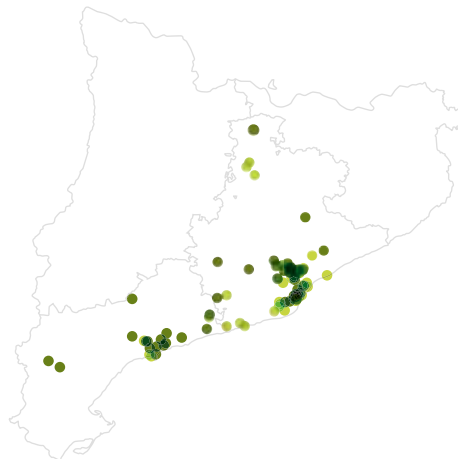
La inversión en esta plataforma, que complementa a la ubicada en Barberá del Vallés, ha sido de dos millones de euros. Con cinco muelles de carga y descarga, el centro se asienta en una parcela de 5.000 metros cuadrados, de ellos 2.862 metros construidos, en su inmensa mayoría destinados al surtido.

Para Covirán es importante dar una cobertura completa a sus Socios, prestando especial interés al surtido de la sección de frescos,

esencial en el modelo de negocio de los supermercados de proximidad. En este sentido, la plataforma logística de Sabadell contribuye a optimizar el servicio a los detallistas de Cataluña adheridos a la Cooperativa

Con esta apertura, Covirán refuerza su posicionamiento en territorio catalán, tras su firme apuesta en los últimos años.

En 2017, la incorporación del grupo DUSA, con una plataforma ubicada en Barberá del Vallés, con 6.114 metros cuadrados, supuso un importante hito, que permitió un crecimiento notable en la dimensión de Covirán, no solo en Cataluña, también en el conjunto de la península ibérica, fortaleciendo su red logística.



## CRECE PORTUGAL

En la actualidad Covirán cuenta con tres plataformas de distribución en Portugal, ubicadas en Vila do Conde, Algoz y Sintra, sumando 56.158 metros cuadrados de sala destinada al servicio de los Socios portugueses.

En 2018 la plataforma de Sintra ha sido adquirida en propiedad y ha incrementado los servicios destinados a los Socios, aumentando su capacidad en un 30%.

El salto cualitativo de Covirán se cimenta en la eficiencia operativa de su red logística para imprimir celeridad al modo de suministro y reparto de las mercancías. Las 30 plataformas que dispone la Cooperativa, 27 en España y 3 en Portugal, garantizan la rápida distribución de los productos y un servicio de proximidad al Socio de calidad, con independencia de su ubicación, algo especialmente relevante en un modelo tan capilar como este.

## EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD

El proyecto de transporte capilar y los servicios asociados a la distribución ahorran también costes en los desplazamientos y tienen menor impacto contaminante en el entorno. Se ha mejorado la planificación y monitorización de rutas, lo que se ha traducido en un ahorro en los tiempos de entrega de mercancías, kilómetros recorridos y combustible empleado.

La propia red logística busca perfeccionar los procesos de recepción, almacenaje y preparación de pedidos a tiendas de manera automática para mejorar la eficiencia interna y reducir costes.

La implantación de centros logísticos distribuidos por la península también ha potenciado la economía local y ha favorecido la creación de empleo. La puesta en marcha de nuevas plataformas logísticas genera oportunidades laborales para muchas personas y se traduce en el crecimiento de las economías locales.

### MAPA FLUJO DE VALOR BÁSICO



## PLATAFORMAS

**Covirán cuenta con 27 plataformas en España y 3 en Portugal que suman una superficie total de sala de ventas al Socio de 428.326 metros cuadrados.**

### Red de plataformas

ID	Plataforma	Provincia	Total m <sup>2</sup> construidos	Total m <sup>2</sup>
1	Atarfe	Granada	24.725	55.501
2	Motril	Granada	5.936	8.050
3	Baza	Granada	3.932	11.647
4	El Ejido	Almería	6.384	10.159
5	Jaén	Jaén	4.575	7.946
6	Andújar	Jaén	2.490	10.060
7	Puerto Real	Cádiz	5.723	13.600
8	Jerez	Cádiz	5.555	11.500
9	Cartaya	Huelva	4.713	5.120
10	Casabermeja	Málaga	8.480	15.000
11	Dos Hermanas	Sevilla	11.293	30.495
12	Hernani	Guipúzcoa	1.096	1.096
13	Santander	Santander	9.798	19.100
14	Pamplona	Navarra	5.759	5.759
15	Lorquí	Murcia	4.700	13.600
16	Córdoba	Córdoba	3.053	8.578
17	Vitoria	Álava	6.615	17.483
18	Zamora	Zamora	3.615	13.000
19	Mérida	Badajoz	10.442	26.415
20	Toledo	Toledo	6.721	22.000
21	Zaragoza	Zaragoza	4.000	4.000
22	Ponferrada	León	2.525	4.000
23	Santiago	A Coruña	7.200	13.000
24	Coslada	Madrid	12.635	21.000
25	Vila do Conde	Porto	4.480	8.606
26	Algoz	Faro	10.076	27.552
27	Sintra	Lisboa	9.500	20.000
28	Tenerife	Canarias	4.742	5.270
29	Barcelona	Barcelona	6.144	18.789
30	Sabadell	Barcelona	2.862	5.101
			<b>196.907</b>	<b>428.326</b>



# 4.2. Los empleados

## EL TALENTO QUE NOS DIFERENCIA

### INVERTIR EN LAS PERSONAS NOS HACE CRECER

La consolidación del negocio de Covirán, así como su proceso de expansión y mejora de servicios, ha ayudado en este último año a mantener y mejorar una plantilla, que tampoco deja de crecer. Actualmente en el grupo Covirán trabajan ya 1.286 personas para dar soporte y servicio al Socio, de las cuales un 86% tienen un contrato indefinido. Si sumamos el empleo generado en los puntos de venta, la cifra asciende a 15.653 personas.

Aunque la mayor parte de la plantilla se concentra en Andalucía, y especialmente en Granada, donde se encuentra la sede central y los orígenes de la marca, el peso relativo de esta ha disminuido con la expansión de las plataformas que garantizan la capilaridad de nuestra red logística.



# Juntos, avanzamos

Desde hace varios ejercicios se emplea la metodología LEAN en la búsqueda de optimizar los procesos de trabajo en la empresa para minimizar las tareas innecesarias o ineficientes e integrar a la plantilla en la gestión de dichas mejoras.

Una de las premisas principales de esta metodología, que comenzó implantándose en Operaciones pero ya es transversal a todas las áreas, es la eliminación de MUDAS (Tareas que no aportan valor al proceso y que son innecesarias).

La eliminación de 'mudas' ha supuesto unos ahorros económicos a la empresa de 197.753 euros en 2018.

Entre las actividades principales de la Oficina Lean de Covirán para la implicación de la propia plantilla en los procesos de mejora se encuentra el buzón de sugerencias, que en 2018 ha recibido 365 sugerencias en el total de sus plataformas. De estas sugerencias hemos tramitado y cerrado 228, un 62% de las recibidas. El tiempo medio de cierre de las sugerencias ha sido de 105 días.

El año 2018 ha sido fundamental también la digitalización de las operaciones y el trabajo en equipo. La gran dispersión de las plataformas y el gran volumen de información que se genera exige incrementar la coordinación y evitar el retraso en las operaciones.

Para mejorar el ámbito de la comunicación, se han implantado herramientas que facilitan al equipo el acceso, tratamiento y uso de la información y se ha diseñado un portal específico para operaciones donde comparten en la NUBE toda la información. Digitalizar la lista de tareas, además de facilitar su correcto cumplimiento, también es una gran fuente de datos para la Cooperativa, que puede trabajar así para mejorar sus protocolos.

Finalmente, para incrementar la participación de las personas en la organización, existe en las plataformas la figura de "El Champion" cuya función principal es la de impulsar la filosofía LEAN desde la base. En 2018 han recibido formación que les capacita para interiorizar esta filosofía de trabajo y poner en marcha los proyectos de mejoras necesarios.

Figuras como el Champion materializan el espíritu mejora continua a través de los propios trabajadores, convirtiéndose en un referente para el resto de compañeros. Su reconocimiento permite visualizar al resto de los equipos la importancia de su implicación y de sus aportaciones, posicionándolos como una pieza fundamental en las mejoras en cada plataforma. Durante el ejercicio 2018 Covirán se ha esforzado para dotar a estas personas de recursos y herramientas que le ayuden a lograr una posición influyente dentro de la organización y de sus propias plataformas.

*Eduardo Perez Monedero (Toledo), Ganador Proyecto LEAN 2018*



# Los empleados impulsan la transformación digital

Si para Covirán hay algo claro, es que el impulso a la innovación, al progreso y a cualquier transformación que la empresa quiera acometer ha de ser promovida desde dentro por las personas que conforman la organización. Así, en 2018 los empleados de la empresa han sido los protagonistas de programas que sitúan a las personas en el centro de su proceso de transformación digital y de su progreso.

Covirán está trabajando hoy en su digitalización, fundamental en un entorno en constante cambio y cada una de las personas que componen la organización han de ser promotoras de este cambio gracias a una cultura ligada a una mayor confianza y transparencia, implícitas en esta transformación digital. En este ejercicio, los colaboradores internos se han convertido en los mejores embajadores de su marca, convirtiéndose esto en una ventaja competitiva

Se trata de un proceso de evolución en la empresa a todos los niveles con el fin de ganar eficiencia gracias a un mejor aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de la participación activa del empleado, entendiendo el papel capital que éstos tienen en la construcción de

una buena experiencia de cliente y servicio al socio. Una forma nueva de hacer las cosas que mejora los procesos y el resultado obtenido al aprovechar las grandes oportunidades que ofrece la digitalización.

Entre los diferentes programas materializados en 2018 se encuentra **Embajadores Covirán**. A través de él, los empleados se han convertido en los mejores prescriptores de la marca, participando activamente en las iniciativas de la empresa, compartiendo en primera persona su experiencia de empleado y promoviendo el orgullo de pertenencia a la enseña.

En la actualidad y más aún, en el ecosistema digital, son los propios empleados quienes ofrecen un testimonio más creíble, dotando a las marcas de una personalidad que conecta con el consumidor. En esta era digital, es una práctica común tener en cuenta la opinión de personas que han vivido de primera mano una experiencia con una determinada marca, siendo los colaboradores un pilar clave en la estrategia de cualquier compañía por su gran capacidad de influencia en la reputación corporativa.



**Digital Team** ha sido la denominación de un grupo de colaboradores que se han convertido en punta de lanza para la adopción de programas y tecnologías asociadas a la mejora de la productividad en la empresa, gracias a la palanca tecnológica y a las ventajas de la digitalización. Estas personas están ayudando a Covirán en la promulgación del uso de nuevas herramientas (OneDrive, Teams, Planner...) así como en la implantación de procesos y proyectos digitales.

A lo largo de los doce meses se han realizado diversas dinámicas y acciones formativas con ambos grupos, potenciando un cambio que pasa sin duda, por la activa participación y compromiso de las personas.

El empleado debe convertirse en el socio interno estratégico para materializar este proceso de transformación, imprescindible para la sostenibilidad y el futuro de cualquier enseña. Ante una tecnología de uso generalizado, Covirán ha entendido bien que son las personas quienes marcan la diferencia.



**embajadores**

coviran #digital



**digital team**

coviran #digital



# Análisis de la plantilla

2018

## Distribución por edad y género

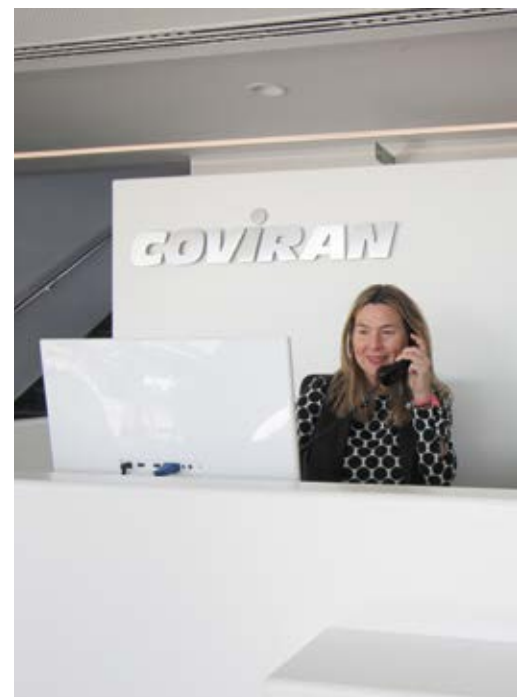
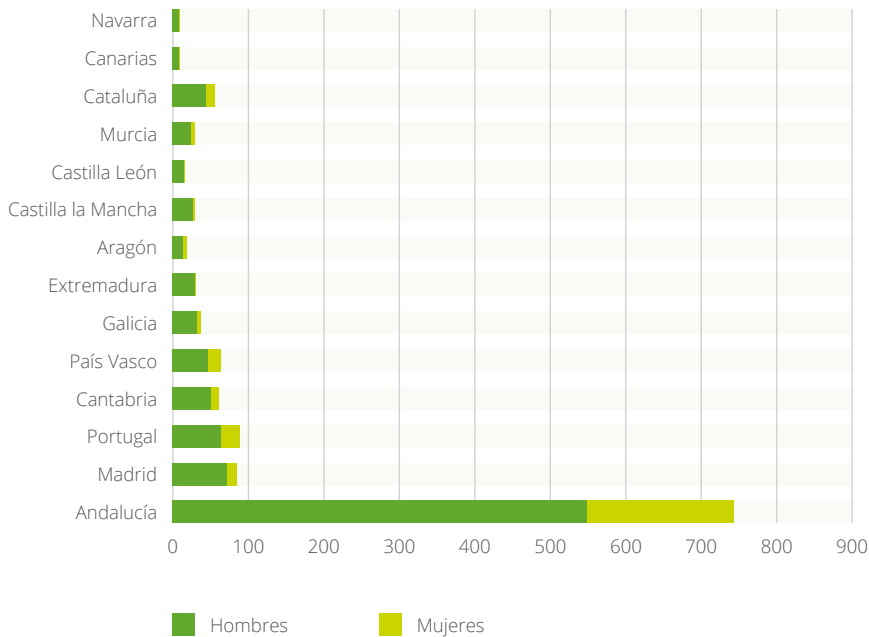
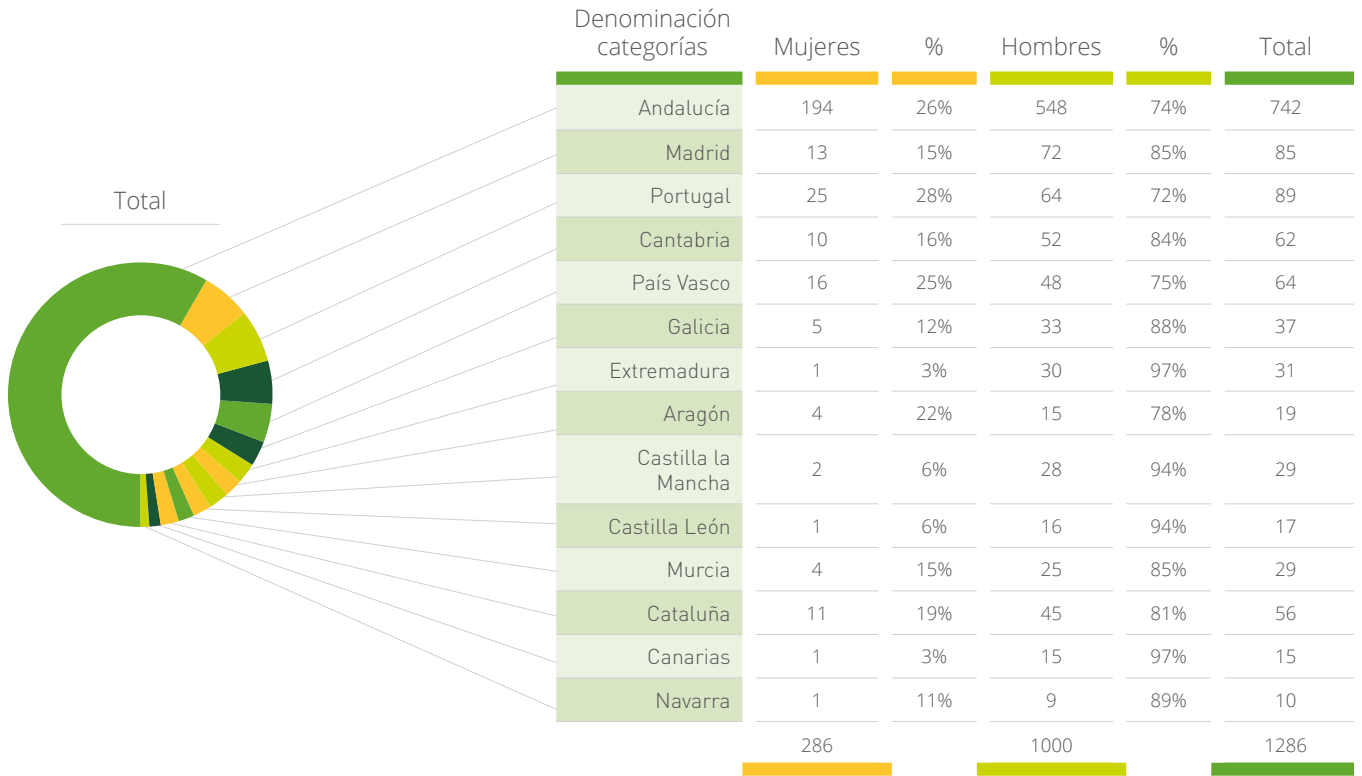
Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Menores de 30	24	17,91%	109	82,09%	133
De 30 a 50	221	23,30%	727	76,70%	948
Mayores de 50	42	20,19%	164	79,81%	206
	<b>286</b>		<b>1000</b>		<b>1286</b>

## Distribución por tipo de jornada y género

Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Tiempo Completo	261	21,12%	975	78,88%	1236
Tiempo Parcial	25	50,00%	25	50,00%	50
	<b>286</b>		<b>1000</b>		<b>1286</b>



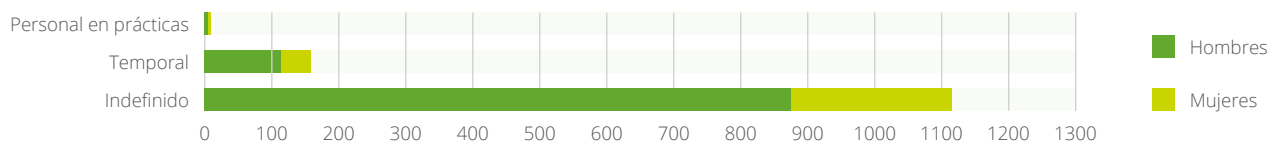
## Distribución de la plantilla por tipo de jornada y género





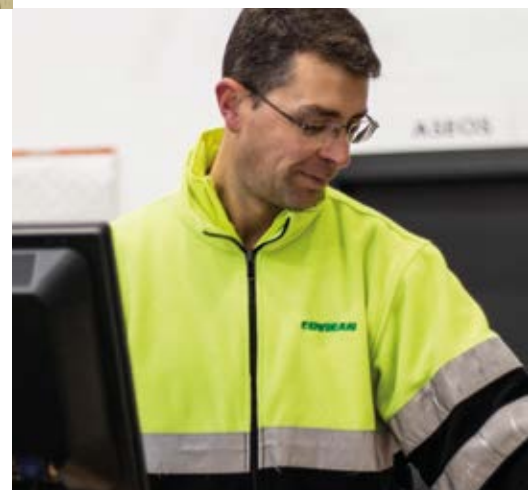
## Distribución por contrato y género

Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Indefinido	240	21,43%	878	78,57%	1118
Temporal	44	27,31%	116	72,69%	160
Contrato en Prácticas	3	34,12%	6	65,88%	8
	<b>286</b>		<b>1000</b>		<b>1286</b>



# Más representación, mayor participación

En Covirán cada vez es mayor la representación sindical en los centros de trabajo. Es un proceso que la propia Cooperativa anima al considerarla una herramienta muy útil de interlocución y en la que la totalidad de los trabajadores pueden participar en los grupos organizados para favorecer la toma de decisiones. El comité intercentros tiene más representantes que el número establecido por ley, así como el nivel de información que reciben. La representación de los trabajadores forma parte también del Consejo Rector de la Cooperativa.



# Covirán sigue generando empleo en 2018

Durante 2018 se realizaron 316 contratos de trabajo. El 37% de los nuevos contratados corresponde a menores de 30 años y el 20% de las contrataciones fue a mujeres. Los perfiles más demandados han sido para puestos en almacén, personal de tienda, ventas y comercial.

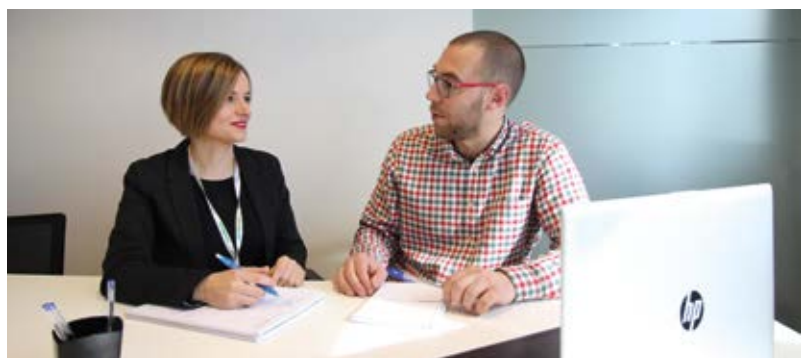
## Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal

POR GRUPO DE EDAD, SEXO Y REGIÓN

	2016		2017		2018		TOTAL
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
<b>Andalucía</b>	83	31	98	51	97	40	
Menores de 30 años	31	15	44	18	41	18	
Entre 30 y 50 años	52	16	51	32	51	21	
Mayores de 50 años			3	1	5	1	
<b>Aragón</b>	22	4	15	1	7	1	
Menores de 30 años	3	1	4		1		
Entre 30 y 50 años	17	3	10	1	4	1	
Mayores de 50 años	2		1		2		
<b>Cantabria</b>	5	0	6	1	15	1	
Menores de 30 años			2	1	2		
Entre 30 y 50 años	5		4		12	1	
Mayores de 50 años					1		
<b>Castilla la Mancha</b>	4	2	3	0	2	0	
Menores de 30 años	1				1		
Entre 30 y 50 años	3	2	3		1		
Mayores de 50 años							
<b>Castilla León</b>	7	0	4	0	1	0	
Menores de 30 años	2		1				
Entre 30 y 50 años	3		3				
Mayores de 50 años	2				1		
<b>Cataluña</b>	0	0	26	7	32	6	
Menores de 30 años			1		10	1	
Entre 30 y 50 años			17	4	20	5	
Mayores de 50 años			8	3	2		

#### 4.2. Los Empleados, el talento que nos diferencia

	2016		2017		2018		TOTAL
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
<b>Extremadura</b>	9	0	3	0	2	0	
Menores de 30 años	1		1		1		
Entre 30 y 50 años	8		2		1		
Mayores de 50 años							
<b>Galicia</b>	8	1	5	0	12	1	
Menores de 30 años	1				4		
Entre 30 y 50 años	7	1	5		7	1	
Mayores de 50 años					1		
<b>Canarias</b>	14	0	6	1	4	0	
Menores de 30 años	3		1				
Entre 30 y 50 años	11		5	1	3		
Mayores de 50 años					1		
<b>Madrid</b>	22	2	15	3	20	2	
Menores de 30 años	5	1	6		4	2	
Entre 30 y 50 años	15	1	8	2	15		
Mayores de 50 años	2		1	1	1		
<b>Murcia</b>	3	0	2	0	16	0	
Menores de 30 años					12		
Entre 30 y 50 años	1		2		4		
Mayores de 50 años	2						
<b>Navarra</b>	2	0	2	0	1	0	
Menores de 30 años			1				
Entre 30 y 50 años	2		1		1		
Mayores de 50 años							
<b>País Vasco</b>	26	2	17	3	12	2	
Menores de 30 años	8	1	2	1	5		
Entre 30 y 50 años	17	1	10	2	7	2	
Mayores de 50 años	1		5				
<b>Portugal</b>	25	4	17	4	32	10	
Menores de 30 años	5	1	7	1	14	1	
Entre 30 y 50 años	20	2	10	3	17	9	
Mayores de 50 años		1			1		
	<b>230</b>	<b>46</b>	<b>219</b>	<b>71</b>	<b>253</b>	<b>63</b>	



# Conciliación

La Cooperativa realiza una importante labor para facilitar la conciliación de la vida personal y profesional de las personas que componen la empresa.

Durante 2018 se ha seguido trabajando en estas políticas, comenzándose a trabajar en un estudio que analizará a fondo la diversidad del equipo de la empresa, analizando cuestiones como las posibilidades del teletrabajo o permisos de paternidad y maternidad. El segundo Plan de Igualdad, que verá la luz en 2019, ahondará en este reto a través de medidas específicas.

En total durante el ejercicio 41 empleados han tenido derecho y se han acogido a los permisos parentales, 34 de ellos hombres y 7 de ellas mujeres. Durante el mismo año, 40 de ellos han regresado a sus plazas y las mantienen hasta 12 meses después de la finalización del permiso, en la línea también de la apuesta por la consolidación del empleo dentro de la empresa.



## a. Derecho a permiso parental, por sexo

### NÚMERO DE EMPLEADOS

	2016		2017		2018		TOTAL
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	39	8	26	3	27	6	
Covirán Supermercados		1		2			
Covirán Servicios	1	1		1		1	
Covioil				1			
Corporación							
DCC	1		1				
Covirán Suc. Portugal	2		3	1			
Fundación					1		
Covirán Soluciones Tecnológicas					2		
DUSA					4		
	<b>43</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>132</b>

## b. Número de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental, por sexo

### NÚMERO DE EMPLEADOS

	2016		2017		2018		TOTAL
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	38	7	26	3	27	5	
Covirán Supermercados		1		2			
Covirán Servicios	1	1		1		1	
Covioil				1			
Corporación							
DCC	1		1				
Covirán Suc. Portugal	2		3	1			
Fundación					1		
Covirán Soluciones Tecnológicas					2		
DUSA					4		
	42	9	30	8	34	6	129

## c. Número 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

	2016		2017		2018		TOTAL
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Covirán SCA	38	5	25	3	27	5	
Covirán Supermercados		1		2			
Covirán Servicios	1	1		1		1	
Covioil				1			
Corporación							
DCC	1		1				
Covirán Suc. Portugal	2		3	1			
Fundación					1		
Covirán Soluciones Tecnológicas					2		
DUSA					4		
	42	7	29	8	34	6	126



# Convenios, beneficios, planes de prevención y salud laboral

En 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.

## 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

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

En 2018 es significativa la tendencia a la reducción del número de accidentes de trabajo (33), que se mantiene respecto a años anteriores, así como a la gravedad de los mismos y las jornadas laborales perdidas por cada empleado debido a este tipo de casos, que se vuelven a reducir sensiblemente.

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.

## Representación de los trabajadores en materia de seguridad y salud

Empresa	Comités S. Salud	Miembros designados por dirección	Miembros designados por representantes de los trabajadores
Covirán SCA	Atarfe	3	3
	Dos Hermanas	2	2
	Coslada	2	2
	Santander	2	2
	TOTAL	9	9



## TASAS DE ABSENTISMO

		2016	2017	2018
<b>Total Grupo Covirán</b>	N° AT	41	38	33
	Jornadas Perdidas	856	726	529

		2016	2017	2018
<b>Total Grupo Covirán in itinere</b>	N° AT	7	2	6
	Jornadas Perdidas	101	11	88
	N° Trabajadores	1.208	1.174	1.178
	N° Total Jornadas Trabajadas*	302.000	293.500	294.500
	<small>*250 jornadas por trabajador</small>			
	Total At (Sin Itinere)	41	38	33
	Total Jornadas Perdidas	856	726	529
	Total At (Incluidos In Itinere)	48	40	39
	Total Jornadas Perdidas	957	737	617

		2016	2017	2018
<b>Índices CONSIDERANDO TODOS LOS AT</b>	Índice Incidencia	3,39	3,24	2,80
	Índice Duración Media	20,88	19,11	16,03
	Índice Frecuencia	135,76	129,47	112,05
	Índice Gravedad	2,83	2,47	1,80

		2016	2017	2018
<b>Índices NO CONSIDERANDO LOS IN INTINERE</b>	Índice Incidencia	3,97	3,41	3,31
	Índice Duración Media	23,34	19,92	19,28
	Índice Frecuencia	158,94	136,29	132,43
	Índice Gravedad	3,17	2,51	2,10

$$\text{Índice Incidencia} = \frac{\text{N° AT} \times 100}{\text{N° Trabajadores (Tasa Frecuencia AT)}}$$

$$\text{Índice Duración Media} = \frac{\text{Días de Baja}}{\text{N° AT (Tasa Días Perdidos)}}$$

$$\text{Índice Frecuencia} = \frac{\text{N° AT} \times 1000.000}{\text{N° Jornadas Trabajadas (Tasa Frecuencia AT)}}$$

$$\text{Índice Gravedad} = \frac{\text{Días de Baja} \times 1000}{\text{N° Jornadas Trabajadas (Tipo AT por Gravedad)}}$$



## Un plan ambicioso para gestionar la diversidad

El segundo plan de Igualdad de Covirán gestado en 2018, se centra en garantizar la igualdad entre hombres y mujeres y, además, gestionar las diferencias individuales visibles de las personas que forman la organización: el origen étnico y nacionalidad, género, edad o diferentes capacidades.

Este segundo plan será más innovador y a través del cual se pretende promover una cultura de la diversidad, sensibilizando y concienciando a toda la plantilla de la importancia de comprometerse con este objetivo. Esto, ha de traducirse en resultados tangibles que ayuden a un cambio cultural dentro de la organización.

2018 ha sido el año de actualización del Plan de Igualdad de Covirán, que data de 2012. Ha sido un proceso que parte de la radiografía de la diversidad dentro de la plantilla y busca, además de velar por la igualdad real entre mujeres y hombres, ayudar a una mejor gestión de la misma, generando valor y cambio social.

Entre los logros, destaca la incorporación de medidas de conciliación de la vida familiar y laboral, más allá de las exigidas legalmente, la implantación de un protocolo de actuación para los supuestos de acoso sexual, establecimiento de medidas para detectar y corregir posibles riesgos para la salud de las trabajadoras embarazadas, cumplimiento de información periódica a los trabajadores, estableciendo mecanismos para recoger sus sugerencias en materia de igualdad de oportunidades.

En cuanto al aspecto de la comunicación y sensibilización, se establecerán campaña para trasladar internamente la información, además de la imprescindible labor de comunicación externa, con objeto de poner en valor la apuesta de la Cooperativa en esta materia.

El trabajo en esta materia está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (5, 10 y 8).

4.3.

Nuestros clientes,  
nuestra razón de ser

---





# Calidad y confianza cerca de casa

Covirán considera que la calidad debe ser algo que diferencie a los supermercados de la Cooperativa en un mercado cada vez más competitivo. A esto, se suma la cercanía no solo física de nuestras tiendas, sino la emocional, un trato cálido y de confianza ofrecido por el Socio que marca el carácter es esta enseña. La confianza que los clientes han depositado en Covirán desde 1961 no es algo fortuito, sino que nace de unos valores, de un compromiso para ofrecer lo mejor a cada persona que visita un establecimiento, ahora y siempre.

Igualmente importante es la inversión en seguridad alimentaria, que garantiza que ofrecemos el mejor producto en todo momento. Ejes como la sostenibilidad, la salud y la innovación son cada día más demandados por el cliente y por tanto, más tenidos en cuenta en la estrategia de la empresa, con un claro foco en la satisfacción del cliente y en dar respuesta a sus expectativas.

En materia de calidad se trabaja en relación a determinados ingredientes especialmente sensibles -como el aceite de palma-. En colaboración con los fabricantes de marca se innova para intentar sustituir este tipo de grasa por otra más saludable y, en el caso de que esto no sea posible por la textura del producto, se requiere un certificado de CSPO, de aceite de palma sostenible.

Además, Covirán se ha suscrito a acuerdos entre el sector de la distribución y el gobierno en beneficio de una mejor sociedad, como es la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad). Es una estrategia orientada a promover la salud a través de la alimentación, que, siguiendo la línea de

las políticas marcadas por los organismos sanitarios internacionales (Organización Mundial de la Salud, Unión Europea...), tiene como meta invertir la tendencia de la prevalencia de la obesidad mediante el fomento de una alimentación saludable y de la práctica de la actividad física y, con ello, reducir sustancialmente las altas tasas de morbilidad y mortalidad atribuibles a las enfermedades no transmisibles.

Para conseguirlo se trabaja con el objetivo de reducir los niveles de grasas saturadas, azúcares y sal en determinadas familias de alimentos para cumplir con los objetivos marcados por el Ministerio de Sanidad en el documento de trabajo de la estrategia NAOS.

Asimismo, Covirán forma parte del acuerdo suscrito por ASEDAS, Asociación de Empresas de Supermercados de la que es miembro, que marca una estrategia común del mercado en relación a los criterios que deben regir los productos saludables. En este sentido la empresa realiza una ardua labor que va desde mandar muestras hasta hacer catas con paneles externos para encontrar la mejor fórmula que cumpla el convenio y siempre, cumpliendo estándares de calidad y asegurándonos de que el producto, finalmente guste.

Aunque Covirán ya inició este compromiso hace tiempo y hay algunas familias de productos en las que ya se lleva tiempo trabajando, el horizonte temporal para abarcar la totalidad, será el 2020.

**Covirán se ha suscrito a la estrategia NAOS para luchar contra la obesidad a través de una alimentación saludable.**

# Hacia una conexión emocional con el cliente

En los supermercados Covirán tan importante es ofrecer al cliente lo que quiere comprar como la experiencia de comprarlo como quiere, en un entorno agradable, de forma cómoda y rápida.

En 2018 Covirán creó un panel de clientes propio con el objetivo general de disponer de una herramienta de análisis estable y eficiente, que permita a la empresa obtener información de sus clientes finales personalizada y útil en la toma de decisiones y gestión estratégica en el punto de venta.

La recogida de datos se plantea a través de diferentes canales, obteniendo información cuantitativa y cualitativa de manera periódica, que sirva como base para el establecimiento de objetivos de mejora de la experiencia de cliente y la propuesta de planes de acción concretos. Se ha trabajado con un tamaño de la muestra de casi 1000 panelistas, con un muestreo aleatorio por cuotas con representatividad a nivel de CCAA. Para esta muestra Covirán (44,4%) es la tienda habitual en la que los encuestados realizan la mayor parte de sus compras de alimentación y droguería para el hogar. Se trata por tanto de tener información y conocimiento acerca de un activo tan importante como es nuestro cliente más fiel a la enseña. El 66,3% compra siempre que puede en Covirán porque es su tienda de referencia.

Lo más valorado de la tienda habitual, en primer lugar es la atención recibida, aspecto en el que

Covirán marca la diferencia. En segundo lugar, y como no podía ser de otra forma, la cercanía del domicilio y en tercer lugar la variedad de productos. Para los encuestados, la compra en Covirán es cómoda (41,5%), práctica (31,3%) y rápida (16,7%). La satisfacción de compra en Covirán para los clientes puntuales recibe una puntuación media de 7,98, este mismo dato para aquellos cuya tienda habitual es Covirán, asciende a 8,43. Cabe destacar que el libro Blanco del Retail otorga una puntuación media de referencia de 8,4, por lo que este aspecto no solo implica que están satisfechos hoy, sino que a su vez, representa su intención de repetición de compra para los años venideros.

Tanto es así, que estos clientes seguirán siendo clientes de Coviran con una probabilidad superior al 90%.

En otro orden de cosas, y apelando a otras fuentes (Aecoc) Covirán es la enseña con mayor número de shopper que disfrutan comprando y les gusta "pasillar" encabezando el segmento de lovers Offline.

**Covirán, el supermercado local de cada región. Un supermercado cercano, con un surtido más amplio para poder estar cerca de todos y cada uno de los clientes.**



## En 2018 algunos de los objetivos han sido:

### CONOCER A LOS CLIENTES "DE CERCA"

Uno de sus puntos fuertes de Covirán es la 'ultraproximidad'. La isocrona de los clientes es de 11 minutos -el tiempo que tarda en llegar desde su casa a la tienda-. Por eso cuanto más certera sea el conocimiento del cliente, más acertada será la previsión de ventas de un Socio.

### DESARROLLO DE LA IMAGEN DE LA MARCA PROPIA

En 2018 comenzó un proyecto que se materializará en los siguientes ejercicios, la renovación del packaging y diseño del surtido de marca Covirán.

Un buen diseño de packaging además de proteger y conservar el producto, también informa al cliente sobre el mismo con solo mirarlo. Un buen envase es capaz de decir qué es lo que podemos esperar del producto que se encuentra dentro.

Además de la renovación del diseño, se incrementa la calidad y cantidad de información ofrecida en el producto, agrupándola de forma más clara, más sencilla y legible, incluyendo simbología y grafismos para ayudar al cliente a identificar la información más relevante.

Un diseño fácil de identificar con la marca Covirán para los clientes. El círculo presente en el logotipo, en su letra **i**, se convierte en el elemento que dará cohesión a los nuevos diseños. Un círculo que evoca un anillo, símbolo de confianza con el cliente.





# Creceamos en experiencia e innovación

Covirán representa para sus clientes un establecimiento próximo, conocido y práctico. Pero su experiencia como referentes del comercio de proximidad también les permite innovar pensando en optimizar la experiencia de compra de sus clientes. Conoce a sus clientes mejor que nadie y sabe qué les demandan.

En 2018 se ha seguido impulsando la modernización de los puntos de venta con la consolidación de los NCC, Nuevo Concepto Covirán, 250 establecimientos que están demostrando que una nueva forma de comprar y vender es posible y que ello mejora la rentabilidad para el empresario y la satisfacción del cliente.

También sigue afianzándose su apuesta por el comercio sostenible e inclusivo. La adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y el compromiso en materia de sostenibilidad, accesibilidad y responsabilidad con el entorno,

se sigue reforzando en los Puntos de Ventas Responsables, de los que ya hay más de 30 para avalar ese compromiso social que también demandan los clientes. Innovación en el ámbito de la RSE aplicada al punto de venta.

Se sigue innovando para los clientes con apuestas de nuevas secciones acordes a las demandas de hoy, con adaptación a las particularidades de cada mercado.



En 2018 se han implantado algunas novedades que responden a los gustos, preferencias y estilo de vida de nuestros clientes. Destacamos:

- La sección **Take Away (comida lista para comer)**. En Portugal ya está implantada en todas las tiendas de conveniencia porque el consumo está cambiando. El compromiso es seguir desarrollando esta sección de formas distintas en función de la zona, ya que el entorno urbano y el rural son diferentes.
- **Asador de pollos**, con un destacado funcionamiento.
- **Nuestra sección de zumos**. El cliente, cada vez más, demanda zumos naturales dentro de unos hábitos de vida saludable.
- **Universo panaderías**. Si hay alguna sección local por excelencia es la panadería. Covirán es el súper para el pan del barrio. A través de un estudio de misiones de compra el pan salió como primer punto. Ahora, el objetivo de cara

a 2019 es crear una 'boutique del pan' mediante alianzas con productores locales de pastelería que sean referentes en su zona, buscando el valor de la cooperación local.

- **La adaptación de la tienda desde fuera hacia dentro**. El concepto de evolución en punto de venta es algo que el cliente valora y mucho. En Portugal se está trabajado en el 'naming' y este año 2019 se hará también en España, con objeto de dotar a la enseña de un mayor reconocimiento por parte del cliente.

Dentro de la tienda, se trabaja en los recorridos, diferenciando por momentos de consumo y no por el escaparate en sí; en definitiva, realizar las adaptaciones e innovaciones precisas, siempre con la máxima de una experiencia de compra de 10.



# La proximidad como valor diferencial

La proximidad está en el 'ADN' de Covirán. Y eso no solo se refleja en los datos -que siguen situando a Covirán como única referencia de supermercados en las pequeñas localidades- sino que también se traslada a su cercanía con el cliente. Todo se gestiona pensando en él: las mejoras de surtido, de etiquetado, la calidad de la información ofrecida, algo que el cliente premia con su confianza y fidelidad.

En 2018, la posición líder de Covirán en la proximidad sigue consolidándose:

Covirán es la única enseña presente en el **5%** de los **municipios con <10.000 hab.** (71 municipios)

Covirán es la única enseña presente en el **26,7%** de los **municipios con <2.000 hab.** (310 municipios)

# Una marca de éxito para todos

La prioridad de Covirán es dar respuesta a las necesidades y singularidades de todos sus clientes.

Para ello, además de ofrecer en sus tiendas un amplio porfolio de productos de los principales fabricantes, cuenta con un surtido compuesto por 1.412 referencias de marca Covirán que se ajustan al perfil de cada cliente y que en 2018 ha seguido evolucionando.



El surtido gana en variedad y calidad y, sobre todo, en adaptación a las nuevas tendencias de consumo. La potenciación de la gama Exquisité - línea de alta calidad a precios competitivos- sigue ganando su espacio entre ese segmento de clientes que valora los productos denominados 'premium'. En total, son veintidós las referencias actuales.

Calidad, seguridad, información y transparencia se unen para ofrecer lo mejor:

- Se analizan todos los productos cada año, y si se detecta alguna incidencia se hace un control extraordinario de 20 muestras del mismo lote, para verificar si es un hecho aislado o no. En el caso de que la incidencia persista, se retira del mercado hasta que el problema esté solucionado.
- En productos propios se informa en el etiquetado del producto de sus componentes y su origen, sobre todo si el producto es de fuera de la UE. Se cumple la normativa y, además, en productos más sensibles -como la leche o el aceite- incorpora si el origen es de España.
- Las etiquetas incluyen instrucciones de seguridad y recomendaciones de reciclaje. En esta línea, las nuevas etiquetas que se preparan para 2019 incluirán datos de 'sanitización'.
- Se realizan paneles de consumidores para hacer catas y verificar el producto, de cara a detectar si organolépticamente gusta o ha cambiado. Además de una respuesta al consumidor, ello lleva una acción de compromiso con el proveedor en una línea de mejora.

Covirán incluye en su surtido de marca propia productos aptos para personas intolerantes a la lactosa. En 2018 continúa colaborando con FACE (Federación de Asociaciones de Celíacos de España), sumando nuevos productos para celíacos que son una solución para las 12.400 personas diagnosticadas con esta intolerancia; ocho de cada diez celíacos no saben realmente que lo son y se calcula que en España existe alrededor de 450.000 celíacos.

- 160 productos sin gluten
- 386 productos verdes

En línea con la sostenibilidad y un consumo más saludable y respetuoso con el medio ambiente, destacar que:

- Todos los productos de la marca Covirán son libres de transgénicos y se identifican con el sello 'sin lactosa' gracias al convenio con Adilac (Asociación de Intolerantes a la Lactosa de España), en el que Covirán fue pionero. Incorporación en 2018 de nuevas referencias en un surtido que incluye embutidos, yogures y leche de fabricantes de gran prestigio como Lactalis, Kaiku, Monells y Noel, entre otros.
- Se ofrecen al cliente huevos ecológicos, de granjas con certificación de "producción ecológica" (Aviguardal).
- Las bombillas son de bajo consumo, para minimizar el gasto energético (Celaya)
- Leche certificada como procedente de ganaderías sostenibles (Leite Río)
- Zumos envasados de manera responsable con certificado FSC (J. García Carrión).
- Atún certificado en el programa Dolphin safe, garantiza la pesca respetuosa (Salica)
- Desechables y toallitas fabricadas con celulosas y materiales biodegradables (Optimal Care y GC Wepa)
- Detergente en pastillas sin zeolitas para reducir el impacto medioambiental (Iberfrasa).
- Verduras congeladas con el sello Veconatur, sin insecticidas y fungicidas químicos (Bonduelle).

Un año más se ha ajustado el surtido de productos para la selección de los mejores, los líderes en base a la innovación e investigación desde el mercado y desde la percepción del cliente. En 2018 se ha reformulado las 40 categorías que contempla el surtido a disposición de los Socios con más de 9.000 referencias.

En definitiva, en 2018 se ha afianzado el compromiso con la calidad, la salud, la nutrición y la sostenibilidad de los productos de la marca Covirán.

# Escuchamos, dialogamos, compartimos

**CRECEMOS EN IMPACTO EN MEDIOS UN 17% Y EL VALOR ECONÓMICO DE ESA PRESENCIA TAMBIÉN HA CRECIDO: UN 39%**

Para Covirán la comunicación con sus grupos de interés, y especialmente con sus clientes es fundamental para mantener una relación sólida y generar un diálogo fluido a través de sus diferentes canales. Un valor añadido a través de la comunicación estratégica diseñada para cada grupo, entendiendo sus características, su naturaleza y sus expectativas. En todos los casos se aplican criterios como la transparencia a la hora de generar confianza y mejores relaciones; el diálogo bidireccional que permita no solo emitir información sino incentivar la escucha activa; el uso de un lenguaje accesible a través de una pluralidad de formatos que obedezcan a la estrategia planteada, y la medición de los avances del plan de comunicación.

Actualmente, vivimos en un mundo de constante intercambio de información y nos hemos habituado a recibirla y enviarla en tiempo real. Debido a esto, los grupos de interés se han vuelto más demandantes y piden transparencia respecto a las operaciones, los productos y servicios de la empresa.

Esta transparencia, confianza y credibilidad han seguido siendo prioritarias en nuestra estrategia de comunicación, tanto en medios convencionales, como en medios digitales y redes sociales.

Queremos escuchar lo que se dice nosotros, dialogar para enriquecernos de lo que nos puedan requerir los clientes y acercarles la información sobre lo que se hace desde la empresa. Así el cliente comparte y vive la marca, porque cree en ella tanto como nosotros.

La comunicación es esencial para una empresa como Covirán y en 2018 también lo ha sido:

Covirán informó de su actividad a través de más de 100 notas de prensa, entrevistas y artículos de opinión y alcanzó los 6.532 impactos en medios de comunicación escritos y online (casi 1.000 más que en 2017).

### 4.3. Nuestros Clientes, nuestra razón de ser

Las redes sociales, las grandes 'aliadas' hoy día de cualquier empresa, también suponen un punto de encuentro con el cliente. Las interacciones en los distintos perfiles son uno de sus grandes valores. La Cooperativa genera interés en las redes sociales y esto se ve reflejado en 101.895 interacciones en Facebook y 31.240 interacciones en Twitter. Además, las opiniones de los usuarios son positivas en más de un 90% lo que nos sitúa en un escenario que nos invita a interactuar con nuestra comunidad.

EN 2018:



# 4.4. Nuestros Proveedores

ALIADOS PARA CRECER

## UNA PIEZA CLAVE PARA LOGRAR LA EXCELENCIA

A través de nuestros proveedores, logramos reforzar un modelo de negocio donde **la confianza, la cercanía, la calidad y la contribución a la sociedad** son piedras angulares. Seguimos apostando por una estructura colaborativa, donde las empresas que nos suministran productos compartan nuestros valores y se sientan parte de Covirán.

**En 2018 Covirán trabajó con 1.625 proveedores locales, de los que 232 son de Portugal.**

Las compras a proveedores locales españoles alcanzaron en 2018 los

**471**  
millones €

**+2,0%**  
respecto  
2017



“**Escuchamos al fabricante y le exigimos responsabilidad y compromiso con nuestros clientes, lo que se traduce en la máxima calidad.**”



## CONOCER A LOS PROVEEDORES NOS AYUDA A MEJORAR

Consideramos que, en nuestra relación con los proveedores es fundamental el diálogo. Conocerlos nos ayuda a identificar las prácticas de adquisición que nos interesan o nos conviene descartar. Para ello apostamos por:

### LA ESCUCHA

Tenemos reuniones mensuales y bimensuales. Además, tenemos encuentros 'top', porque están dentro de la cadena de valor, la cadena de responsabilidad.

### WIN TO WIN

Optimizar hasta el punto que todas las partes consigan un máximo beneficio aportando confianza, conocimientos, colaboración, experiencias y acuerdos a futuro.

### LA CONEXIÓN

Posibilitamos al proveedor un canal de impacto directo a millones de hogares y, como ocurre con nuestro club familia, donde identificamos a los proveedores que trabajan con nosotros y, por ende, hacemos partícipes al consumidor final mediante promociones e iniciativas.

### LA COLABORACIÓN

Participación en las iniciativas de la Cooperativa. Muchos de ellos son patronos de la Fundación Covirán. Sabemos que, desde la colaboración, la Cooperativa se fortalece.

### LA RELACIÓN ESTABLE

La estabilidad y duración en la relación de Covirán con los proveedores es central.

- En frescos -carne y frutas- establecemos acuerdos a largo plazo. Nuestro abanico de proveedores es fiable y leal -la mayoría lleva más de una década trabajando con nosotros- y, cuando hay incorporaciones, Covirán se asegura de que se trata de fabricantes que van a contribuir a engrandecer nuestra misión como cooperativa.
- Los acuerdos se renuevan anualmente, aunque estén vinculados a temporada como ocurre con los espárragos.
- Los plazos de pago son claros y transparentes. El plazo de pago nunca supera el legal. En frescos es de 30 días.
- El precio de compra y la dinámica de los pedidos se enmarca en una relación fluida, seria y transparente. En 2018 seguimos sin tener reclamaciones por incidencias con nuestros proveedores. La mejor noticia es que no hay noticia.





## MEJORES CONDICIONES PARA NUESTROS PROVEEDORES

Gracias a nuestro modelo de distribución y a la cooperación en que se basa nuestros acuerdos con proveedores, en Covirán cumplimos con un **código de buenas prácticas** para distribuir de manera óptima, evitando formas de compra que causan o contribuyen al impacto negativo en la cadena de suministro.

**En 2018, hemos seguido mejorando nuestro contrato marco con todos los proveedores, de manera que:**

- En cuanto al plazo de pago, estamos en 30 días en productos frescos y 60 días en productos secos.
- Tenemos condiciones logísticas pactadas que ayudan a la eficiencia.
- Acordamos condiciones comerciales con las que somos muy respetuosos.
- Contemplamos escrupulosamente la ley de protección de datos dentro de cada contrato firmada con cada fabricante;
- Y nos ampara un marco jurídico dentro de cada contrato que firmamos.

“  
“  
**Estamos comprometidos con las empresas de nuestro entorno.**

## AYUDAMOS A CRECER A LOS PRODUCTORES LOCALES

La estrategia de proveedores locales cobra cada vez más relevancia. Covirán es muy interesante para un fabricante local:

- Para él es una forma de acceder a otros mercados.
- Incrementan su visibilidad a través de los lineales y con acciones promocionales concretas, destinadas a **satisfacer los gustos locales** de los clientes.
- **Covirán vuelve a demostrar que es un vehículo de la economía social de las comunidades.** No sólo por el modelo cooperativo sino porque los Socios son parte de la sociedad donde venden y sus proveedores son de allí. Estamos comprometidos con la economía social. Estamos ayudando a crecer a proveedores y productores locales.

## LA PROXIMIDAD

Somos líderes en localización de proveedores. Aquí también Covirán se diferencia, porque:

- Nos centramos en la compra en origen, porque tenemos 30 puntos de suministro. Es difícil no estar cerca de un punto de origen.
- Compramos local, compramos en origen y compramos a cooperativas. Porque somos cooperativa y nos lo creemos.
- Tenemos que dar respuesta a nuestro socio. Nosotros estamos donde no está nadie, por eso seguimos recurriendo a los proveedores más locales.
- Todos los proveedores con los que trabaja Covirán cumplen con su responsabilidad ecológica y de reciclaje.



05



# Fundación Covirán, el poder de la cooperación

---





# Comprometidos con los desafíos mundiales

La Cultura Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) son dos pilares fundamentales para Covirán. En el año 2018, se han intensificado los esfuerzos para implementar los proyectos de RSE en consonancia con las grandes necesidades sociales definidas por Naciones Unidas en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Acabar con la pobreza y el hambre, reducir las desigualdades, proteger la naturaleza, son algunas de las metas marcadas en los ODS y que Covirán ha hecho suyas desde que se adhirió al programa hace ahora siete años.

La creación de la Fundación Covirán en 2014 supuso un punto de inflexión importantísimo. Esta fundación ha contribuido notablemente a impulsar la actividad social de Covirán. Este órgano se dedica a velar por la satisfacción de las necesidades de la sociedad, especialmente aquellas cercanas a su sector y a la alimentación, potenciando el espíritu de cooperación y de compromiso con la comunidad, con el desarrollo sostenible y medioambiental.

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

2018 ha sido un año de apuesta por nuevas acciones para implicar a sus Socios y a la sociedad en general.

Uno de los grandes hitos de este año ha sido la celebración de la II Edición de los Premios Fundación, cuyo objeto es potenciar aquellos productos saludables que supongan una innovación en el mercado.

El objetivo de este premio está alineado con la promoción de un consumo más saludable, favoreciendo las frutas y verduras y los productos elaborados a base de ellas que supongan una innovación.

En esta segunda edición del Premio Fundación Covirán se recibieron 18 propuestas. El jurado, compuesto por profesionales de reconocido prestigio de AECOC, Fundación San Telmo, Asociación '5 al día' e Instituto de Nutrición, Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Granada y de Covirán, seleccionó cinco candidaturas finalistas, que fueron votadas por los consumidores.

“La estrategia de Covirán y su Fundación a lo largo de este tiempo ha sido priorizar una cultura de valores compartidos que tiene en cuenta, al mismo nivel, la eficiencia económica, la equidad y justicia social y la responsabilidad por el medio ambiente.”



## LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA, CON SU PROPUESTA DE HUMMUS DE BRÓCOLI, HA SIDO LA SEGUNDA GANADORA DE ESTA CONVOCATORIA

Un hummus, formulado en la Universidad Politécnica de Cartagena, con brócoli (53%) y una base de legumbres, mínimamente procesado bajo tecnología de alta presión hidrostática y con una vida útil refrigerada de 28 días a cinco grados centígrados, ha sido el ganador del II Premio Fundación Covirán, que se entregó en noviembre de 2018.

Con estos Premios, Fundación Covirán se alía por segunda vez con la alimentación saludable premiando un producto elaborado a base de verduras que incorpora en su desarrollo criterios de innovación. Así, la Fundación sigue impulsando el binomio innovación y consumo saludable, cuestiones muy apreciadas por el consumidor actual.

Covirán y su Fundación llevan años desarrollando programas destinados a promover una alimentación más saludable y una dieta equilibrada, como base para mejorar la salud pública y la calidad de vida de todas las personas. Con esa filosofía nacieron los Premios Fundación Covirán a finales de 2016, que, en esta segunda edición han mantenido su esencia: buscar y reconocer aquellos productos que supongan una solución de consumo inteligente y saludable.

**280**  
acciones

**98.000**  
impactos directos

En 2018 Covirán y su Fundación han realizado un total de 280 actividades enmarcadas en diferentes proyectos de Responsabilidad Social, que han tenido 98.000 impactos directo.

El compromiso de Covirán en materia de sostenibilidad y responsabilidad social se concreta en cuatro grandes ejes, todos vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

## SALUD Y NUTRICIÓN

- Desarrollo de políticas y acciones para el fomento de hábitos de vida saludables, en especial a través de la salud y el deporte, así como el apoyo a entidades que trabajan en este sentido.
- 195 colaboraciones directas, 115 destinadas a eventos deportivos.
- Objetivo: Covirán, empresa saludable en 2020.

## MEDIO AMBIENTE

- Eficiencia energética, con el objetivo de hacer un uso más responsable de los recursos.
- Gestión de residuos, en relación con la economía circular, apostando por la reutilización de los residuos convirtiéndolos en recursos.

## ENTORNO SOCIAL

- Colaboración con Socios en dinámicas generadoras de valor compartido en el entorno próximo.
- Puntos de Venta Responsable: 31 establecimientos en 2018.
- Colaboración con entidades y desarrollo de dinámicas centradas en la mejora de la sociedad en general y, en concreto, de las zonas pertenecientes al área de influencia de los Socios.

## GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

- Promoción de la Accesibilidad Universal en sus puntos de venta.
- Continuación de las políticas de integración laboral de personas con discapacidad.
- Continuación de acciones formativas de autoempleo dirigidas a colectivos en riesgo de exclusión, a través de la Fundación Covirán.
- Gestación del 2º Plan de Igualdad de Covirán, que se firmará en 2019.



# Salud y nutrición

Covirán es consciente del importante papel que cumplen las empresas de distribución de alimentos en todo el mundo en relación con la salud y el bienestar. El gran reto de la Cooperativa es convertirse en parte muy activa de la mejora de la nutrición entre sus consumidores y de la población en general. Su apuesta por el comercio de proximidad favorece la relación cercana con sus clientes, quienes pueden encontrar un gran surtido de alimentos que priman la frescura y la calidad, además de productos específicos para aquellos que sufren algún tipo de alergia o intolerancia y aquellos que han elegido un tipo de alimentación específica, tendencia en alza hoy día. Pero no sólo eso, la cercanía y confianza con sus consumidores favorecen la comunicación y difusión de mensajes que tienen que ver con un modo de vida más sano, convirtiéndose los supermercadados en enclaves de sensibilización.

El fomento de hábitos de vida saludables, el desarrollo de proyectos relacionados con la salud y el deporte, el apoyo a entidades que trabajan en este sentido como la Asociación Española contra el Cáncer y la sensibilización y acción contra el desperdicio alimentario son algunos de los principales proyectos que se enmarcan en este apartado. En él están implicados ODS como la Salud y el Bienestar, la búsqueda de Alianzas para lograr los Objetivos, el Hambre Cero y el Fin de la Pobreza.

Un año más, en 2018, se han desarrollado las dos **Semanas de la Salud Covirán**, del 28 de mayo al 1 de junio, y la segunda, del 16 al 20 de octubre; con la colaboración de 12 Socios se ha logrado impactar en 212 personas mediante diversas charlas que han tenido como objetivo cuidar la salud. De la misma manera se ha perseguido este mismo objetivo a través de talleres específicos sobre alimentación.

Más allá de estas semanas de la salud, se han desarrollado durante el año 2018 diferentes conferencias y jornadas sobre salud y alimentación, como las conferencias dirigidas a celíacos sobre Alimentación Saludable, el Control del Desperdicio, o el Taller de Cocina con Juan Llorca. Dirigido a los padres para que puedan aprender la importancia de la alimentación en la infancia, fundamental para el correcto desarrollo y la salud de los niños y niñas.

Covirán, en colaboración con sus Socios y con la Asociación 5 al día ha llevado un año más la Frutoteca itinerante por todo el país, un proyecto destinado a los niños que promueve los beneficios del consumo diario de frutas y hortalizas. En total han participado 3.226 escolares de toda España a través de diez dinámicas.

Una alimentación equilibrada, junto con el ejercicio físico, suponen importantes beneficios para la salud, además de ayudar a prevenir enfermedades como las del corazón, cánceres, obesidad, etc. Por ello, Covirán y su Fundación ratifican su compromiso por la difusión de estas buenas prácticas apoyando eventos deportivos infantiles contra la obesidad. En 2018 se han abordado 115 acciones y se han apoyado vía patrocinio a diferentes clubes como el Granada Club de Fútbol o la Fundación CB Granada, cuyas canteras infantiles y juveniles fomentan la práctica del deporte e inculcan estos valores que favorecen un estilo de vida más saludable.

Las acciones en la lucha contra el cáncer congregan anualmente diversas dinámicas tanto en España como en Portugal alcanzando a más de 17.000 personas las acciones realizadas en 2018; entre las más destacadas, la Carrera de la Mujer en Granada, colaborando por noveno año consecutivo y concentrando a más de 8.000 personas, un número igual de participantes que en la carrera Luchemos por la vida en Santander y con motivo del día mundial contra el cáncer. El respaldo una vez más de la Cooperativa en la Mamamaratona, carrera anual en Lisboa contra el cáncer de mama, extiende el compromiso de la empresa al país luso.

Covirán ha sentado las bases de su proyecto como Empresa Saludable de cara a obtener su certificación en 2020. En 2018 ha comenzado la primera fase de la estrategia para promover y proteger la salud, la seguridad y el bienestar de las personas que trabajan en la cooperativa, así como asegurar la sostenibilidad del ambiente de trabajo.

En 2019 se avanzará en esta línea que le acredite como una empresa saludable.



# CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

**OBJETIVO HAMBRE CERO:** España es el séptimo país de Europa que más comida tira a la basura. Cada año se desperdician 1.500 millones de kilos sólo en nuestro país. Covirán se ha propuesto reducir esta cifra concienciando a Socios y clientes del importante papel que todos tenemos para reducir esta pérdida. En este sentido coincide con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO): en un mundo en el que casi mil millones de personas pasan hambre es inaceptable que se desperdicie o se pierda un tercio de todos los alimentos producidos a nivel mundial.

**Covirán está implicada activamente desde hace varios años en la lucha contra el desperdicio alimentario y en la consecución de las metas fijadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible para luchar contra el hambre y la redistribución de los alimentos.**

Dentro de su ámbito de actuación, la Cooperativa se ha adherido al compromiso contra el desperdicio, suscribiendo, junto a un centenar de empresas y asociaciones relacionadas con el sector alimentario, un acuerdo de colaboración para reducir el mismo. El acuerdo cuenta con el apoyo de la Administración pública y de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).

Covirán lleva a cabo una labor fundamental de concienciación y sensibilización para informar al consumidor sobre la importancia de reducir el desperdicio alimentario en el hogar. Además, es miembro del Comité contra el Desperdicio Alimentario de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC).

En 2018, y con motivo de la Semana Contra el Desperdicio Alimentario (entre el 24 y el 30 de septiembre), la Cooperativa se sumó a esta iniciativa desarrollando una campaña de comunicación y sensibilización a través de diferentes canales para dirigirse a Socios y consumidores. A los clips emitidos en el canal de audio de sus puntos de venta y a las diferentes charlas dirigidas tanto a niños como a adultos sobre el desperdicio alimentario, se sumó la creación de un nuevo espacio web con consejos para no desperdiciar alimentos en el hogar, para gestionar eficientemente la cesta de la compra y para reaprovechar al máximo posible la comida disponible. A través de sus redes sociales, y con la acción concreta de un concurso y diferentes dinámicas de Comunicación, se llegó durante esa semana a un alcance de 37.017 impresiones.

El proyecto, coordinado por AECOC, persigue reducir el desperdicio mediante la prevención y el impulso de prácticas de eficiencia y aprovechar más el excedente mediante la optimización.



# Entorno social

La cooperación está en el ADN de Covirán. La colaboración en dinámicas puntuales generadoras de valor compartido en las zonas donde se ubican sus distintos puntos de venta y la colaboración con entidades del tercer sector como Unicef y Aldeas Infantiles permiten que Covirán pueda cumplir año a año ODS fundamentales para reducir las desigualdades en su entorno más cercano y también en otros lejanos, a los que llega gracias a este tipo de ONG.

Covirán y su Fundación mantiene el compromiso con la sostenibilidad que nace de su propio modelo cooperativo y tiene un mayor desarrollo de la mano de sus Socios. La empresa mantiene un acuerdo de colaboración nacional con la Federación Española de Banco de Alimentos (Fesbal) desde el año 2009 a nivel nacional a través de sus veintisiete plataformas de distribución donando alimentos perfectamente aptos para el consumo, pero no comercializables. Fruto de esta continuada colaboración los Socios participan cada año en La Gran Recogida de Alimentos organizada por la FESBAL. En 2018 se han adherido a ella un total de 238 Socios de Granada, Pamplona, Zaragoza, Madrid, Dos Hermanas, El Ejido, Málaga, Mérida y Ponferrada. Se han recaudado un total de 144.648 kilos de alimentos este ejercicio.

Covirán ha continuado apoyando y colaborando en 2018 a aquellas organizaciones cuyo objetivo es mejorar la vida de los colectivos más necesitados, aportando soluciones a los retos de futuro que la sociedad tiene ante sí. Entre ellas destacan las acciones realizadas con Aldeas Infantiles, manteniendo su figura como "Constructores de futuro" y la colaboración en las becas comedor, acciones con Unicef como el Redondeo Solidario o su apoyo al Sorteo de oro de Cruz Roja.



## EL SELLO 'ESTABLECIMIENTO SOLIDARIO'

La distinción 'Establecimiento Solidario', otorgada por Worldcoo reconoce a aquellas compañías que ofrecen a sus clientes la posibilidad de colaborar con causas sociales de distinto tipo.

Con la acción Redondeo Solidario puesta en marcha entre el 10 de mayo y el 23 de junio, Covirán ha ofrecido a sus clientes la opción de redondear el importe final de su compra, al pagar con tarjeta, para donar la diferencia a Unicef. En total se han recaudado un total de 5.000 euros en los 52 puntos de ventas que se han adherido a la iniciativa, recaudación lograda gracias a sus clientes.

El importe se destinará a vacunar a 11.111 niños contra la polio, una enfermedad que puede ser mortal entre los más pequeños.

A través de esta acción, con los céntimos que redondean la compra, los clientes de Covirán han aportado su grano de arena en esta colaboración con Unicef en un proyecto social de alto impacto, #UnNombreUnaVida, campaña cuyo objetivo fue evitar la muerte de unos 7.000 bebés que nacen y mueren en su primer mes de vida.

# Gestión de la diversidad



“A través de su Fundación, Covirán ha desarrollado en 2018 acciones de empleabilidad y formación específica dirigido a colectivos en riesgo de exclusión o vulnerables, destacando la ofrecida a mujeres víctimas de violencia de género y a mujeres en general.



## PROGRAMA DE EMPLEABILIDAD

Inserta en la Fundación la Escuela de Comercio es la gran dinamizadora de los proyectos de empleabilidad que Covirán lleva a cabo con personas desempleadas o en riesgo de exclusión social.

Uno de los cursos destacados de 2018 ha sido el organizado por Fundación Covirán en colaboración con la Obra social La Caixa y Cáritas diocesana de Granada, que comenzó en febrero y que estaba destinado a diez personas, seis mujeres y cuatro hombres, con una situación de desempleo de larga duración. Se trata de una formación de 220 horas divididas en una parte teórica-práctica de 100 horas y el tiempo restante, 120 horas prácticas en los de dos supermercados Covirán ubicados en Granada.

En total han sido 71 las personas en riesgo de exclusión social que han recibido algún tipo de formación de Covirán en colaboración con entidades como Cruz Roja, Aspace, la Fundación Adecco o Grama Proyectos en provincias como Granada, Madrid, Vitoria, Zaragoza, Atarfe, Jerez y Lorquí. El objetivo es que puedan mejorar su empleabilidad a través del desarrollo de competencias laborales, adquiridas en la Escuela de Comercio Covirán.

Con la Responsabilidad Social como principal eje, han tenido lugar diversos programas a lo largo del pasado año. Hay que destacar la iniciativa 'Covirán Responsable', que lleva ya tres ediciones en tiendas de Nuevo Concepto Covirán (NCC). Un programa de formación impartido a los denominados Puntos de Venta Responsable en los que los Socios reciben formación en un ámbito tan sensible como es la responsabilidad social. El fin último es que puedan ofrecer a sus clientes una experiencia de compra satisfactoria y una atención diferenciada a cada cliente.



# Medio ambiente



En 2018 se han dejado de emitir **52,6 TM** de CO2 a la atmósfera.



Se ha reducido un **2,5%** el gasto de agua.



La actualización en climatización a sistemas VRV (A++) conlleva la mejora de **entre el 12 y el 16%**.



Aumento de la utilización de gases refrigerantes con bajo PC (Potencial Calentamiento Atmosférico). El consumo se ha reducido un **4%**.

Covirán es firmante de la red nacional del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2011 trabajando en aquellos aspectos más vinculados a su entorno. Destaca su compromiso con la protección y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales. Si hay un tema que pone de relieve la necesidad de compatibilizar la mejora de la competitividad con el respeto al medio ambiente, este es el cambio climático.

La actividad de una empresa de distribución tiene un impacto directo en el medioambiente que la Cooperativa se esfuerza por minimizar al máximo, no solo a través del reciclaje, sino también tomando medidas que reduzcan las emisiones de CO2, el consumo de energía o agua.

Covirán ha dado un gran paso en 2018 en la integración de la economía circular, implantando aquellos procesos innovadores y eficientes en el uso de recursos con un menor impacto medioambiental. La óptima gestión de residuos, la eficiencia energética, la renovación constante de la flota de vehículos propios y externos, las mejoras en las instalaciones, la disminución del consumo de agua y la reducción del desperdicio alimentario son algunas de las grandes acciones de la Cooperativa.



CONSUMO ENERGÉTICO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN (Gj)	2017	2018
<b>Combustible no renovables en (Gj)</b>	<b>8,861</b>	<b>7,678</b>
Gasoil vehículos renting	6,816	6,248
Gas natural (Propano)	1,980	1,383
Gasoil grupos electrógenos	65	47
Combustible renovables	0	0
<b>Electricidad comprada para consumo (Gj)</b>	<b>49,693</b>	<b>49,152</b>
Consumo de refrigeración	34,785	34,406
Consumo de electricidad	14,908	14,746
<b>CONSUMO ELÉCTRICO TOTAL</b>	<b>28,554</b>	<b>56,830</b>
<b>Electricidad vendida (Gj)</b>	<b>424</b>	<b>544</b>
Electricidad No Renovable	424	544
Electricidad No Renovable	0	0
<b>CONSUMO ENERGÉTICO VENDIDO</b>	<b>424</b>	<b>544</b>

## EFICIENCIA ENERGÉTICA

En 2018, la Cooperativa ha seguido desarrollando líneas de actuación para hacer un uso más responsable de los recursos. Covirán tiene instalados contadores de teled medida para la monitorización en todas sus Plataformas Logísticas, se generan informes diarios (en tiempo real) y esta información se envía a cada gerente de Plataforma. Estos informes se realizan para los estudios de potencias contratadas y la optimización, para evitar penalizaciones por excesos de potencias. Además se generan alertas por consumo de energía reactiva (se evita por la colocación de baterías de condensadores). Asimismo se realiza seguimiento de aumento o disminución de consumo, se trabajan medidas para el ahorro energético, se crean acciones para lograr la reducción de consumo, se fomenta la educación y la concienciación de buenas prácticas, así como el uso eficiente de equipos e instalaciones.

El consumo de kilovatios con respecto al pasado año considerando el mismo número de Plataformas ha disminuido. Se han dejado de emitir 37.5 Toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera (\*). El factor de emisión del mix eléctrico es más bajo, un indicador de que las fuentes de energía utilizadas son más renovables para producir dicha electricidad.

En construcciones nuevas y renovaciones, se apuesta por el uso de tecnologías más eficientes, como iluminación led,

aislamientos, puertas en los murales de frío, colocación de detectores de presencia en zonas de aseos y zonas comunes.

Esta línea se aplica tanto a las actuaciones llevadas a cabo en los centros de trabajo, como en los puntos de venta del Socio, trasladando esta eficiencia al supermercado.

Una comunicación sistemática con las plataformas permite un seguimiento del consumo y adaptación a la normativa. Las oficinas y zonas de trabajo están adaptados para tener una temperatura constante con el objetivo de un consumo responsable y un importante ahorro energético.

Periódicamente se realizan revisiones termográficas a los cuadros eléctricos y a las cámaras frigoríficas, para controlar el aislamiento y evitar fugas y consumos excesivos.

Además, Covirán adquirió a mediados de 2018 su primer vehículo eléctrico para el reparto de los supermercados propios a sus clientes, implicándose en la mejora del medio ambiente.

\*El dato de Toneladas de CO<sub>2</sub> que se ha dejado de emitir a la atmósfera, corresponde al cálculo con el factor mix que publica la CNMC correspondiente al año 2018.

## REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PLÁSTICO

Covirán se ha centrado en buscar la eficiencia y el ahorro de plástico a través de diversas medidas. Destaca el ahorro de film que cubre los palets de mercancía en sus plataformas logísticas con un nuevo proyecto que ha logrado ahorrar en 2018 un 30% el consumo de plástico. La empresa ha estandarizado el método de envío de la mercancía a los Socios en palets para utilizar un film con la calidad óptima y suficiente como para reducir el número de metros necesarios en cada unidad para embalar y, como consecuencia, ahorrar en el uso de este material.

Esta iniciativa se ha visto reforzada con un curso de formación a los empleados de la Cooperativa para saber cómo tratar la mercancía, ya que la empresa está haciendo partícipes a todos sus empleados en este objetivo común.

En total, los kilos reducidos de film en las plataformas de Covirán han sido de 17.245.

“Desde Covirán creemos que hay que hacer un ejercicio de reciclaje de uso. Por eso seremos los primeros en ofrecer en 2019 a nuestros clientes bolsas ya usadas, preparadas para su reutilización a coste cero y disponibles en un expositor en tienda.



## BOLSAS REUTILIZABLES

Los supermercados Covirán son pioneros en acciones medioambientales como la introducción de bolsas reutilizables o la gestión de residuos tanto en supermercados como en los domicilios de sus clientes, ya que a través del servicio Asiste, se ofrece esta posibilidad en los envíos a los hogares del cliente.

La política de Covirán respecto a las bolsas de línea de caja en los supermercados en estos últimos diez años ha sido y es adelantarse a la normativa de cada momento para hacer realidad tendencias y las demandas de nuestros clientes. El seguimiento del desarrollo y publicaciones de novedades normativas en materia medioambiental, en concreto sobre reducción del consumo de bolsas de plástico, hace posible que los Socios se preparen de forma anticipada para asegurar su cumplimiento, la satisfacción del cliente y el cuidado del medioambiente.

En el año 2011 se lanzó una exclusiva colección de bolsas de rafia con el nombre 'El arte de comprar'. Hoy en día, además del amplio surtido

en rafia a disposición del cliente, en el año 2018 los supermercados Covirán cuentan con tres tipos de bolsas de material bio-compostable, fabricadas a partir de materiales vegetales renovables. En 2019 se ofrecerán a los clientes bolsas de papel, sumándolos en el proceso de concienciación para reducir el consumo de bolsas de plástico. Igualmente está en proceso de implementación una segunda colección de bolsas de rafia a un precio muy asequible, para ampliar las opciones al cliente.

El objetivo marcado para el próximo ejercicio es encontrar otros materiales sustitutivos como las bolsas de tela, migrar a modelos biodegradables u otras opciones con material alternativo.

En las secciones de frescos, en la venta a granel, se utilizan las bolsas de plástico denominadas "muy ligeras" (menos de 15 micras) y que seguirán siendo gratuitas. Covirán ha hecho en 2018 un gran esfuerzo por disminuir el consumo de bolsas de plástico. Con respecto al año 2017, se han reducido un 38%.





## REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA

La crisis mundial del agua es uno de los problemas clave que condicionan el desarrollo sostenible. La escasez del recurso, que se verá agravada por los efectos del cambio climático, su irregular distribución geográfica y temporal y la creciente demanda de los distintos usos son los elementos que configuran esta crisis mundial. La utilización racional del agua impone una gestión eficiente y sostenible del recurso y nos compromete a ser cuidadosos con el gasto del agua, tanto a nivel individual como colectivo.

Covirán, con vistas a su compromiso con el medioambiente y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) continua con la implantación de medidas y mejora en sus procesos destinados a la reducción de los consumos de agua en su actividad y en la concienciación de sus grupos de interés.

La utilización del agua en la empresa está destinada al uso diario de limpieza en almacenes y oficinas y servicios y al consumo humano y

proviene íntegramente del suministro municipal, por lo que no se afectan significativamente las fuentes de agua por extracción. Toda el agua utilizada en las instalaciones de la Cooperativa se considera residual doméstica, su vertido se realiza en el alcantarillado municipal y no afecta a ningún agua o hábitat.

La responsabilidad del uso del agua se potencia a través de la concienciación de un uso responsable con otras medidas que establece la Cooperativa, como la implantación de economizadores en grifos, temporizadores, y urinarios secos en aseos de caballero.

Los objetivos principales son la reducción del consumo, así como el uso responsable. En cuanto al consumo de agua en las Plataformas, progresivamente se están colocado economizadores para lograr esta reducción en el consumo de agua, mensualmente se analizan los consumos por m<sup>3</sup> de un año para otro y se toman las medidas oportunas para disminuir posibles aumentos. La instalación de contenedores higiénicos en los aseos impide el uso del inodoro como papelera, ahorrando entre 6 y 12 litros por descarga, previene atascos en los desagües y no sobrecarga las depuradoras.

Consumo de agua dentro de la organización (Megalitos)	2017	2018
Agua Plataformas	11.594	9.594
Vertidos de Agua	7.356	6.236
<b>CONSUMO AGUA TOTAL</b>	<b>11.594</b>	<b>9.594</b>



## GESTIÓN DE RESIDUOS

En Covirán, todos los procesos están alineados con la tendencia europea en relación con el fomento de la economía circular, que apuesta por la reutilización de los residuos que producimos, integrándolos en el ciclo de vida de otros productos. De esta manera, convertimos los residuos en recursos.

La economía circular para Covirán implica un uso eficiente y responsable de las materias primas, así como reintroducir los residuos derivados de su actividad, generando así nuevos recursos o subproductos.

Uno de los grandes retos de los supermercados en la actualidad es optimizar la gestión de residuos para reducir la contaminación y el impacto que su actividad genera en el entorno. Covirán ha apostado por el reciclaje como el método más positivo y beneficioso para deshacerse o reaprovechar residuos como el cartón, el plástico, los palets, baterías y aceites.

El enfoque de este reto está centrado en cuatro acciones:

**1.**

### REDUCIR

Hemos reducido el consumo de agua, de energía y de producción de residuos con la renovación de máquinas.

**2.**

### REUTILIZAR

Los Palets vuelven a integrarse en el ciclo de vida. En 2019 se introducirán las bolsas reutilizables en los puntos de venta.

**3.**

### RENOVAR

A Adquirimos nuestra electricidad de proveedores con un 42% de fuentes renovables. Además de la propia actividad de la Planta Fotovoltaica instalada en la central de Atarfe (Granada), que ha supuesto en total la no emisión a la atmósfera de 1 toneladas de CO<sub>2</sub> y 7,41 kg de anhídrido sulfuroso y que ha alcanzado los 68,135 kw producidos.

**4.**

### RECICLAR

Cartones y embalajes entran en los circuitos de reciclaje con gestores autorizados.

Los Socios de Covirán y sus supermercados se benefician directamente del servicio de residuos peligrosos y la gestión a través de la logística inversa en el servicio de reparto incorpora la gestión de los embalajes (cartón y plástico).

## AYUDAMOS AL CLIENTE EN SU GESTIÓN DE RESIDUOS

**Servicio Asiste.** El servicio de asistencia en compras destinado a aquellos clientes que pueden contar con algún tipo de limitación ya sea permanente o temporal, o cuenten con cualquier dificultad puntual durante el desarrollo de la compra posibilita la entrega en el domicilio y la gestión de residuos procedentes del packaging de los productos, con el objetivo de ofrecer un servicio total al cliente y colaborar en la correcta gestión de residuos.

La recuperación de residuos producidos en el hogar también se está fomentando en el propio supermercado a través de la colaboración con empresas externas, como la recogida de pilas con Ecopilas para su correcto reciclaje.

	2017	2018	
<b>Cartón</b>	727859	779495	
<b>Plástico</b>	180568	197124	
<b>Palets</b>	30309	30908	
<b>Plataformas m<sup>2</sup></b>	176,255	176,255	
	4,13	4,42	<b>Cartón</b>
<b>IRNPRR</b>	1,02	1,12	<b>Plástico</b>
	0,17	0,18	<b>Palets</b>
<b>Baterías</b>	1000	1000	
<b>Aceites</b>	30	200	
<b>Nº Total máquinas</b>	4256	452	
	2,19	2,21	<b>Baterías</b>
<b>IRPR</b>	0,07	0,44	<b>Aceites</b>



## SENSIBILIZAMOS AL EMPLEADO EN SU LUGAR DE TRABAJO

Con el objetivo de sensibilizar a los empleados de un uso responsable de los recursos en el lugar de trabajo y facilitar la gestión de residuos cotidianos, se han instalado muebles distribuidores para separar los diversos materiales para su reciclaje. Y un paso más, con el concepto de cero papel y seguridad documental, la tecnología implantada en los centros de impresión, ahora requiere el uso de una tarjeta individual para la impresión de documentos, medidas que sensibilizan en un uso responsable de los recursos.

5. Fundación Covirán, el poder de la cooperación

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	2018	2017	2016	TODO ELIMINACIÓN
<b>Atarfe</b>	GESHIDRO	BATERÍAS	0	0	0	
<b>Dos Hermanas</b>			1000	1000	0	
		<b>TOTAL</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>	<b>0</b>	<b>RECUPERACIÓN</b>
<b>Atarfe</b>	GESHIDRO	ACEITES	30	200	500	
<b>Dos Hermanas</b>			0	0	20	
		<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>200</b>	<b>520</b>	<b>REUTILIZACIÓN (EXTRAEN COMBUSTIBLE FÓSIL)</b>
	<b>Covoiol</b>	LODOS	1000	1000	750	OTROS (TRATAMIENTO FÍSICO-QUÍMICO: VERTEDERO)
		ABSORVENTES	12	0	0	OTROS (TRATAMIENTO FÍSICO-QUÍMICO: VERTEDERO)
		ENVASES	10	10	0	REUTILIZACIÓN

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	2018		2017		TODO ELIMINACIÓN
			Cantidad (kg)	Precio (€)	Cantidad (kg)	Precio (€)	
<b>TODAS</b>	SAICA	CARTÓN	727859	37741,76	779495	79914,99	REUTILIZACIÓN
		PLÁSTICO	180568	28589,56	197124	39801,79	REUTILIZACIÓN
	VARIAS	PALETS	30309	15742,85	30908	16073,88	REUTILIZACIÓN

## EMISIONES DE GASES

Covirán ha reducido las emisiones de gases contaminantes, necesarios para la refrigeración de los productos. La emisión de CO2 en T. eqv. con respecto al gas que se ha incorporado a las instalaciones frigoríficas:

**2018: Primer vehículo eléctrico de reparto.**

Emisiones T. CO2 eqv.	2018	1,425.78
		2017

En 2018 se han implantado las siguientes medidas para reducir dichas emisiones:

- Sustitución de gases refrigerantes de mayor impacto ambiental por otros con menor impacto como el R-448 o R-449 y gases refrigerantes naturales como el CO2 para una temperatura negativa y NH3 para temperaturas positivas, aunque también se puede utilizar para negativas. Este tipo de gases pueden llegar a reducir el impacto en un 70%.
- Reforma de instalaciones frigoríficas con nuevas tecnologías en el control, monitorización y vigilancia 24 horas los 365 días del año, a través de sistemas de telegestión.
- Detectores de gases y centralitas de última generación ante fugas.
- Implementación de controles electrónicos, condensación flotante y variadores de velocidad en motores eléctricos de compresores y ventiladores haciéndolos más eficientes.



## EFICIENCIA EN EL TRANSPORTE

Covirán ha seguido desarrollando su manera de trabajar conjuntamente con los proveedores de transporte para alcanzar una reducción importante en las emisiones de CO2 a través de la renovación de la flota, formación de los conductores, optimizando tiempos, o medidas ligadas a una reducción de costes por los ahorros de consumo de combustible. A ello se suma en el ejercicio 2018 una APP de control y optimización de ruta que incluye mejoras en itinerarios, estrategias de ahorro en kilómetros

y tiempo y una encuesta de calidad para que el Socio califique el servicio de preparación de mercancía y reparto.

El incremento de número de Socios al servicio de reparto, 100 más en 2018, reduce el número de vehículos particulares emitiendo CO2 y se convierte en un factor de desarrollo de economías locales y fomento de las empresas de transporte local.

A la par, la flota de turismos se renueva frecuentemente; en 2018 se han sustituido más de 25 vehículos y se ha incorporado una furgoneta eléctrica en Granada para el servicio de reparto. Una experiencia pionera que servirá de piloto para el resto de los supermercados.



06



# Distinciones

---







# Distinciones 2018



02.02.2018

## VI edición de los Premios Asepeyo

**PREMIO HONORÍFICO A COVIRAN POR SUS BUENAS PRÁCTICAS PREVENTIVAS**

Premio que reconoce las mejores prácticas preventivas en las empresas. Covirán fue distinguida con el Premio honorífico por su trayectoria, voluntad y compromiso en este ámbito de la prevención de riesgos laborales.

Una vez más se premia la promoción de estas prácticas de prevención, que reconocen la implantación en la empresa mejoras dirigidas a prevenir riesgos de accidentes de trabajo y enfermedad personal.



11.04.2018

## Premio Asociación Parkinson Granada

**PREMIO A COVIRAN POR SU APOYO CONTINUADO A LA ENTIDAD**

Reconocimiento a la labor de Covirán en favor de las personas que sufren esta enfermedad.

Covirán se unió a la campaña de sensibilización de la Federación Española de Parkinson cuyo lema es "Lo que más duele del Parkinson es cómo me miras" difundiéndola a través de sus canales sociales, con el objetivo de potenciar este mensaje entre la opinión pública.



16.10.2018

## Premio Feicase 2018

RECONOCIMIENTO A LA  
GESTIÓN DE PERSONAS Y  
EXPERIENCIA DE CLIENTE

Premio a Covirán por ofrecer la mejor experiencia de compra a su clientes y considerar su cuidado y atención como el pilar fundamental para el éxito de su modelo de negocio.

Además de ofrecer una mayor variedad de productos, la focalización que Covirán ha puesto en la experiencia de compra, la calidad, la salud, la sostenibilidad y la seguridad alimentaria, tienen su reconocimiento este año.



27.11.2018

## Premio Andalucía Capital 2018 en la categoría “Contribución Marca Andalucía”

ONDA CERO ANDALUCÍA RECONOCE LA  
ACTIVIDAD DE LA COOPERATIVA POR SU  
TRAYECTORIA EMPRESARIAL

Distinción de Onda Cero a Covirán por ser un referente del sector de alimentación en España y Portugal.

La unión de la marca Covirán, por su trayectoria y origen andaluz, y la marca Andalucía son sinónimo de calidad y confianza para la sociedad. Se reconoce así a la empresa por su contribución a potenciar la marca Andalucía en aquellos territorios donde la enseña tiene presencia.

07



# Informe económico financiero

---

—

# Datos económicos

## EVOLUCIÓN DE NEGOCIO

En 2018 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 1.372 millones de euros, un 2,5% más que en 2017. De ellos, 134 millones pertenecen a Portugal, y 1.238 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 cifra de negocio del grupo encabezado por Coviran se ha incrementado un 5,6% respecto al obtenido el año pasado, hasta alcanzar los 534 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.

El beneficio antes de impuestos consolidado, se eleva en 2018 hasta los 1,4 millones, alcanzando un beneficio neto de 0,84 millones de euros. El EBITDA, por su parte, se ha incrementado un 2,41% hasta situarse en los 8,06 millones de euros, y el total de nuestro Activo se sitúa en los 221 millones de euros, sinónimo de la fortaleza y estabilidad de nuestra empresa.

En el capítulo destinado a la inversión, 2018 ha destacado por la consolidación de importantes proyectos en el ámbito tecnológico, de modernización del Punto de Venta y en la Transformación Digital, apuntando todos a la mejora de la gestión y de la rentabilidad de los establecimientos. Las inversiones efectuadas junto con sus socios tienen un valor de 26,3

millones de euros. Reseñable es la inversión vinculada al proyecto de expansión de la compañía en territorios como Cataluña, donde en 2018 se ha acometido la apertura de un nuevo centro logístico destinado al producto fresco, y se ha desarrollado una línea de trabajo orientada a la modernización y homogeneización de la imagen de marca. Igualmente, esta inversión se ha destinado a proyectos de innovación tecnológica, mejora operativa y de servicios, así como a la formación, con la apertura de la sede de la Escuela de Comercio en Sintra, Portugal. Esta, se ubica en el centro logístico adquirido en propiedad por la compañía; principal inversión de la Cooperativa en 2018 en su apuesta por la internacionalización.

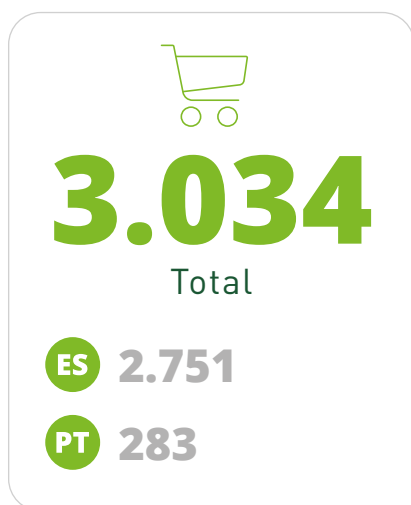
El cash flow social de Covirán a cierre de 2018 era de 635 millones de euros, cifra que se eleva a 1.215 millones de euros si nos referimos al cash flow social total enseña. Covirán contribuye de manera significativa al desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera. Su actividad empresarial 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 SL., COVIOIL SL., y DISTRIBUIDORA COVIRAN CANARIAS S.L., COVIRAN SOLUCIONES TECNOLOGICAS SL, DETALLISTAS UNIDOS SA y COVIRAN MAROC SARLU) han seguido la senda de la dominante y han contribuido al volumen de negocio del grupo alcanzado los 61,43 millones de euros.

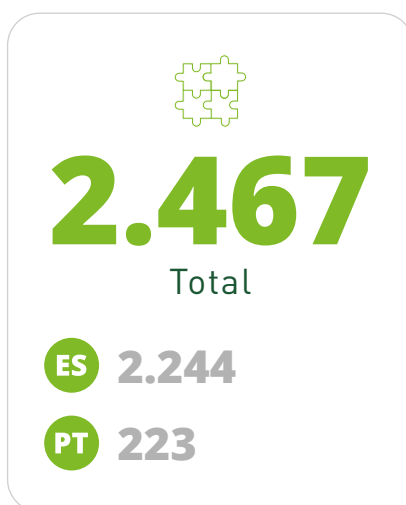
## EVOLUCIÓN MASA SOCIAL

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

### Supermercados



### Socios



## PERSPECTIVA DE FUTURO

El próximo ejercicio 2019, 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 Coviran 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 Coviran.

De cara a los próximos años, como contempla nuestro Plan estratégico 2020, seguiremos trabajando la expansión nacional e internacional siempre atentos a las oportunidades que surgirán; estaremos centrados en la mejora del servicio al Socio, desarrollando nuevas herramientas que nos hagan ganar rentabilidad, ofreciendo siempre la mejor respuesta al cliente y una excelente experiencia de compra. Nuestra apuesta por la innovación y abordar nuestra transformación digital son cuestiones clave para nuestro desarrollo presente y futuro, así como la formación y la profesionalización, de la mano de nuestra Escuela de Comercio

Todo ello orientado a seguir dando continuidad a nuestro plan de expansión, se trabaja en la expansión dentro de las áreas de crecimiento en las que ya está presente como Cataluña, Canarias, Madrid o País Vasco, y continuar con el crecimiento internacional con fortaleciendo aún más nuestra presencia en Portugal.

## Balance de situación - Activo consolidado

Balance al 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Activo</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>93.219.245</b>	<b>88.624.320</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>11.867.547</b>	<b>11.172.854</b>
Fondo de Comercio de Consolidación	3.480.853	3.839.846
Concesiones	1.516.543	1.539.119
Patentes	10.417	13.417
Fondo de comercio	145.484	-
Aplicaciones informáticas	6.686.795	5.746.017
Otro inmovilizado intangible	27.455	34.455
<b>Inmovilizado material</b>	<b>70.815.929</b>	<b>66.713.553</b>
Terrenos y construcciones	55.282.324	53.810.091
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	14.751.046	11.860.895
Inmovilizado en curso y anticipos	782.559	1.042.567
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	<b>8.238.945</b>	<b>8.420.485</b>
Terrenos	252.791	252.791
Construcciones	7.986.154	8.167.694
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>98.195</b>	<b>-</b>
Participaciones puestas en equivalencia	98.195	-
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>1.514.957</b>	<b>1.459.742</b>
Instrumentos de patrimonio	473.331	468.966
Créditos a terceros	594.166	719.094
Otros activos financieros	447.460	271.682
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>683.672</b>	<b>857.686</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>127.983.809</b>	<b>127.601.422</b>
<b>Existencias</b>	<b>53.132.407</b>	<b>55.715.791</b>
Comerciales	53.127.657	55.715.791
Anticipos a Proveedores	4.750	-
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>71.603.320</b>	<b>66.943.757</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	47.189.440	45.952.779
Deudores varios	23.858.167	20.129.746
Personal	15.721	41.140
Activos por impuesto corriente	28.736	285.036
Otros créditos con las Administraciones Públicas	511.256	535.056
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>1.176</b>	<b>-</b>
Créditos a sociedades puestas en equivalencia	1,176	-
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>482.151</b>	<b>971.526</b>
Créditos a terceros	230.675	67.349
Valores representativos de deuda	51.000	651.000
Otros activos financieros	200.476	253.177
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>306.824</b>	<b>538.437</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>2.457.931</b>	<b>3.431.911</b>
Tesorería	2.457.931	3.431.911
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>221.203.054</b>	<b>216.225.742</b>

## Balance de situación - Patrimonio neto y pasivo consolidado

Balance al 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Patrimonio Neto y Pasivo</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>37.457.582</b>	<b>38.187.564</b>
FONDOS PROPIOS	37.380.094	38.097.175
<b>Capital</b>	<b>19.635.000</b>	<b>20.545.000</b>
Capital suscrito cooperativo	19.635.000	20.545.000
<b>Reservas</b>	<b>16.706.420</b>	<b>16.316.911</b>
Reservas no distribuibles	16.209.766	15.765.595
Reservas distribuibles	496.654	551.316
<b>Reservas en sociedades consolidadas</b>	<b>201.473</b>	<b>142.237</b>
<b>Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante</b>	<b>837.201</b>	<b>1.093.027</b>
Pérdidas y ganancias consolidadas (Beneficios)	837.201	1.093.027
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>77.488</b>	<b>90.389</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	77.488	90.389
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>37.840.825</b>	<b>34.153.230</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>677.226</b>	<b>455.723</b>
Otras provisiones	677.226	455.723
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>19.605.353</b>	<b>16.757.691</b>
Deudas con entidades de crédito	19.409.526	16.454.439
Acreedores por arrendamiento financiero	-	25.976
Otros pasivos financieros	195.827	277.276
<b>Deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante</b>	<b>17.029.867</b>	<b>16.345.576</b>
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>528.379</b>	<b>594.240</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>145.904.647</b>	<b>143.884.948</b>
<b>Provisiones a corto plazo</b>	<b>4.032</b>	<b>4.032</b>
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>	<b>83.070</b>	<b>179.001</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>32.032.192</b>	<b>31.251.868</b>
Deudas con entidades de crédito	31.555.013	30.553.667
Acreedores por arrendamiento financiero	40.880	114.914
Otros pasivos financieros	436.299	583.287
<b>Deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante</b>	<b>8.750.764</b>	<b>7.839.887</b>
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>105.018.066</b>	<b>104.548.327</b>
Proveedores	91.199.551	92.196.972
Proveedores sociedades puestas en equivalencia	407.143	-
Acreedores varios	9.967.185	8.778.703
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	350.362	222.896
Pasivos por impuesto corriente	146.376	49.269
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.803.409	3.255.787
Anticipos de clientes	144.040	44.701
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>16.523</b>	<b>61.833</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>221.203.054</b>	<b>216.225.742</b>



# Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Operaciones Continuada</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>534.079.884</b>	<b>505.687.576</b>
Ventas	510.720.136	482.132.931
Prestación de servicios	23.359.748	23.554.645
<b>Trabajos realizados por otras empresas para su activo</b>	<b>31.058</b>	<b>46.385</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(461.955.048)</b>	<b>(439.915.826)</b>
Consumo de mercaderías	(520.087.442)	(492.331.897)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(475.377)	(472.196)
Ingresos por descuentos de proveedores	58.986.223	54.102.803
Trabajos realizados por otras empresas	(378.452)	(1.214.536)
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>4.240.900</b>	<b>2.893.979</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	4.240.900	2.893.979
<b>Gastos de personal</b>	<b>(36.884.170)</b>	<b>(33.713.487)</b>
Sueldos, salarios y asimilados	(28.831.200)	(26.358.445)
Cargas sociales	(8.052.970)	(7.355.042)
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(34.778.924)</b>	<b>(31.026.146)</b>
Servicios exteriores	(33.912.858)	(30.392.440)
Tributos	(529.795)	(501.758)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(336.271)	(131.948)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(5.722.923)</b>	<b>(5.477.737)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	<b>16.126</b>	<b>16.229</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>	<b>1.994.457</b>	<b>2.005.681</b>
Resultados por enajenaciones y otros	1.994.457	2.005.681
<b>Fondo de Formación y Sostenibilidad</b>	<b>(83.070)</b>	<b>(179.001)</b>
Dotación	(83.070)	(179.001)
<b>Otros resultados</b>	<b>(262.680)</b>	<b>56.615</b>
Gastos excepcionales	(779.921)	(394.515)
Ingresos excepcionales	517.241	451.130
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>675.610</b>	<b>394.268</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>1.836.772</b>	<b>1.693.365</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio	5.592	3.052
De valores negociables y otros instrumentos financieros	1.831.180	1.690.313
<b>Gastos financieros</b>	<b>(764.845)</b>	<b>(799.056)</b>
Por deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	(100.407)	-
Por deudas con terceros	(664.438)	(799.056)
<b>Variación de valor razonable en instrumentos financieros</b>	<b>(532.122)</b>	<b>-</b>
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>(203)</b>	<b>-</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	<b>143.213</b>	<b>99.819</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>682.815</b>	<b>994.128</b>
<b>Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia</b>	<b>35.695</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>1.394.120</b>	<b>1.388.396</b>
<b>Impuesto sobre beneficios</b>	<b>(556.919)</b>	<b>(295.369)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>837.201</b>	<b>1.093.027</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>	<b>837.201</b>	<b>1.093.027</b>
<b>Resultado atribuido a la Sociedad dominante</b>	<b>837.201</b>	<b>1.093.027</b>
<b>Resultado atribuido a los Socios externos</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



Deloitte, S.L.  
Gonzalo Jiménez de Quesada, 2  
Torre Sevilla  
41092 Sevilla  
España

Tel: +34 954 48 93 00  
Fax: +34 954 48 93 10  
www.deloitte.es

## **INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE**

A los socios de Coviran, Sociedad Cooperativa Andaluza:

### **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 2018, 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 2018, 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.

## Balance de situación - Activo individual

Balance al 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Activo</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>90.133.457</b>	<b>86.391.608</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>8.099.334</b>	<b>7.324.603</b>
Concesiones	1.516.543	1.539.119
Patentes	10.417	13.417
Aplicaciones informáticas	6.544.919	5.737.613
Otro inmovilizado intangible	27.455	34.454
<b>Inmovilizado material</b>	<b>65.059.551</b>	<b>61.892.463</b>
Terrenos y construcciones	51.367.435	49.991.539
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	12.909.557	10.858.357
Inmovilizado en curso y anticipos	782.559	1.042.567
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	<b>11.709.775</b>	<b>12.004.560</b>
Terrenos	1.592.968	1.592.968
Construcciones	10.116.807	10.411.592
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>3.550.000</b>	<b>3.550.000</b>
Instrumentos de patrimonio	3.550.000	3.550.000
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>1.381.569</b>	<b>1.209.801</b>
Instrumentos de patrimonio	462.621	394.743
Créditos a terceros	516.277	581.395
Otros activos financieros	402.671	233.663
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>333.228</b>	<b>410.181</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>119.781.840</b>	<b>119.697.626</b>
<b>Existencias</b>	<b>48.493.730</b>	<b>51.435.366</b>
Comerciales	48.493.730	51.435.366
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>66.818.017</b>	<b>62.932.107</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	1.190.058	1.164.979
Clientes, empresas del grupo y asociadas	-	-
Empresas del Grupo	1.771.641	1.153.829
Socios deudores	41.396.238	40.269.880
Deudores varios	22.186.202	19.524.506
Personal	6.708	37.835
Activos por impuesto corriente	1.802	262.351
Otros créditos con las Administraciones Públicas	265.368	518.727
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>1.653.834</b>	<b>1.386.785</b>
Otros activos financieros	1.653.834	1.386.785
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>374.979</b>	<b>865.289</b>
Créditos a terceros	164.937	2.396
Valores representativos de deuda	51.000	651.000
Otros activos financieros	159.042	211.893
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>304.420</b>	<b>528.856</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>2.136.860</b>	<b>2.549.223</b>
Tesorería	2.136.860	2.549.223
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>209.915.297</b>	<b>206.089.234</b>

## Balance de situación - Patrimonio neto y pasivo individual

Balance al 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Patrimonio Neto y Pasivo</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>37.882.836</b>	<b>38.500.968</b>
FONDOS PROPIOS	37.805.349	38.410.580
<b>Capital</b>	<b>19.635.000</b>	<b>20.545.000</b>
Capital suscrito cooperativo	19.635.000	20.545.000
<b>Reservas</b>	<b>17.221.297</b>	<b>16.831.789</b>
Fondo de reserva obligatorio	14.931.205	14.985.868
Reservas no distribuibles	1.278.561	834.390
Reservas distribuibles	1.011.531	1.011.531
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>949.052</b>	<b>1.033.791</b>
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>77.487</b>	<b>90.388</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	77.487	90.388
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>35.322.968</b>	<b>31.661.908</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>400.000</b>	<b>-</b>
Otras provisiones	400.000	-
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>17.900.721</b>	<b>14.668.962</b>
Deudas con entidades de crédito	17.655.494	14.314.553
Acreedores por arrendamiento financiero	-	25.976
Otros pasivos financieros	245.227	328.433
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>16.513.292</b>	<b>16.417.992</b>
Deudas con Socios	16.513.292	16.417.992
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>508.955</b>	<b>574.954</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>136.709.493</b>	<b>135.926.358</b>
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>	<b>83.070</b>	<b>179.001</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>31.045.983</b>	<b>30.746.376</b>
Deudas con entidades de crédito	30.401.190	30.135.073
Acreedores por arrendamiento financiero	40.881	114.914
Otros pasivos financieros	603.912	496.389
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>8.169.047</b>	<b>7.839.887</b>
Deudas con Socios	8.169.047	7.839.887
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>97.411.393</b>	<b>97.099.261</b>
Proveedores	83.286.964	83.503.612
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	2.561.431	2.521.064
Acreedores varios	9.108.594	8.351.047
Personal	268.326	161.231
Pasivos por impuesto corriente	129.960	31.147
Otras deudas con las Administraciones Públicas	2.056.118	2.531.160
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>-</b>	<b>61.833</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>209.915.297</b>	<b>206.089.234</b>

# Cuenta de pérdidas y ganancias individual

Cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2018 (expresado en euros)

<b>Operaciones Continuadas</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>490.033.430</b>	<b>490.701.308</b>
Ventas	467.715.485	468.590.499
Prestación de servicios	22.317.945	22.110.809
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(424.648.114)</b>	<b>(428.130.268)</b>
Consumo de mercaderías	(476.584.254)	(479.220.843)
Ingresos por descuentos de proveedores	52.350.874	51.501.507
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(414.734)	(410.932)
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>3.925.497</b>	<b>3.339.704</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	3.925.497	3.339.704
<b>Gastos de personal</b>	<b>(28.359.735)</b>	<b>(27.943.635)</b>
Sueldos, salarios y asimilados	(21.892.658)	(21.642.363)
Cargas sociales	(6.467.077)	(6.301.272)
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(36.508.444)</b>	<b>(34.500.467)</b>
Servicios exteriores	(35.912.114)	(33.922.398)
Tributos	(459.330)	(446.120)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(137.000)	(131.949)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(4.977.832)</b>	<b>(5.172.082)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	<b>16.126</b>	<b>16.229</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>	<b>1.993.676</b>	<b>2.006.285</b>
Resultados por enajenaciones y otros	1.993.676	2.006.285
<b>Fondo de Formación y Sostenibilidad</b>	<b>(83.070)</b>	<b>(179.001)</b>
Dotación	(83.070)	(179.001)
<b>Otros resultados</b>	<b>(369.263)</b>	<b>92.657</b>
Gastos e ingresos excepcionales	(369.263)	92.657
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>1.022.271</b>	<b>230.730</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>1.668.990</b>	<b>1.713.037</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio	2.761	2.424
En empresas del grupo y asociadas	-	-
En terceros	2.761	2.424
De valores negociables y otros instrumentos financieros	1.666.229	1.710.613
En empresas del grupo y asociadas	33.932	24.026
En Socios	113.109	135.148
En terceros	1.519.188	1.551.439
<b>Gastos financieros</b>	<b>(739.305)</b>	<b>(790.764)</b>
Por deudas con empresas del grupo y asociadas	(91.365)	(87.759)
Por deudas con terceros	(647.940)	(703.005)
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	<b>(532.122)</b>	<b>99.819</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>397.563</b>	<b>1.022.092</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>1.419.834</b>	<b>1.252.822</b>
<b>Impuesto sobre beneficios</b>	<b>(470.782)</b>	<b>(219.031)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS</b>	<b>949.052</b>	<b>1.033.791</b>
<b>Operaciones interrumpidas</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos	-	-
<b>Excedente de la cooperativa</b>	<b>949.052</b>	<b>1.033.791</b>



Deloitte, S.L.  
Gonzalo Jiménez de Quesada, 2  
Torre Sevilla  
41092 Sevilla  
España

Tel: +34 954 48 93 00  
Fax: +34 954 48 93 10  
www.deloitte.es

## INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los socios de Coviran, Sociedad Cooperativa Andaluza:

### Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de Coviran, Sociedad Cooperativa Andaluza (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2018, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2018, así como de sus resultados y flujos de efectivo 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) 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* de nuestro informe.

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales 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 2018, 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 25 de Marzo de 2019.

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

Dña. Adela María Segovia Rosales

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





# Anexo



# Tabla y criterios GRI paginados

---

—

# Criterios GRI

## PRINCIPIOS QUE RIGEN LA CALIDAD DEL INFORME

La memoria del ejercicio 2018 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 2018. 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 la primera memoria con inclusión de Criterio GRI, realizada en el año 2017, ahora se ha realizado la transición de **GRI G4 a GRI Standards**, que da mucha más importancia a los enfoques de gestión y se ha completado por primera vez el **análisis de la materialidad**, realizándose encuestas para completar los principales aspectos materiales que configuran 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 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, los ODS y los principios de una empresa de economía social, una Cooperativa, incluyendo las dos nuevas aportaciones incorporadas en la Ley de Cooperativas Andaluzas publicada en 2011, Igualdad de género, con carácter transversal al resto de principios y la sostenibilidad empresarial y medioambiental.



## 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 suscrito nuevamente en 2018 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.

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



# Indicadores GRI recogidos, y página

## ÍNDICE

### Perfil de la organización

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-1	Nombre de la organización	COVIRAN S.C.A. 33, 202
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	<a href="https://www.coviran.es/productos-coviran">https://www.coviran.es/productos-coviran</a>
102-3	Ubicación de la sede	33, 202
102-4	Ubicación de las operaciones	España y Portugal 33
102-5	Propiedad y forma jurídica	Cooperativa de Servicios COVIRAN S.C.A. 33
102-6	Mercados servidos	53, 81, 82, 83, 84
102-7	Tamaño de la organización	Las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.372 millones euros 10, 11, 52, 53, 54, 55, 122, 123
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	122, 123, 124, 126, 127
102-9	Cadena de suministro	35, 58, 59, 64, 85, 104, 113, 114, 115, 116, 117, 141, 144, 145, 146, 147
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Apertura plataforma de distribución en Sabadell 82, 83, 84 y 85 Adquisición en propiedad plataforma de Sintra 114
102-11	Principio o enfoque de precaución	136 a 141
102-12	Iniciativas externas	40, 41, 42, 43, 58, 59
102-13	Afiliación a asociaciones	59, 60, 61, 89

## Estrategia

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	12, 13, 14, 15
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	12, 13, 14, 15, 33, 34, 35, 172

## Ética e integridad

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	40, 41, 42, 43 Incluido en los Estatutos Sociales, Reglamento de marca y Código de buen gobierno corporativo y buenas prácticas. Desde 2011 firma de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas a sus 17 objetivos de desarrollo sostenible.
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	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.
102-18	Estructura de gobernanza	43 Código de Buen Gobierno Corporativo. El Consejo Rector es el responsable de fijar las directrices en materia de Responsabilidad Social Empresarial.
102-19	Delegación de autoridad	Art. 32 y 33 EESS
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Art. 33 y 41 EESS
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	El Consejo Rector delega la facultad de consultar los grupos de interés al Comité de Dirección que dispone de canales de consulta con los grupos de interés. Posteriormente se reporta la información obtenida en las reuniones periódicas del Consejo Rector.
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Art. 19 EESS
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27 Art. 28 EESS Título IV, art. 16 Código Buen Gobierno
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	El capítulo III de los Estatutos Sociales de la Cooperativa regula el proceso de elección y nombramiento de los integrantes del Consejo Rector.
102-25	Conflicto de intereses	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, esta materia también se encuentra regulada, con carácter supletorio, en el Código de Buenas Prácticas de Covirán (art. 4.7).
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	Art. 28 EESS El Consejo Rector es el órgano de gobierno, gestión y representación de la sociedad cooperativa, estando sujeto a la Ley, los Estatuto y a la política fijada por la Asamblea General.
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	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.

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	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 2018 ha habido cambios en los miembros del Consejo Rector.
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	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.
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	El Consejo Rector supervisa periódicamente la eficacia de la gestión del riesgo de sostenibilidad por parte del Comité de Dirección.
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Con carácter mínimo, de forma anual, en la elaboración del Plan Estratégico.
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	34, 42 El Presidente-CEO revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la empresa.
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	En la Asamblea, 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.
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Diálogo con grupos de interés 46, 47 Los Consejeros, los Consejos Territoriales, Comités y Comité de Dirección son los órganos encargados de la gestión de las preocupaciones críticas y de su traslado al Consejo Rector.
102-35	Políticas de remuneración	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 Covirán.
102-36	Proceso para determinar 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.
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	A través de los canales de comunicación fijados para la interacción con los Grupos de interés.
102-38	Ratio de compensación total anual	Información omitida por razones de confidencialidad e incluida en el informe de gestión validado por los auditores externos.
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Información omitida por razones de confidencialidad e incluida en el informe de gestión validado por los auditores externos.

## Participación de los grupos de interés

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-40	Lista de grupos de interés	45, 46, 47
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	130, 131, 132
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	45, 46, 47, 142, 143
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	45, 46, 47, 142, 143
102-44	Temas y preocupaciones claves mencionados	45, 46, 47, 142, 143

## Prácticas para la elaboración de informes

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	36
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	42, 44, 45
102-47	Listas de temas materiales	33, 34, 35, 42, 44, 45
102-48	Reexpresión de la información	42, 188
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Todas las reexpresiones necesarias derivadas del cambio de estandar G4 a eGRI estándares.
102-50	Periodo objeto del informe	Esta memoria de sostenibilidad de carácter anual, y correspondiente al ejercicio económico 2018 del Grupo Covirán (del 1 de enero de 2018 al 31 de diciembre de 2018).
102-51	Fecha del último informe	Ejercicio 2017
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	comunicacion@coviran.es
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	A petición expresa del Consejo Rector de la Cooperativa.
102-55	Informe de contenidos de GRI	42, 188
102-56	Verificación externa	Este informe de sostenibilidad 2018 no ha sido verificado externamente.

## Enfoque de gestión

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	42, 44, 45
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	42, 44, 45, 141, 144 a 147
103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	42, 44, 45, 141, 144 a 147

## Desempeño económico 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	50, 51, 52
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	34, 41, 64, 72, 158 a 167
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación por tipo y categoría de grupo de interés.	La Cooperativa no dispone de un plan de prestaciones de jubilación privado.



## Presencia en el mercado

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
202-1	Ratio del salario de categoría inicial por sexo frente al salario mínimo local	128, 133

## Impactos económicos indirectos 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
203-1	Infraestructuras y servicios apoyados	64 a 73, 82, 83, 84, 85, 94, 95, 100
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	35, 94, 95, 107

## Prácticas de adquisición 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	141, 144 a 147

## Anticorrupción 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	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.
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	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.
205-3	Casos de corrupción confirmadas y medidas tomadas	No se han identificado casos de corrupción confirmados ni rescindido el contrato con trabajadores o proveedores por motivos de corrupción, ni interpuesto ningún caso jurídico contra la organización.

## Competencia desleal 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	En 2018 no se han recibido denuncias relacionadas con la defensa de la competencia.

## Materiales 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	71, 137, 141, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164
301-2	Insumos reciclados Economía circular	160, 161, 164, 165
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	71, 141, 158, 159, 161, 163, 164, 165

## Energía 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
302-1	Consumo energético dentro de la organización	156, 159, 163, 164, 165, 166, 167
302-2	Consumo energético fuera de la organización	158, 159, 167
302-3	Intensidad energética	158, 159, 166, 167 El consumo energético se calcula dentro de la organización únicamente.
302-4	Reducción del consumo energético	158, 159, 166, 167 Corresponde al cálculo con el factor mix que publica la CNMC correspondiente al año 2018 y a las facturas.
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	158, 159, 163

## Agua 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
303-1	Extracción de agua por fuente	162
303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	162 No hay captación de aguas (extraída).
303-3	Agua reciclada y reutilizada	162 No se realiza ningún proceso de reciclado o reutilización de aguas.

## Biodiversidad 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	No material
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	No material
304-3	Hábitats protegidos o restaurado	No material
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	No material

## Emisiones 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	166, 167
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	166, 167
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	166, 167
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	166, 167
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	166, 167
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	No se producen sustancias que agotan la capa de ozono
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	No hay emisiones de óxido de nitrógeno ni de azufre

## Efluentes y residuos 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	162 Se vierte al alcantarillado público por ser considerada agua residual de tipo doméstico.
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	162
306-3	Derrames significativos	162 Durante el ejercicio no hubo derrames significativos.
306-4	Transporte de residuos peligrosos	
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	162 Los centros de Covirán están ubicados en entornos urbanos donde se vierte el agua al alcantarillado público. No se producen afectaciones al hábitat.

## Cumplimiento ambiental 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	58, 59, 141, 144, 145 No se han recibido ninguna multa.

## Cumplimiento ambiental de proveedores 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	58, 59, 141, 144, 145
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	58, 59, 141, 144, 145

## Empleo 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	126, 127
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	130 A los empleados temporales y con jornada parcial se ofrecen las mismas prestaciones que a los empleados a jornada completa.
401-3	Permiso parental	128, 129

## Relaciones trabajador-empresa 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	En cambios sustanciales en cambios operacionales el aviso mínimo está fijado en un mes.

## Salud y seguridad en el trabajo 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	130, 131
403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	132
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	130
403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	130

## Formación y enseñanza 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	102, 103
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	102, 103
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones	102, 103

## Diversidad e igualdad de oportunidades 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	18 a 29, 38, 39, 125, 131, 133
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Información omitida por razones de confidencialidad e incluida en el informe de gestión.

## No discriminación 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	133, 157

## Libertad de asociación y negociación colectiva 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No material

## Trabajo infantil 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No material

## Trabajo forzoso u obligatorio 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No material

## Prácticas en materia de seguridad 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	No material

## Derechos de los pueblos indígenas 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No material

## Evaluación de derechos humanos 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	No material
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	No material
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	No material

## Comunidades locales 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	35, 82, 83, 84, 85, 147
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	No se han producido cambios significativos con impactos negativos.

## Evaluación social de los proveedores 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	135, 136, 141, 144, 145, 146, 147
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Trabajamos con empresas españolas o de la UE. Se identifican como impacto social negativo en la cadena de suministro a las alertas alimentarias que afecten a los proveedores de la marca propia de Covirán.

## Política pública 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No material

## Salud y seguridad de los clientes 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	135, 136, 141, 144, 145, 146, 147
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Ninguna

## Marketing y etiquetado 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	140, 141
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Ninguno
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Ninguno

## Privacidad del cliente 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Ninguno

## Cumplimiento socioeconómico 2018

Indicador	Descripción	Página o respuesta directa
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Ninguno







**COVIRAN**

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

[www.coviran.es](http://www.coviran.es)  
[comunicacion@coviran.es](mailto:comunicacion@coviran.es)



**COVIRAN**