



**COVIRAN**



# *Memoria* *anual* **2019**

**GRUPO COVIRAN**



A photograph of a grocery store employee, a woman with dark hair and bangs, wearing a red long-sleeved shirt and a black apron. She is smiling warmly at a customer, a woman with long dark hair wearing a blue and white checkered shirt. They are standing in a produce aisle. To the right, there are several black crates filled with fresh produce, including yellow lemons and brown onions. In the background, shelves are stocked with various packaged goods. A large, semi-transparent green circle is overlaid on the center of the image, containing white text.

*Covirán,  
más cerca de ti  
que nunca*

# Índice

Covirán en 2019	10
Mensaje de la Presidenta	14
Hitos destacados 2019	16

## 01

### Capítulo 1 **IDENTIDAD, VALORES Y TRANSPARENCIA**

---

Misión, visión, valores	20
Identidad, valores y transparencia	21
Covirán, una cooperativa con causa	22
Tu supermercado de confianza, en barrios y pueblos	23
Una estructura societaria consolidada	24
Organos sociales	25
Apuesta por el desarrollo sostenible (ODS)	36
La transparencia, el mejor valor para avanzar juntos	38
Código ético y Compliance, valores que sirven de guía	39
Matriz de materialidad, un paso más hacia la sostenibilidad	40
Políticas: Nuestros compromisos de futuro	41
La comunicación, clave para proyectar la marca Covirán	42

## 02

### Capítulo 2 **ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN**

---

Datos destacados 2019	46
Generamos riqueza económica para el entorno	47
Invertimos en la rentabilidad del Socio	48
Aportamos cohesión territorial	49
Lideramos el mercado en formato de proximidad	50
Generamos empleo estable y de calidad	51
Destinamos recursos a la formación de los Socios y sus empleados	52
Crecemos de la mano de nuestros proveedores locales	53
Trabajamos por la sostenibilidad de la cadena agroalimentaria	54
Defendemos los intereses de nuestros Socios	55
Organizaciones en las que estamos presentes en España	55

## 03

### Capítulo 3 **NUESTRO FUTURO ESTÁ AQUÍ**

---

Fieles a nuestro propósito	58
Estamos ahí	59
Un año de 10 para Covirán 10	60
Un punto de venta responsable y accesible	62
Innovación, optimización y transformación digital	64
Innovación, optimización de procesos y en el punto de venta	66
El reto de la sostenibilidad, la rentabilidad y el crecimiento	67
Emprendedores en Cabo Verde, Guinea Ecuatorial y Azores	68
Portugal, de la consolidación a la expansión interna	69
Organizaciones en las que estamos presentes en Portugal	73



# 05

## Capítulo 5 **EL COMPROMISO, NUESTRA ESENCIA**

---

Fundación y la RSE de Covirán	<b>118</b>
Comprometidos con las personas, con la sociedad, con el entorno	<b>118</b>
1. Salud y nutrición	<b>120</b>
2. Entorno social	<b>124</b>
3. Gestión de la diversidad	<b>124</b>
Compromiso 2020, relevo generacional en el entorno social	<b>127</b>
Medioambiente	<b>128</b>
Covirán, modelo de gestión sostenible	<b>128</b>
Eficiencia energética ligada a la modernización	<b>129</b>
Solución a la gestión de residuos	<b>130</b>
Reducción del consumo de agua	<b>131</b>
Compromiso en la lucha con la reducción de plástico	<b>132</b>
Otras acciones para reducir la huella de CO <sub>2</sub>	<b>134</b>

# 06

## Capítulo 6 **DISTINCIONES**

---

**136**

# 07

## Capítulo 7 **INFORME ECONÓMICO-FINANCIERO**

---

**140**

# 08

## Capítulo 8 **NEXO: TABLAS Y CRITERIOS GRI PAGINADOS**

---

**156**

SR



# Covirán en 2019

## PRINCIPALES MAGNITUDES

**1.463**  
MILLONES €

*ebitda ajustado*

**8,2**  
MILLONES €

↑ **6,7%**  
CRECIMIENTO

**+1,74%**  
RESPECTO A 2018

es **1.303M€**

pt **160M€**

**707M€**  
Cash Flow Social  
GRUPO COVIRAN

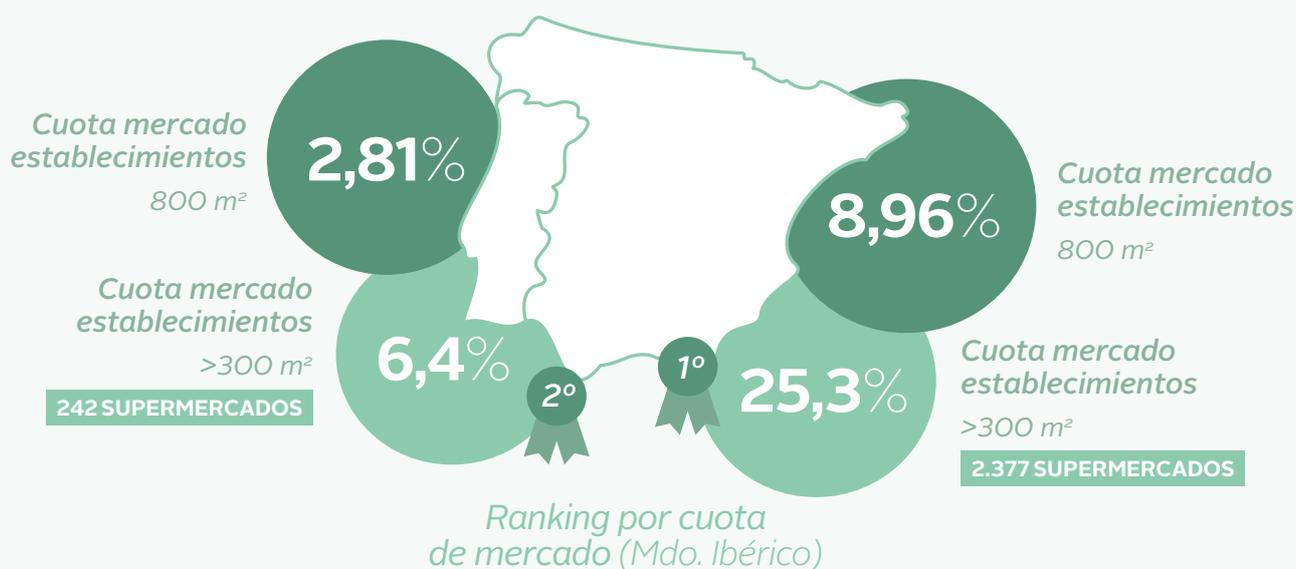
**1.287M€**  
Cash Flow Social  
TOTAL ENSEÑA

## PORTUGAL

**1,06%** Cuota mercado

## ESPAÑA

Cuota mercado **2,32%**



Fuente: elaboración interna

Covirán, **líder** en el formato proximidad

Establecimientos >300 m²

Cuota de mercado

es **2,32%** pt **1,06%**

Cuota de mercado  
en tiendas <800 m<sup>2</sup>

es **8,96%** pt **2,81%**

Cuota de mercado  
en tiendas <300 m<sup>2</sup>

es **25,3%** pt **6,4%**

Supermercados en  
Nuevo Concepto  
Covirán

**245**

Puntos de  
Venta  
Responsables

**63**

**Covirán** es la única  
enseña presente en el

**3,8%** de los municipios  
con <10.000 hab.  
(53 municipios)

**19,8%** de los municipios  
con <2.000 hab.  
(271 municipios)

CIFRA DE  
NEGOCIO **2019**

**+2,13%**

RESPECTO 2018

RANKING DE  
DISTRIBUCIÓN

POR NÚMERO DE  
ESTABLECIMIENTOS  
(Mdo. Ibérico)

es **2º** **3º** pt

Fuente: Nielsen

**PLATAFORMAS**



**30**

TOTAL

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

Total m<sup>2</sup>  
de plataformas

es **27**

pt **3**

**EMPLEO**



**15.746**

TOTAL

es **13.555**

pt **2.191**

**SUPERMERCADOS**



**2.855**

TOTAL

es **2.563**

pt **292**

**SOCIOS**



**2.427**

TOTAL



> es **48,6%**  
pt **31,3%**

es **2.197**

pt **230**



# Mensaje de la Presidenta

Querido Socio / Querida Socia:

Tienes en tus manos la memoria de nuestra Cooperativa correspondiente al ejercicio 2019, en la que hacemos balance de nuestra actividad como empresa sostenible, dedicada a generar valor económico, medioambiental y social en el entorno en el que operamos. Una empresa centrada, ahora y siempre, en la misión de ser la mejor opción para los detallistas independientes como tú.

En un contexto marcado por la incertidumbre en la evolución de la economía y el avance de la tecnología, en la última Asamblea General, el máximo órgano de representación de Covirán, se puso de manifiesto la necesidad de acelerar el cambio cultural y digital de nuestra Cooperativa, además de una transición en el modelo de negocio, en la tipología de nuestra estructura interna y en el impulso de una cultura que involucre más a los Socios y empleados.

Fruto de ese mandato emanado de la Asamblea, se han promovido cambios en la estructura organizativa de la empresa, para redimensionarla, hacerla más competitiva, y ganar en eficiencia al optimizar procesos. Estos ajustes generaron durante el ejercicio gastos extraordinarios que afectan directamente a la cuenta de resultados. El objetivo de esta transformación es que Covirán se posicione a la vanguardia del sector. La estrategia comienza a dar sus frutos y ya incluso antes de finalizar el año el nuevo plan estratégico enfocado al Socio, destinado fundamentalmente a incrementar la competitividad y rentabilidad de sus supermercados, empieza a producir los beneficios esperados por todos.

Nuestro objetivo de ser el grupo cooperativo líder de los supermercados de proximidad en los mercados donde estamos presentes, ha sido alcanzado en 2019 en España en establecimientos menores de 300 m<sup>2</sup>, donde conservamos una cuota del 25,3% de un mercado cada vez más competitivo. En Portugal, con una cuota del 6,4%, ocupamos la segunda posición. Estos resultados afianzan el propósito corporativo aunando misión y visión para ofrecer a los Socios y a sus clientes, supermercados de proximidad, gestionados por empresarios comprometidos, preocupados no solo por su desempeño sino también por el valor que aportan a la comunidad y al entorno.

Gran parte de la inversión acometida en 2019 por la Cooperativa ha estado centrada en la continua modernización de nuestros puntos de venta, a la tecnología aplicada al negocio, al servicio destinado al Socio y a la eficiencia operativa.

Un modelo de supermercado sostenible que ofrece la única opción comercial en 324 municipios de menos de 10.000 habitantes y que fomenta el emprendimiento femenino con el 48,6% de socias. A final de 2019, se han consolidado nuestros supermercados de Nuevo Concepto (NCC). 243 establecimientos que suponen la materialización de la innovación en el supermercado, sinónimo de rentabilidad para el empresario y de satisfacción para el cliente.

Dentro de este grupo de supermercados más innovadores y de nuestras políticas, vuelve a destacar el compromiso con la Accesibilidad Universal y la evolución de nuestros Punto de Venta Responsable, proyecto a través del que materializamos la RSE en nuestros supermercados. Son más de 63 los establecimientos que cuentan con esta certificación que avala su compromiso social.

El acierto de nuestro formato comercial, los supermercados Covirán, como modelo de emprendimiento y atención al cliente, nos ha permitido el incremento de las ventas brutas bajo enseña, un 6,7% respecto al ejercicio anterior, alcanzando los 1.463 millones de euros, manteniendo el total de nuestro activo por encima de los 217,9 millones de euros. Magnitudes en materia económica que reflejan la fortaleza y estabilidad de nuestra Cooperativa.

En cuanto al importe neto de la cifra de negocio, se eleva hasta un 2,1% respecto a 2018 y el EBITA ajustado de estos gastos extraordinarios resultantes del cambio organizativo asciende a 8,2 millones de euros, un 1,74% más que la cifra reportada el ejercicio anterior. Covirán cierra 2019 con una excelente evolución en sus principales magnitudes del negocio.

El segundo semestre de 2019 ha estado enfocado a obtener márgenes de maniobra para mejorar nuestra eficacia y competitividad al servicio de nuestros Socios y, a través de ellos, a sus clientes. Esto supone una reducción significativa de la base de costos y una política de inversiones más eficaz y enfocada en las palancas de crecimiento.

En el apartado logístico se ha incrementado el servicio de preparación y reparto a través de las mejoras en las operaciones. Es decir, productividad y eficiencia en el nivel de servicio al socio. Durante este ejercicio se han asentado y optimizado los procesos, la adaptación a la demanda, así como aspectos fundamentales en la cadena logística: sostenibilidad, última milla, bases fundamentales en la que se apoya la Cooperativa para su crecimiento y rentabilidad. Una plataforma logística flexible y en continua adaptación a las necesidades de los Socios.

En cuanto al balance social, 2019 concluye con 2.427 Socios y 2.855 supermercados, y con una vocación constante: estar cerca de nuestros detallistas, buscando soluciones de rentabilidad para todos ellos.

Covirán cerró 2019 con 15.746 puestos de trabajo, un 0,6 % más que en 2018. De ellos, 13.555 corresponden a España y 2.191 a Portugal. Y un dato significativo: por primera vez Covirán ha alcanzado la igualdad salarial de género en su plantilla.

Tras 59 años de vida, Covirán mantiene un fuerte compromiso con el territorio donde operamos. Continuamos generando cohesión social y territorial. Prueba de ello es nuestro Cash Flow Social, que asciende a 706,95 millones de euros. Cifra que mide la participación de la sociedad en los recursos generados por la actividad de la Cooperativa.

Por octavo año consecutivo, hemos ratificado nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a los 17 objetivos de desarrollo sostenible que en él se promueven. Dentro de estos objetivos, nuestra promoción de unos hábitos de vida saludables, el apoyo a la infancia, el trabajo con colectivos especialmente vulnerables y una continua reducción del desperdicio alimentario se han materializado a través de la responsabilidad social de Covirán y su Fundación. Inserta en la Fundación, la Escuela de Comercio ha seguido evolucionando, dentro de la estrategia de impulsar la cualificación y profesionalización como palanca para lograr la excelencia.

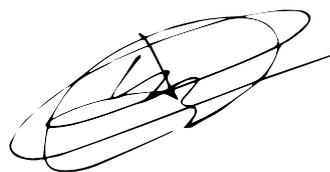
En cuanto al surtido, estamos incorporando formatos más reducidos, ingredientes naturales, una apuesta decidida por los productos frescos y locales, tanto en productos marca Covirán como marcas de primeros fabricantes, a buen precio, más saludables, específicos sin gluten y sin lactosa, línea gourmet, reforzando nuestra lucha contra el desperdicio alimentario y siempre garantizando la seguridad alimentaria.

En los próximos años, seguiremos esforzándonos en la reducción de costes y aumento de ingresos para obtener los resultados y un desarrollo sostenible y socialmente responsable y de permanencia a largo plazo de la Cooperativa y sus Socios.

Por todo ello, creo que nos debemos felicitar por los resultados obtenidos, tanto sociales, como laborales y económicos. Debemos mantenernos firmes en nuestra orientación al Socio, seguir mejorando continuamente en nuestra labor diaria. Contamos con las herramientas y el talento necesarios para hacerlo, poniendo, como siempre, a las personas en el centro.

En nombre del Consejo Rector de la Cooperativa, quiero agradecer a todas las personas, tanto Socios como empleados y proveedores que han contribuido a conseguir los objetivos marcados, especialmente en un año complejo.

Nos quedan por delante retos apasionantes y un convulso ejercicio en el que los supermercados Covirán, los Socios de la Cooperativa y la plantilla han tenido que adaptarse a una situación inesperada que está sacando lo mejor de cada uno de nosotros para atender las necesidades de la sociedad.



**Patrocínio Contreras**  
*Presidenta de Covirán*

# Hitos destacados 2019

## ENERO

### DÍA 8

La Frutoteca de Covirán llega a más de 3.000 escolares de toda España.

### DÍA 18

Fundación Covirán y Obra Social La Caixa, aliados en el proyecto 'Continuar es posible' para brindar el autoempleo a personas en riesgo de exclusión

## FEBRERO

### DÍA 12

Covirán recauda 5.000 euros en la campaña del redondeo solidario de Unicef

### DÍA 21

Los sabores de Andalucía, protagonistas en nuestros supermercados "Andalucía Sabe"

### DÍA 25

Nos unimos a la campaña 'Compra súper, come sano' para fomentar los hábitos de vida saludables.

## MARZO

Jornada para la innovación en la gobernanza de las cooperativas con buenas prácticas y transparencia

### DÍA 14

Compartimos con los medios los datos de 2018: Rueda prensa anual

## ABRIL

### DÍA 12

El Nuevo Concepto Covirán llega a Portugal como 'Covirán Plus'. Nuestros 288 supermercados lusus generan ya 1.895 empleos.

### DÍA 26

Seguimos implementando prácticas eficaces de prevención de riesgos laborales.

## MAYO

### DÍA 3

Nuestra fundación intensifica su plan de hábitos saludables entre más de 7.500 niños y niñas.

### DÍA 13

Firmamos nuestro II Plan de Igualdad, con 117 medidas con perspectiva de género e inclusión.

## JUNIO

### DÍA 4

Celebramos el Día del Medio Ambiente: seguimos siendo referentes con nuestras medidas.

### DÍA 7

Fundación Covirán celebra diez años de apoyo a la Carrera de la Mujer de Granada.

### DÍA 10

El Consejo Rector de Covirán se renueva con la primera presidenta de su historia, la cordobesa Patro Contreras.

### DÍA 26

Fundación Covirán reúne a directivos de 100 empresas andaluzas en la jornada 'Liderazgo en la Empresa Familiar'.

### DÍA 30

Continuamos comprometidos un año más con la Fundación CB Granada.



## JULIO

### DÍA 1 AL 30

Fomentamos la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>: repartimos 100 patinetes eléctricos en la campaña 'Súbete a la Movilidad Verde'.

## AGOSTO

### DÍA 7

Covirán incorpora 34 nuevos supermercados en Canarias en sólo seis meses.

### DÍA 14

14-Iniciamos un nuevo reto internacional en Cabo Verde. Estudiamos oportunidades en el continente africano.

## SEPTIEMBRE

### DÍA 10

Nos sumamos al compromiso para reducir el consumo de plástico: nueva campaña colaborativa con nuestros clientes.

## OCTUBRE

### DÍA 1

Ponemos en marcha nuevas iniciativas en la 2ª Semana Contra el Desperdicio Alimentario de AECOC.

### DÍA 15

Día de la Alimentación: tomamos nuevas medidas en nuestros productos para evitar el sobrepeso y realizamos campañas contra el desperdicio.

### DÍA 18

Covirán reafirma su compromiso en la Lucha contra el Cáncer de Mama colaborando en nuevas iniciativas solidarias.

### DÍA 25

'Premio al Apoyo Logístico' en los Premios Espiga de Oro '19 de FESBAL.

## NOVIEMBRE

### DÍA 12

Mejoramos la composición de los productos de marca propia para prevenir la obesidad.

### DÍA 20

Día del Niño: protegemos la infancia con más acciones solidarias y campañas de alimentación saludable.

### DÍA 22

Fundación Covirán y la Fundación Universidad de Granada-Empresa inauguran la II Edición del Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial (EXDICO).

## DICIEMBRE

### DÍA 2

Priorizamos la accesibilidad: los Puntos de Venta Responsable ya referentes con el servicio ASISTE.

### DÍA 16

Premio 'Smart Supply Chain Management' por implantar la tecnología de Webfleet Solutions en nuestros vehículos de reparto.







# **CAPÍTULO 1**

# *IDENTIDAD, VALORES Y TRANSPARENCIA*

---



# Misión

Ofrecer a los detallistas independientes y a sus clientes una solución integral que garantice la rentabilidad de sus supermercados, apostando por la calidad, la sostenibilidad y la innovación permanente.

# Valores

**Compromiso:** Forma parte del ADN de Covirán fomentar la economía local y trabajar por reducir el impacto ambiental que genera su actividad. Entre sus compromisos también figura la salud de los consumidores y la seguridad alimentaria.

**Igualdad:** Hoy Covirán es una empresa más social y moderna, garantía de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. La Cooperativa promueve la cultura de la diversidad y mantiene su implicación en la lucha por la igualdad efectiva.

**Trabajo responsable:** La generación de riqueza y bienestar solo es posible gracias al trabajo en equipo de Socios y empleados, responsables de atender las necesidades de los consumidores. Covirán ha puesto en marcha iniciativas como el Código de Buen Gobierno Corporativo y Buenas Prácticas para fomentar la ética empresarial y la transparencia.

**Cooperativismo:** El exitoso modelo empresarial de Covirán se sustenta en valores como el compromiso, la autonomía, la eficiencia, la transparencia, la responsabilidad y la solidaridad. La apuesta por el cooperativismo es también una contribución al bienestar de la comunidad donde se asienta.

# Visión

Ser referente de la economía social de España y Portugal, manteniendo el liderazgo en número de supermercados de proximidad con una apuesta clara por la sostenibilidad.

## Identidad, valores y transparencia

Un año más, Covirán S.C.A. conserva y consolida su cuota de mercado como referente del detallismo independiente en España y Portugal. La Cooperativa goza de solvencia y estabilidad gracias al esfuerzo y compromiso de sus 2.427 Socios y los más de 15.000 trabajadores, los verdaderos artífices de que los establecimientos que operan bajo la enseña de Covirán sigan siendo la mejor solución de proximidad para los detallistas independientes y para sus clientes.

El modelo de tienda de cercanía y de atención personalizada es la seña de identidad de Covirán desde su fundación en Granada en 1961, un modelo cooperativista que cuenta con la confianza de los clientes y que se ha extendido con éxito por España y Portugal principalmente gracias a su completa red logística formada por una treintena de plataformas.

Los resultados de 2019 constatan que la empresa de distribución alimentaria Covirán ha consolidado su proyecto de internacionalización en Portugal, adaptándose a la realidad de ese país y a las necesidades de sus Socios, a los que ofrece un modelo de negocio de gestión autónoma y profesional.

En esa búsqueda por estrechar los lazos con Socios y consumidores es clave la estrategia que está siguiendo Covirán Corporación Empresarial para garantizar un servicio integral al detallista independiente, así como todas sus sociedades: Detallistas Unidos (DUSA), Distribuidora Covirán Canarias, Covirán Supermercados, Covirán Servicios, Graseda Correduría de Seguros, Covirán Soluciones Tecnológicas, CoviOil y Covirán Maroc.

El fortalecimiento de su estructura ha permitido redoblar la apuesta por la innovación y modernización de los establecimientos, facilitando las herramientas necesarias para mejorar la gestión, además de mantener su estrategia de formación de los Socios y trabajadores, y promover principios básicos como la transparencia e igualdad de oportunidades.

Desde la Fundación Covirán se trabaja igualmente por fomentar valores ligados a la sostenibilidad, la solidaridad y el compromiso con la salud de los consumidores. Su actividad facilita más información sobre buenas prácticas y más cercanía, acciones de marcado carácter social que definen a la Cooperativa.



# Covirán, una cooperativa con causa

Las cooperativas poseen una serie de principios y valores distintivos que las convierten en el mejor modelo económico para conseguir una sociedad más justa y sostenible. Estos valores son:

**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 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 la 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.





# Tu supermercado de confianza en barrios y pueblos

El supermercado de proximidad se ha afianzado en los últimos años como el preferido de los españoles para realizar las compras. Los estudios han demostrado que el súper de barrio en las grandes ciudades y en los pueblos son un elemento de cohesión social que revierte sus beneficios en su entorno más inmediato.

Cóviran, líder en supermercados de proximidad, la mayor parte de ellos con menos de 300 metros cuadrados, es un ejemplo a la hora de ofrecer un trato personal y cercano. Para satisfacer las necesidades de sus clientes, la Cooperativa ha realizado un enorme esfuerzo en modernizar los puntos de venta en los barrios y también en el entorno rural; un modelo de negocio que no está reñido con la innovación, donde se conoce a sus clientes y se dispone de una oferta de alimentación variada de productos frescos de calidad a precios competitivos.

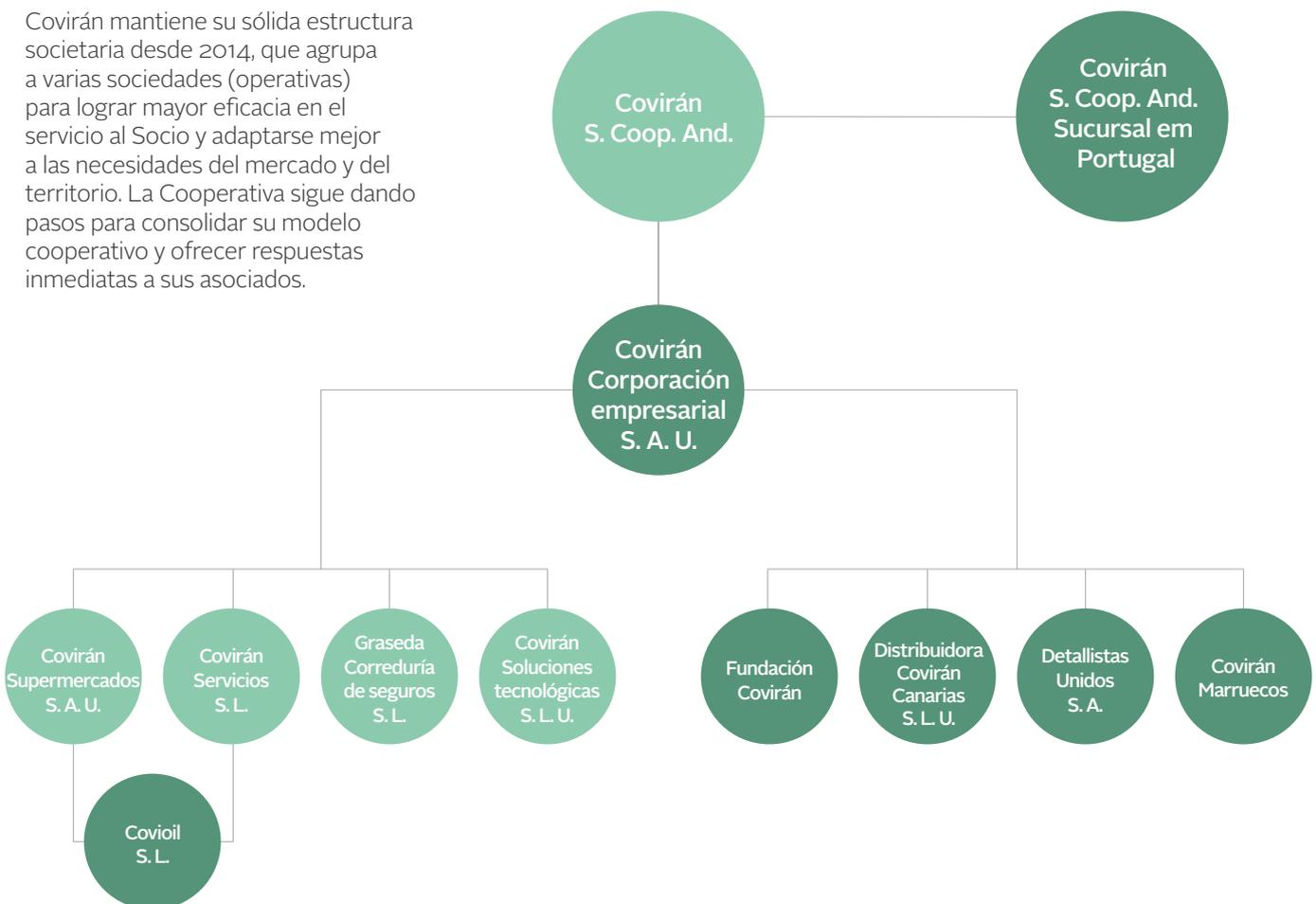
Hoy la Cooperativa cuenta con presencia en 1.292 municipios de España y Portugal, siendo la única opción de compra en 324 localidades con menos de 10.000 habitantes (23,6%), de las que 271 son municipios pequeños con menos de 2.000 habitantes (19,8%).

El impulso emprendedor de las mujeres Socias en los pueblos, donde su presencia al frente del supermercado es mayoritaria, evita a sus habitantes que se desplacen una media de 10,9 kilómetros para hacer sus compras. De hecho, la mayor parte de los clientes de Covirán en los pueblos acuden a hacer la compra a pie.

El esfuerzo de la Cooperativa se centra ahora en mejorar la formación de Socios y empleados, poniendo a disposición herramientas de gestión y venta que faciliten su actividad económica de cara a mantener la posición de privilegio que le otorga la lealtad de sus clientes.

# Una estructura societaria consolidada

Covirán mantiene su sólida estructura societaria desde 2014, que agrupa a varias sociedades (operativas) para lograr mayor eficacia en el servicio al Socio y adaptarse mejor a las necesidades del mercado y del territorio. La Cooperativa sigue dando pasos para consolidar su modelo cooperativo y ofrecer respuestas inmediatas a sus asociados.





# Órganos sociales

## ASAMBLEA DE SOCIOS

La Asamblea General de Socios es el máximo órgano de gobierno donde se toman las decisiones estratégicas de la Cooperativa. Entre sus funciones figura examinar la gestión y aprobar, si procede, las cuentas anuales. Se reúne, al menos, una vez al año y se rige por el principio de igualdad: todos los Socios tienen derecho de voto, uno por asociado. Las decisiones que se adoptan, conforme a la Ley de las Cooperativas, obligan al cumplimiento de los demás órganos y de los Socios.

## CONSEJO RECTOR

El Consejo Rector, como órgano de gobierno entre periodos asamblearios, se encarga de ejecutar los acuerdos previamente adoptados por la Asamblea. Está integrado por 16 miembros, dos de ellos mujeres, de los que 15 son elegidos libremente por la Asamblea General de Socios y uno es designado por los trabajadores.

Este órgano se elige cada cuatro años en un proceso abierto que viene regulado en los estatutos sociales de la Cooperativa. El Consejo Rector de Covirán es un reflejo de la diversidad territorial de la Cooperativa y también de la tipología de Socios, algunos de larga trayectoria y experiencia, otros más jóvenes y a la par con una gran cualificación y visión empresarial.

## Nota

*El documento que tiene entre sus manos corresponde a la Memoria de Actividad del año 2019. La excepcional situación vivida en 2020, año de elaboración de este documento, ha supuesto, entre otras cosas, la publicación de esta memoria en el último tramo de este ejercicio. Para ser rigurosos con la comunicación de la composición del Consejo Rector, Comisiones de Trabajo y de los órganos de dirección, se ha optado por plasmar la composición actual de los mismos, en lugar de la que existía en el año 2019.*

# Consejo Rector

ABRIL 2020



**Patrocinio Contreras Márquez**  
*Presidenta*



**Pedro Félix Lavín Poveda**  
*Vicepresidente*



**Ramón Cabrera Sabio**  
*Secretario*



**Javier Vidondo Illicheta**  
*Consejero*



**Antonio Rodríguez López**  
*Consejero*



**Blas Vidaurre Oscariz**  
*Consejero*



**Manuel Castilla Toquero**  
*Consejero*



**María Agustina Gómez Valenzuela**  
*Consejera*



**José Antonio Benito Díaz**  
*Consejero*



**Francisco Javier González Polanco**  
*Consejero*



**Tomás Muñoz Arjona**  
*Consejero*



**Joao Miguel Nunes Madeira**  
*Consejero*



**Lope Ortiz Rodríguez**  
*Consejero*



**Ángel Miguel Farnés Pistón**  
*Consejero*



**Germán Castillo Leal**  
*Consejero*



**Aitor Imobach Ramos Puertas**  
*Representante de los trabajadores*



**Javier López y García de la Serrana**  
*Letrado Asesor*



**Ignacio Valenzuela Cano**  
*Letrado Asesor*

# Intervención

Es el órgano de fiscalización de la Cooperativa y tiene como finalidad garantizar la transparencia en todas las cuentas de la Cooperativa. Covirán decidió crear un área de Intervención pese a que su puesta en funcionamiento no era obligatoria.

## **SOCIO INTERVENTOR**

### **Fernando Bailón Colmenero**

*Hermanos Bailón C.B.*

### **Juan de Dios Ruiz Chiroso**

### **Jorge Ortega Torices**

*Serviplus Technimax S.L.*

# Asamblea Territorial

Asambleas territoriales: La Asamblea General de Socios aprobó en 2015 la creación de un órgano consultivo territorial que asesora al Consejo Rector y que se reúne, como mínimo, dos veces al año. Entre sus cometidos figura incentivar la participación e implicación del Socio en la Cooperativa. En la actualidad se encuentran activas las Asambleas Territoriales Norte, Sur y Centro, y el Conselho Social en Portugal, al que se sumado en última instancia el Consejo Social de Cataluña. Sus miembros son elegidos por los Socios de cada territorio y, además de las tareas de asesoramiento, se encarga de dar traslado al Socio de las informaciones más relevantes.

# Presidentes Territoriales Centro-Norte

**Pedro Félix Lavín Poveda**  
*Centro-Norte*

**Javier Vidondo Ilincheta**  
*Norte*

# Delegados Territoriales Centro-Norte

**Pedro Felix Lavín Poveda**  
*Santander*

**Javier Vidondo Ilincheta**  
*Pamplona*

**Tomas Muñoz Arjona**  
*Zaragoza*

**Jose Antonio Benito Díaz**  
*Toledo*

**Gino Francisco Cordova Garcia**  
*Vitoria*

**Leonardo Martín Rodríguez**  
*Tenerife*

**María Mercè García Batlle**  
*Barcelona*

**Mohamed Ouamar Bouras Herrero**  
*Santander*

**Miguel Ruiz Sañudo**  
*Santander*

**Eneko Sarasola Usandizaga**  
*Vitoria*

**Milagros Bodelón Fernández**  
*Coslada (Madrid)*

**Esteban Varela González**  
*Santiago*

**Antonio Marqueta Adsuar**  
*Coslada (Madrid)*

**Blas Vidaurre Oscariz**  
*Vitoria*

**Eduardo Roma Núñez**  
*Santiago*

**Diego Gómez Talavera**  
*Toledo*

**Antonio Orozco Malillos**  
*Zamora*

**Luis Ángel Escudero Moreno**  
*Zaragoza*

# Presidentes Territoriales Sur

**Ramón Cabrera Sabio**

*Sur Occidental*

**Antonio Rodríguez López**

*Sur Oriental*

# Delegados Territoriales Sur

**Ramón Cabrera Sabio**

*Motril*

**Antonio Rodríguez López**

*Puerto Real*

**José Luis Bravo González**

*Casabermeja*

**Rubén Navarro García**

*Atarfe*

**Jesús Muñoz García**

*Atarfe*

**Ángel Miguel Farnés Pistón**

*Córdoba*

**Francisco Javier González Polanco**

*Puerto Real*

**Lope Ortíz Rodríguez**

*Mérida*

**M<sup>a</sup> Agustina Gómez Valenzuela**

*Jaén*

**Antonio Pacheco Ruiz**

*Jerez De La Fra*

**Evaristo Rosillo Martín**

*Atarfe*

**Manuel Castilla Toquero**

*El Ejido*

**Ángel Azor García**

*Baza*

**Antonio Muñoz Abril**

*Atarfe*

**Francisco Javier López Romero**

*Atarfe*

**Gaspar Navarro Gómez**

*Dos Hermanas*

**M<sup>a</sup> Victoria Aceituno Mudarra**

*Andujar*

**José Trujillo López**

*Malaga*

**Luis Alberto Martínez Del Vas**

*Lorquí (Murcia)*

**Daniel Mariscal Mena**

*Dos Hermanas*

**Luis Manuel Gracia Gutiérrez**

*Malaga*

# 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 Ilíncheta**

# Conselho Social Portugal

**Joao Madeira**  
**Carlos Lima**  
**Ricardo Dias**  
**José Brás**  
**Carlos Silva**  
**Paulo Pedrosa**



## Comisiones de trabajo

Los consejeros de la Cooperativa, además de las propias labores de decisión dentro de los Consejos, tienen establecidas comisiones de control en los principales ámbitos de actuación para trabajar con los miembros de los órganos ejecutivos y controlar con ello los principales riesgos a los que se pueda enfrentar la misma.

El detalle de dichas comisiones a cierre del ejercicio 2019, su objeto y los participantes del Consejo de Rector incluidos en cada una de ellas, es el siguiente:

## **Comité Ejecutivo y de Nombramiento y Retribuciones**

**Patro Contreras Márquez**  
**Pedro Lavín Poveda**  
**Ramón Cabrera Sabio**  
**Antonio Rodríguez López**  
**Javier Vidondo**  
**Joao Madeira**

El nuevo Comité Ejecutivo 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.

## **Comisión de Altas y Bajas**

**Antonio Rodríguez**  
**Joao Madeira**  
**José Antonio Benito**  
**Ramón Cabrera**

Los responsables de esta comisión de trabajo se encargan de estudiar todas las solicitudes de altas y bajas que se reciben en la Cooperativa. Entre sus cometidos está comprobar que se cumplan con los requisitos que establecen los Estatutos Sociales de la Cooperativa.

## **Comisión de Auditoría**

**Germán Castillo**  
**Blas Vidaurre**

Su objeto primordial es servir de apoyo al Consejo de Administración. En concreto, informar sobre las cuestiones que son 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, designar al Auditor de Cuentas y supervisar la Auditoría Interna de la Compañía.

## **Comisión de Suministro, Plataformas y Logística**

**Ángel Miguel Farnés**  
**Javier Vidondo**  
**Tomás Muñoz**  
**Pedro Lavín**

Esta área de trabajo 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.

## Comisión de Innovación y Punto de Venta

**Pedro Lavín**  
**Joao Madeira**  
**Agustina Gómez**  
**Ramón Cabrera**  
**Manuel Castilla**

Al organigrama de trabajo de esta comisión se han incorporado Pedro Lavín, Joao Madeira, Agustina Gómez, Ramón Cabrera y Manuel Castilla. Esta área tiene por objeto la puesta en común y análisis de viabilidad de proyectos para el punto de venta, propuestas, nuevos lanzamientos de equipamiento, servicios, pilotaje de nuevos conceptos y detección de oportunidades en materia de innovación.

## Comisión de Tesorería

**Manuel Castilla**  
**Ramón Cabrera**

Manuel Castilla y Ramón Cabrera toman el testigo de una comisión que vela por la adecuada y correcta gestión de la Tesorería y Cartera (morosidad) en la Compañía.

## Comisión TIC

**Pedro Lavín**  
**Ramón Cabrera**  
**Lope Ortiz**  
**Manuel Castilla**

Son los nuevos responsables de la Comisión TIC, que se encarga de potenciar la digitalización de los procesos internos para mejorar la comunicación y la eficacia en la gestión de la Cooperativa.

## Comisión Comercial

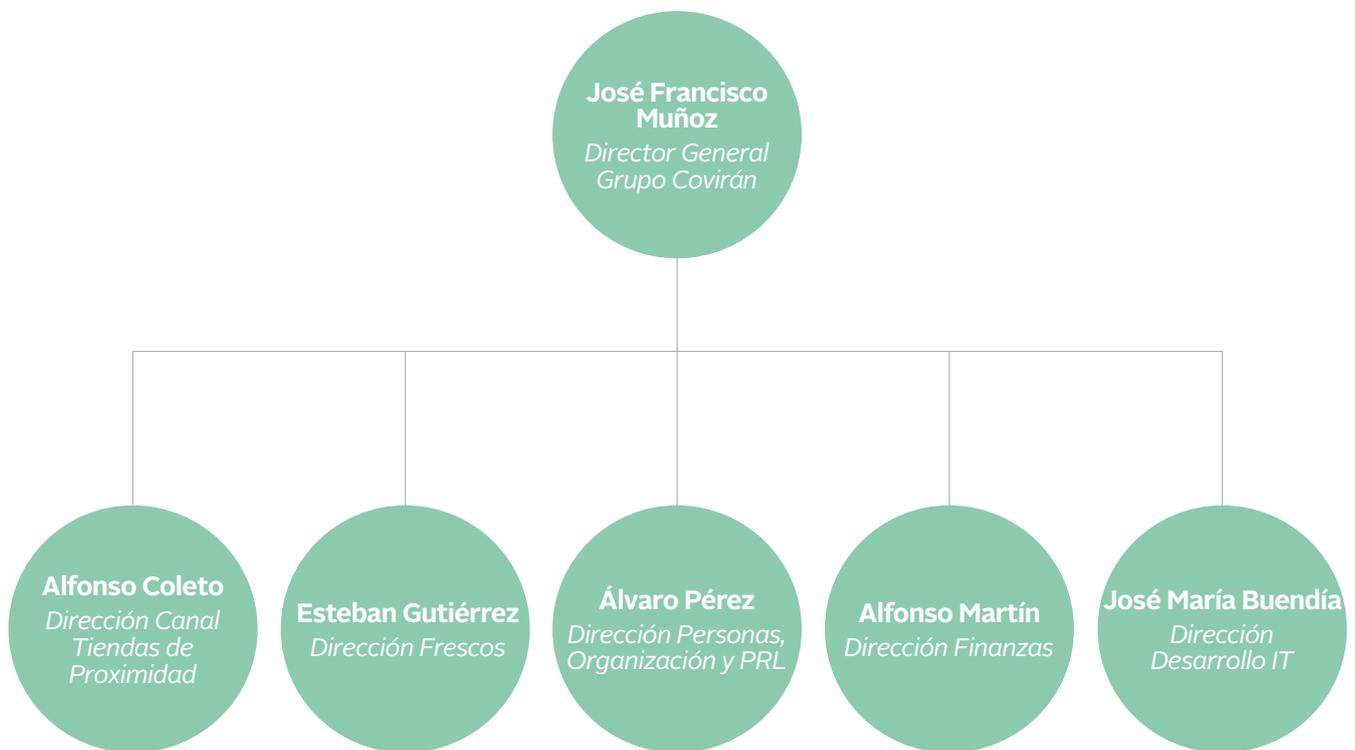
**Lope Ortiz**  
**Francisco Javier González**  
**Agustina Gómez**  
**José Antonio Benito**  
**Germán Castillo**

Lope Ortiz, Francisco Javier González, Agustina Gómez, José Antonio Benito y Germán Castillo forman la comisión comercial que supervisa la correcta definición, desarrollo y ejecución de la política comercial.

## Comisión Estudio Estatutos Sociales

**Germán Castillo**  
**Lope Ortíz**  
**J. Antonio Benito**

Este último Comité está conformado por la presidenta Patro Contreras y los vocales Germán Castillo, Lope Ortiz y José Antonio Benito. Su objetivo es hacer propuestas de mejoras a la Asamblea General que permitan adaptar los Estatutos a las nuevas necesidades de la Cooperativa.



# Órganos ejecutivos

## COMITÉ DE DIRECCIÓN

La responsabilidad de las decisiones estratégicas de Covirán recae, a nivel ejecutivo, en el Comité de Dirección. Sus miembros se encargan de garantizar que las medidas que se adopten sean viables para la rentabilidad del negocio. Al Comité de Dirección le compete dar respuesta a los retos y desafíos de la empresa, y poner en marcha nuevos proyectos que tengan como objetivo el máximo crecimiento de la compañía, atendiendo a los criterios de sostenibilidad. El Comité de Dirección, a cuyo frente está el Director General, actúa bajo la supervisión del Consejo Rector y de la propia Asamblea General de Socios.

# Apuesta por el desarrollo sostenible (ODS)

Covirán ha asumido el firme compromiso de sumar esfuerzos para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Desde que en 2011 se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas e incorporara los 17 objetivos del acuerdo, la Cooperativa ha llevado a cabo distintas acciones para minimizar su impacto negativo sobre el medio ambiente.

Hoy, Covirán es una empresa socialmente responsable y sostenible, ejemplo de economía circular que apuesta por la reutilización de los residuos que produce y que trata con éxito de reducir su gasto energético.

Entre sus preocupaciones figura la renovación constante de la flota de vehículos propios y externos, las mejoras en las instalaciones y la disminución del consumo de agua.

Desde la Fundación Covirán también se han puesto en marcha campañas de sensibilización para luchar contra el hambre, evitar el desperdicio y redistribuir los alimentos. Su implicación ha sido reconocida con la 'Espiga de Oro' que concede la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).





## 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.



# La transparencia, el mejor aliado para avanzar juntos

La transparencia y el diálogo contribuyen a mejorar la relación con los Socios y afrontar los desafíos que plantea el presente y el futuro. Fortalecer los vínculos de la gran familia que forma Covirán pasa por ofrecer puntual y detallada información de su actividad empresarial; en definitiva, por promover la transparencia como mejor aliada para avanzar juntos y aumentar la confianza de quienes guardan relación con la Cooperativa.

Un ejemplo de ello es la elaboración de la presente Memoria de actividades del año 2019, siguiendo los criterios del Sistema de Reporte Global o Global Reporting Initiative (GRI), un modelo estándar de memoria de sostenibilidad que aborda aquellas cuestiones que suscitan especial interés para Socios, empleados y clientes.

Por segundo año consecutivo se ha analizado la materialidad de la actividad desarrollada en 2019, incluyendo como novedad

la participación de proveedores, además de la de Socios y equipo directivo. Se trata de conocer mejor las cuestiones que son relevantes y que marcan la estrategia de la Cooperativa, y donde se reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales de la actividad de la enseña.

Se han mantenido igualmente reuniones con Socios de las plataformas logísticas para informar sobre los cambios en la nueva estructura organizativa, dar a conocer la evolución del mercado, las novedades que incorporan los servicios que se prestan al Socio y otros aspectos importantes de la Cooperativa. Dichos encuentros han permitido recoger la opinión y las propuestas de los asociados para atender sus necesidades.

Son pasos que certifican un modelo de la transparencia basado en la escucha activa y en el diálogo activo para conocer las demandas y preocupaciones de quienes comparten el día a día en Covirán.



# Código ético y Compliance, valores que sirven de guía

Covirán dispone de un código ético que establece las pautas que han de presidir el comportamiento de todos los que desempeñan su labor diaria en la Cooperativa, ya sean Socios, empleados, proveedores o colaboradores externos.

En 2015 se elaboraron el Código de Buen Gobierno Corporativo y el de Buenas Prácticas, que fueron aprobados por la Asamblea general de Socios, un paso imprescindible para la creación del Compliance de Covirán, esto es, el procedimiento para identificar y clasificar los riesgos y establecer mecanismos de prevención y control.

En la Cooperativa, el Comité de Dirección y todos los miembros del equipo directivo se rigen por un Código de Conducta propio que establece su responsabilidad en el ejercicio de la supervisión de la empresa y la toma de decisiones.

Todos estos mecanismos para alentar una cultura de honestidad en la empresa ayudan a mantener el prestigio y la reputación corporativa de Covirán.

# Matriz de materialidad, un paso más hacia la sostenibilidad

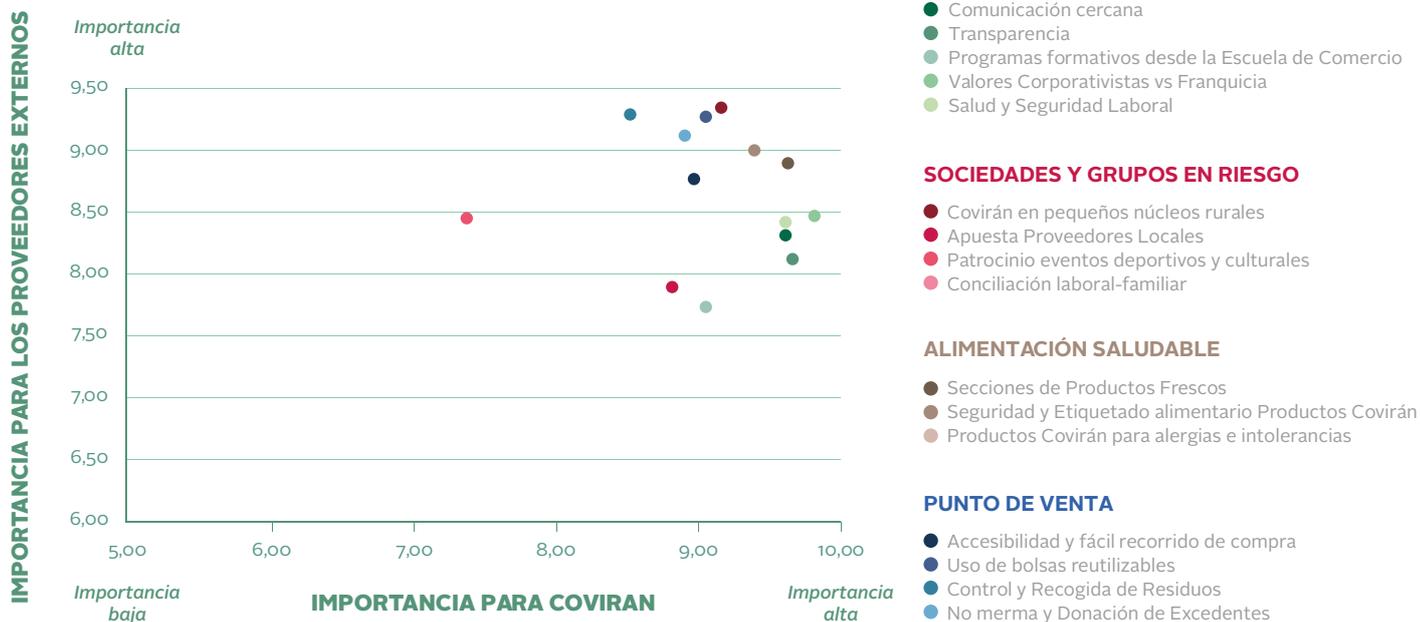
Por segundo año consecutivo, Covirán lleva a cabo un análisis de materialidad, un ejercicio de transparencia que cuenta con la participación de los grupos de interés de la Cooperativa para identificar los aspectos relevantes y evaluar su repercusión en la actividad de cara a decidir con posterioridad aquellos que son prioritarios.

En esta ocasión, se ha contado con la participación de las empresas proveedoras externas que juegan un papel esencial en el abastecimiento de productos.

Se analizan aspectos relacionados con las condiciones de trabajo de la plantilla de trabajadores, la sostenibilidad de los puntos de venta, cuestiones relacionadas con la sociedad y grupos en riesgo, así como la importancia de la alimentación saludable.

Se evalúa el impacto económico, ambiental y social, y, una vez realizado el análisis, se procede a la revisión de los aspectos prioritarios desde la óptica de los grupos de interés.

## Análisis de materialidad



## 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 asociaciones

Compromiso con el desarrollo de alianzas con asociaciones para la promoción de un desarrollo sostenible.



# La comunicación, clave para proyectar la marca Covirán

La comunicación es una de las piezas claves en la estrategia corporativa de Covirán, una herramienta vital para que la Cooperativa refuerce su imagen de marca.

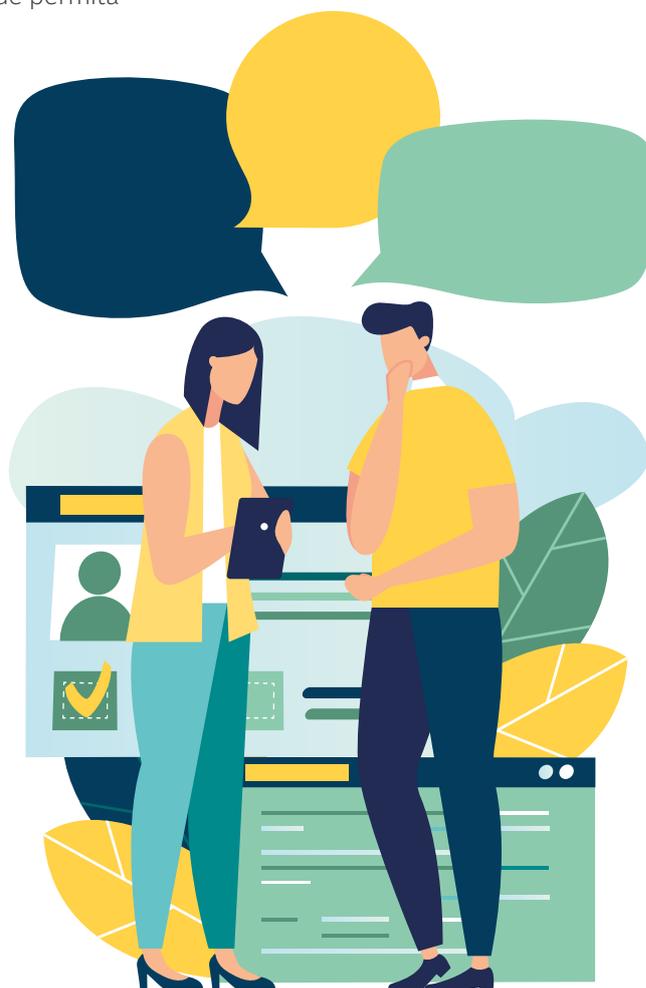
En la actualidad, la enseña cuenta con diversos canales para fomentar la participación de Socios, empleados, clientes, empresas y todos aquellos grupos de interés que fortalecen la identidad de la Cooperativa.

Las herramientas de comunicación y diálogo, en plena era digital, son un método eficaz para trasladar inquietudes, ideas y sugerencias, y recibir de inmediato respuestas personalizadas.

Se han implantado sistemas para optimizar la comunicación interna e incrementar la eficacia en la cadena productiva. Ejemplo de ello es el buen funcionamiento del buzón de sugerencias a disposición de los trabajadores que quieran formular propuestas, un método cada vez más utilizado que incentiva a los empleados y los implica directamente en las tareas corporativas.

Con los Socios, la comunicación se sustenta en el diálogo permanente y en la transparencia informativa, siempre con el objetivo de mejorar la competitividad; sin olvidar el contacto cercano a los Clientes, que se ha visto reforzado a través de los canales de escucha activa para mejorar su experiencia de compra.

En definitiva, compartir la información para transmitir una visión corporativa que permita proyectar la imagen de marca de Covirán al máximo público posible.



GRUPO DE INTERÉS	HERRAMIENTAS DE DIÁLOGO	DESEMPEÑO
 <p><i>Socios</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asamblea Anual</li> <li>• Reuniones anuales Asambleas 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</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><i>Trabajadores</i></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 empleado</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><i>Clientes</i></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><i>Proveedores</i></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><i>Asociaciones y entidades</i></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><i>Sociedad</i></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>





## **CAPÍTULO 2**

# *ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN*

---



# Datos destacados 2019

## DATOS (MILLONES DE EUROS)

2019

<b>Valor económico directo generado</b>	<b>610,50</b>
INCN	545,44
Trabajos realizados para el activo	0,04
Ingresos por descuento de proveedores	59,46
Otros ingresos de explotación	3,25
Beneficios obtenidos por ventas de inmovilizado	-0,02
Otros ingresos excepcionales	0,38
Ingresos financieros	1,95
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>-612,50</b>
Costes operacionales	-571,15
Salarios y beneficios de los empleados	-39,85
Pagos a proveedores de capital	-0,75
Pagos al gobierno	-0,28
Inversiones en la comunidad	-0,24
Otros gastos excepcionales	-0,21
<b>Valor económico retenido</b>	<b>-2,00</b>

Una de las razones de ser de las empresas de economía social es generar cohesión social en los territorios donde se asientan. El modelo cooperativo de Covirán ha demostrado, a lo largo de sus casi 60 años de historia, el valor que se genera y distribuye en el territorio más próximo, teniendo como base la rentabilidad de cada una de las tiendas de sus Socios.

En 2019, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.463 millones de euros, un 6,7% más que en 2018. A pesar de que Portugal aún representa un porcentaje pequeño de este volumen, es significativo su crecimiento por encima del 20%. Son datos que corroboran la estabilidad y solvencia de Covirán y su capacidad para afrontar la reestructuración iniciada en el último ejercicio.

# Generamos riqueza económica para el entorno

DATOS (MILLONES DE EUROS)	2017	2018	2019
Cash Flow social grupo	693,87	699,22	706,95
Pago compras y servicios	622,28	621,90	635,00
Remuneración empleados	31,19	33,52	34,10
Pago impuestos y deuda financiera	30,75	29,27	30,63
Pago dividendos	0,42	0,44	0,44
Inversiones con fines sociales	0,53	0,84	0,83
Pago Inversiones activos	8,71	13,25	5,94



En un escenario de cambios estructurales y organizativos, Covirán ha sido capaz de seguir generando riqueza en su entorno y garantizando el beneficio económico de los supermercados de sus Socios, en particular, de aquellos con mayor compromiso con la Cooperativa.

El cash flow social del grupo empresarial alcanzó en 2019 los 706,95 millones, un 1.11% más que en el ejercicio anterior. Es una riqueza que se revierte directamente en el entorno, a través de la compra de bienes y servicios a los más de 2.000 proveedores locales de la Cooperativa, salarios de los trabajadores, impuestos o la puesta en marcha de programas con fines sociales.

La presencia de Covirán en pequeños municipios donde es la única opción de compra, la apuesta por adquirir en origen a productores locales, la generación de empleo a través de los supermercados de sus Socios y las plataformas logísticas, explican el valor diferencial de la Cooperativa.

Cada euro facturado en un supermercado Covirán, en una tienda de proximidad, tiene un impacto tres veces mayor en la economía local de los territorios que el gasto realizado en otros formatos de tienda, como recoge el estudio **'La sostenibilidad económica, territorial y medioambiental del formato supermercado'**, realizado por la Universidad de Huelva.

## Nota

Este año se ha profundizado más el cálculo del Cash Flow basándolo en el origen de la base de transacciones sacadas directamente del software de gestión de la tesorería del grupo, datos que consideramos más correctos y que Covirán ha estado trabajando para que el origen de las transacciones esté mejor definido, en lugar de construir los mismos en base a los datos contables donde no se refleja del todo la corriente monetaria que se ha producido.

**34M€** | Trabajadores

**635M€** | Proveedores

**30,63M€** | Estado (impuestos y deudas financieras)

**0,83M€** | Sociedad

# Invertimos en la rentabilidad del Socio

El foco de Covirán siempre ha estado en la rentabilidad de los supermercados de sus Socios. En dotar a sus supermercados de un conjunto de servicios y herramientas que le permitan operar en igualdad de condiciones frente a grandes cadenas de distribución.

De ello depende en gran medida la salud del corazón de la Cooperativa. De ahí que, en el último ejercicio, una vez completado el mapa logístico, se haya apostado por reducir las inversiones internas, redoblando la apuesta por mejorar los márgenes de rentabilidad y eficiencia de los supermercados de los Socios.

**INVERSIÓN COVIRAN**

**4,91M€**

**INVERSIÓN COVIRAN + SUPERMERCADOS**

**19,7M€**

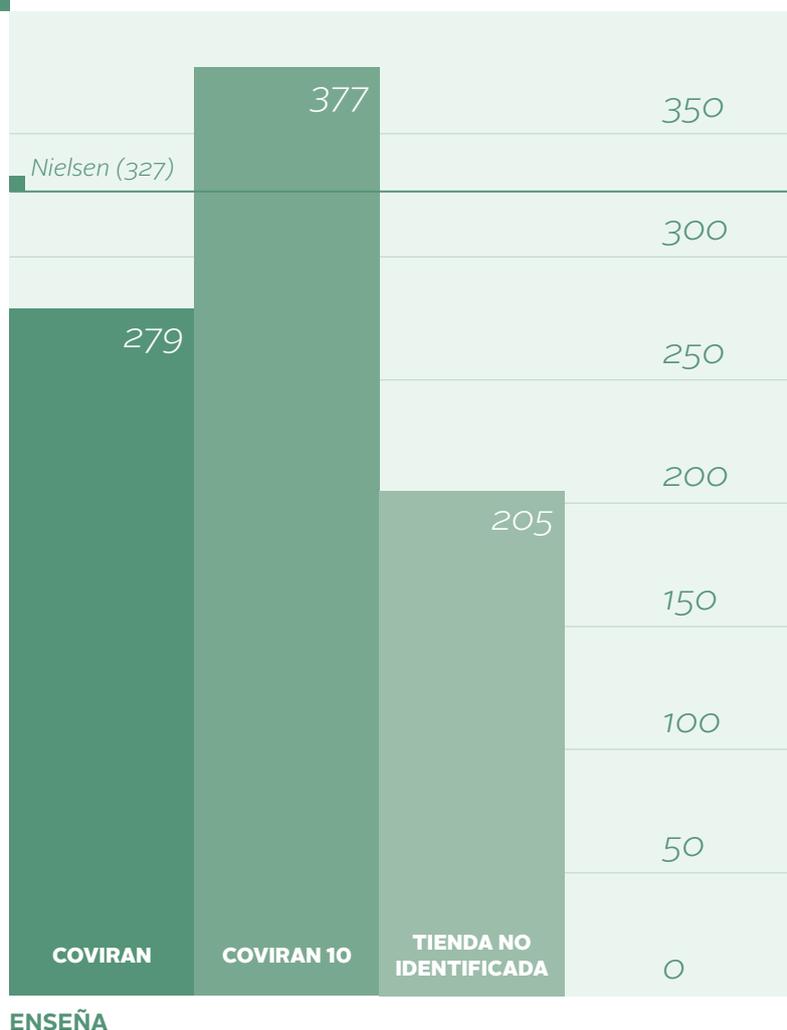
Con esa motivación, seguir a la vanguardia, en 2019 la Cooperativa destinó inversiones por valor de 4,91 millones de euros a su proyecto de mejora y renovación de los puntos de venta de sus Socios y de las plataformas logísticas, cuya modernización está optimizando los sistemas de suministro para garantizar el mejor servicio ante nuestra gran capilaridad, al tiempo que se logran reducir costes e impacto medioambiental. Esta cifra extrapolada al conjunto de los socios se situaría en torno a los 19,70 millones de euros lo que da 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.

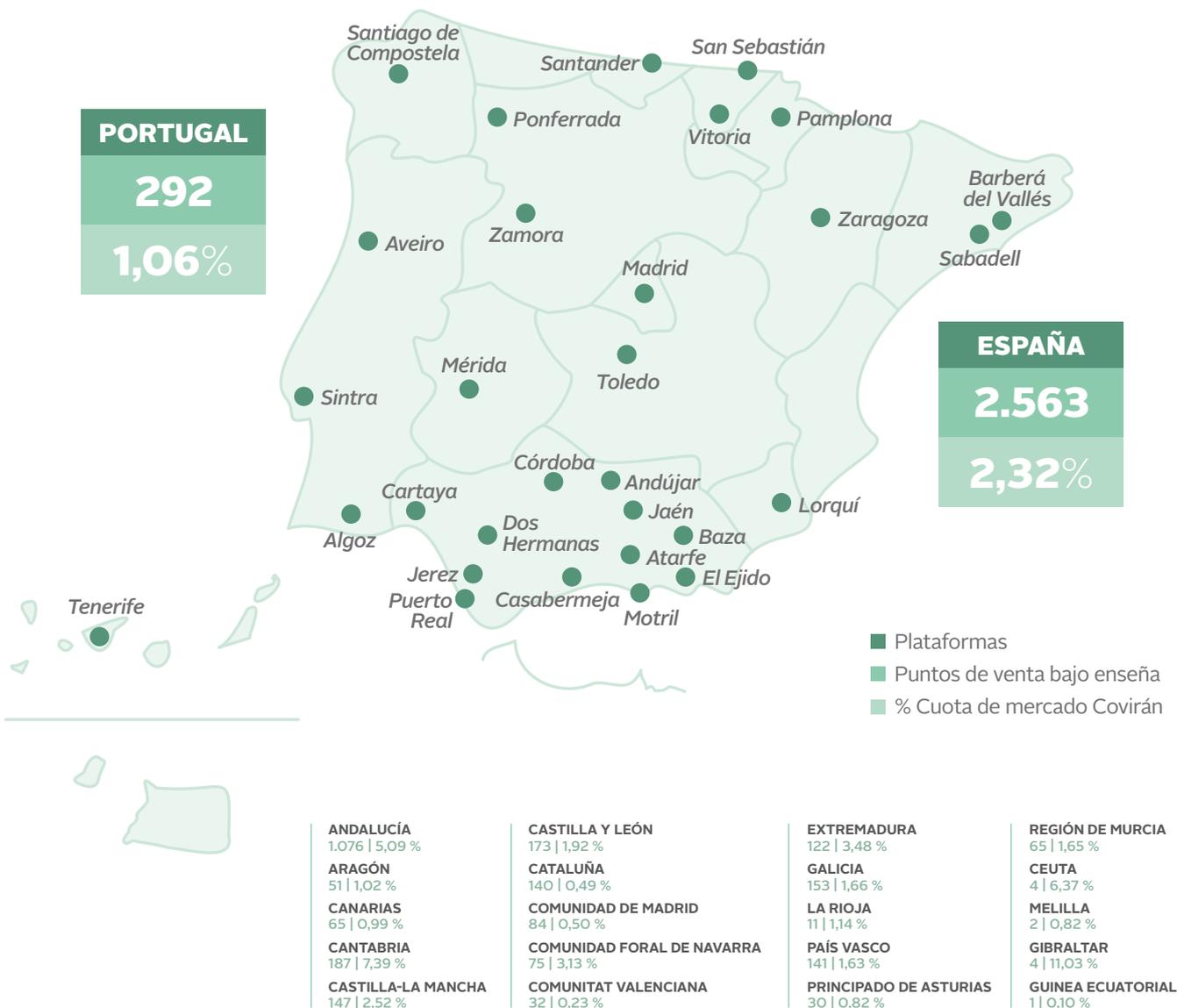
En 2019 abrieron sus puertas 37 supermercados de Nuevo Concepto (Covirán 10). Fue el año de mayor crecimiento de este formato desde su implantación en 2009.

Para ayudar a los Socios con su esfuerzo inversor, el Departamento de Comercio e Inversiones de la Cooperativa gestionó ayudas de las distintas administraciones por valor de más de 245.000 euros. 6 de cada 10 euros iban destinados a modernización del punto de venta.

Se trata de una inversión que tiene su retorno en la rentabilidad de los supermercados. El modelo de tienda Covirán 10 mejora los ratios de venta del resto de establecimientos de la enseña. En 2019 las tiendas bajo el Nuevo Concepto facturaron un 12,8% más con respecto al año anterior.

*Ventas*  
**VENTA TIENDA MENSUAL POR M<sup>2</sup>**





# Aportamos cohesión territorial

Covirán es la mejor respuesta a detallistas independientes en cualquier territorio. Ello permite que los Socios de la Cooperativa presten servicios no solo en los barrios de ciudades medias y grandes, también en muchas pequeñas poblaciones de lo que ahora se denomina la España vaciada.

Es por ello que Covirán ayuda a vertebrar los territorios, al permitir a miles de ciudadanos de pequeños pueblos realizar un acto cotidiano como llenar la cesta de la compra sin necesidad de desplazamientos.

La cadena tiene tiendas en 1.292 municipios de toda España y en 15 de los 18 distritos de Portugal. Su presencia es vital en 271 municipios españoles con menos de 2.000 habitantes. En muchos de ellos sigue siendo la única opción de compra para sus vecinos.

# Lideramos el mercado en el formato de proximidad

Cuota de mercado

Cuota de mercado en tiendas <800 m<sup>2</sup>

Cuota de mercado en tiendas <300 m<sup>2</sup>



**2,32%**  
ESPAÑA

**1,06%**  
PORTUGAL



**8,96%**  
ESPAÑA

**2,81%**  
PORTUGAL



**25,3%**  
ESPAÑA

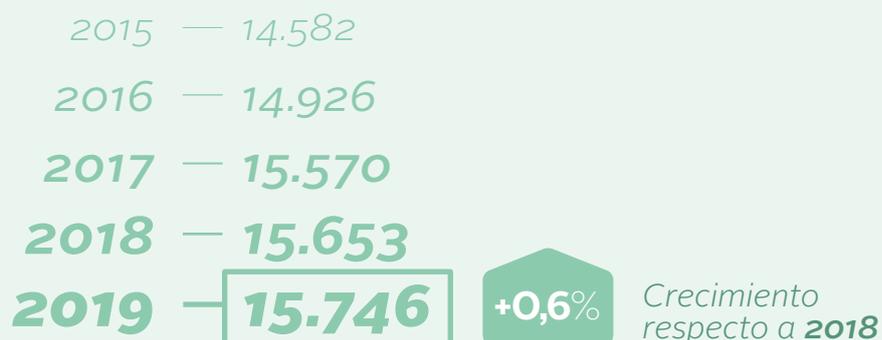
**6,4%**  
PORTUGAL

Por las características de sus establecimientos, la mayoría de los supermercados Covirán tienen menos de 300 metros cuadrados. La consultora Nielsen atribuye a la empresa de distribución de origen granadino un 8% de cuota de mercado en el segmento de establecimientos con menos de 800 metros cuadrados. Un dato que mejora ostensiblemente cuando sólo se tienen en cuenta las tiendas de formato pequeño. En este segmento de menos de 300 metros cuadrados, la cadena de supermercados es líder en España, con más de un 25% de cuota de mercado por número de tiendas y segunda en Portugal, con el 6,4%.

# Generamos empleo estable y de calidad

En cifras globales Covirán incrementó en 2019 el empleo y la ratio de empleados por metro cuadrado. En este dato destacan particularmente las contrataciones en las tiendas de Nuevo Concepto (15% más con respecto a 2018) y Portugal, donde la enseña aumentó en un 15,6% el número de empleados.

## Empleo total Covirán



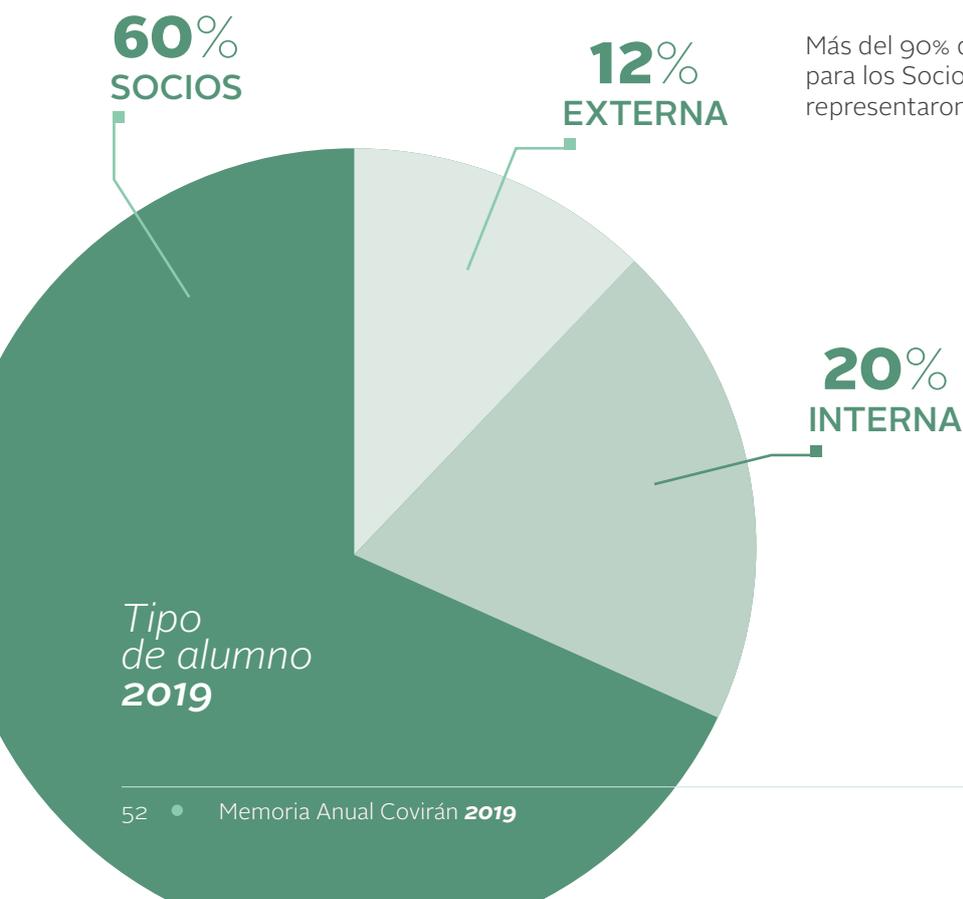
## Ratio contratación por cada 100 m<sup>2</sup>



# Destinamos recursos a la formación de los Socios y sus empleados

Covirán ha apostado decididamente por la profesionalización de los Socios y de sus empleados a través de la formación. Desde 2008, fecha en la que comienzan a llevarse los registros de acciones formativas de la Escuela de Comercio, han pasado por los distintos cursos casi 15.000 alumnos.

2019 marcó un hito en este historial, al alcanzar los 1.801 alumnos, que pasaron por 195 ediciones. La Escuela de Comercio Covirán, dotada con unas modernas instalaciones desde 2014, es el soporte para estas acciones, que también se extienden a las plataformas e incluso a los supermercados de los Socios cuando es preciso.



Más del 90% de las acciones formativas son gratuitas para los Socios y sus empleados, que en 2019 representaron el 68% de los beneficiarios.



MÁS DEL



+86%

DE LAS COMPRAS DE FRESCOS  
SE REALIZA EN ORIGEN

*Crece de la  
mano de nuestros  
proveedores locales*

Covirán cuenta con casi 2.500 proveedores en España y Portugal a quienes la Cooperativa realizó compras por valor 547,5 millones de euros.

En particular en productos frescos, la Cooperativa mantiene una política de compras que privilegia a proveedores de proximidad. Más del 86% de las compras tanto de frutas y verduras como de carnes se realizó en 2019 en origen, un dato que avala la apuesta de la enseña por generar riqueza en los distintos territorios donde está asentada.

Aunque existe un volumen importante de proveedores de Andalucía, Cataluña o la Comunidad Valenciana, la red de proveedores incluye a todas las comunidades autónomas. En Portugal, la cadena cuenta ya con 274 proveedores locales.

El compromiso de Covirán, como empresa de economía social con otras cooperativas, también se extiende al capítulo de proveedores. Dentro de su cartera hay 68 cooperativas agroalimentarias, que facturaron en 2019 a la cooperativa de detallistas independientes más de 10 millones de euros en frutas, verduras y carnes.

En los supermercados Covirán los productos locales ocupan un espacio destacado dentro del surtido. A través de campañas 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.

# Trabajamos por la sostenibilidad de la cadena agroalimentaria

La apuesta de Covirán dentro de la cadena agroalimentaria va más allá de la adquisición de productos a proveedores locales. La Cooperativa también se suma a acuerdos con otros distribuidores que promueven la estabilidad y la sostenibilidad en la cadena de valor del sector, cuya rentabilidad de sus producciones está muy castigada en los últimos años.

Como miembro de Asedas (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados), Covirán participa desde 2016 del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, una adhesión voluntaria que recoge el compromiso 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.

Para Covirán, los proveedores son un aliado estratégico para el desarrollo y sostenibilidad de sus comercios de proximidad, al tiempo que los proveedores ven en Covirán el canal por el que hacer llegar al cliente final un producto local, sostenible y comprometido.

De ahí la posición de fortaleza de la Cooperativa dentro de la cadena, donde juega un papel cada vez más determinante gracias a la nutrida red de supermercados de la enseña.





# Defendemos los intereses de nuestros Socios

Covirán extiende su modelo cooperativo hacia la sociedad y al modo en el que se relaciona con sus diferentes grupos de interés, con la misión de construir una imagen sólida y profesional, con especial foco en las organizaciones sectoriales, administraciones e instituciones vinculadas o relacionadas con el negocio de la distribución.

Esta actividad de representación, así como la participación y pertenencia a distintos organismos, entidades y asociaciones, aporta valor y refuerza el posicionamiento de la Cooperativa dentro del sector.

Para dotar a sus Socios y a todos los supermercados de la enseña de una mayor capacidad competitiva, Covirán pertenece a la central de compras Euromadi en España, y Euromadi Port en Portugal, central de servicios líder en Europa, garante del mejor servicio para el Socio de la Cooperativa.

Covirán es miembro activo de numerosas asociaciones tanto en España como en Portugal, entre las que destacan AECOC, ASEDAS y CEOE o el Consejo de la Cámara de Comercio e Industria Luso-Española.

En 2020, con fecha 12 de febrero, la Junta Directiva de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES) ha aprobado la incorporación de Covirán como socio de pleno derecho. Con esta adhesión, la patronal de la Economía social, cuenta con 27 socios miembros. Todos ellos, máximos representantes de la Economía Social de mercado de España.

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

## ORGANIZACIONES EN LAS QUE ESTAMOS PRESENTES EN ESPAÑA





A large, light green, stylized number '3' is positioned in the background, partially overlapping the text. It is composed of two thick, curved lines that form the shape of the digit.

## **CAPÍTULO 3**

# *NUESTRO FUTURO ESTÁ AQUÍ*

---

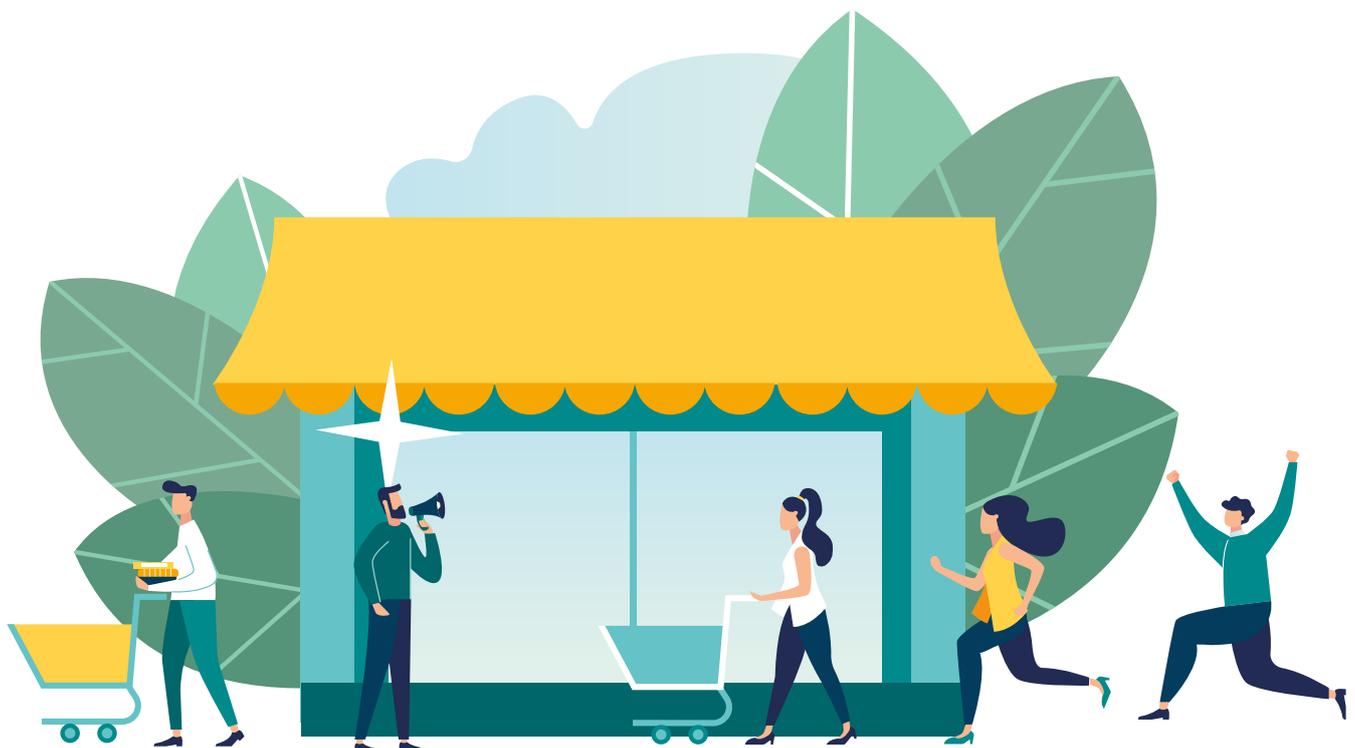
# Fieles a nuestro propósito

Fiel a su misión de ofrecer el mejor servicio al Socio y al cliente final, Covirán mantiene el foco en la innovación como motor de sostenibilidad y desarrollo.

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, la innovación y modernización en el punto de venta, la mejora y adecuación del surtido, la transformación digital o la formación y profesionalización.

Los retos de Covirán pasan por la defensa de sus señas de identidad como empresa de economía social, teniendo al Socio en el centro de las decisiones, trabajando la proximidad como valor diferencial, en la modernización de las tiendas para fomentar la mejor experiencia de compra y la rentabilidad de los supermercados y avanzando en la transformación digital.

En todos estos procesos, Covirán cuenta con las personas como su principal capital.



# Estamos ahí

La potente red logística de Covirán, integrada por 30 plataformas en la península ibérica, confiere una gran capilaridad a la Cooperativa y permite llegar a poblaciones y puntos de la geografía adonde no llega nadie. De hecho, en el 20% de los municipios españoles de menos de 2.000 habitantes los supermercados de los Socios son la única opción de compra para sus vecinos. Ello también refuerza la vocación de la Cooperativa de impulsar la vertebración de los territorios y su cohesión social.

La fortaleza del modelo cooperativo de Covirán como solución a los pequeños detallistas independientes radica en su combinación de un amplio abanico de servicios a disposición de todos los Socios y en la libertad de cada uno de ellos para gestionar su supermercado sin perder los rasgos de identidad frente al cliente final.

Dentro de ese abanico de opciones, la Cooperativa trabaja principalmente en la modernización continua del modelo Covirán, una innovación permanente que, en los últimos años, ha alcanzado los mejores resultados a través del Nuevo Concepto Covirán o Covirán 10. De más reciente creación es el Punto de Venta Responsable, la materialización en la tienda del máximo compromiso con la sociedad y la sostenibilidad.

El ciclo de vida de las formas comerciales se acorta cada vez más por el entorno tan cambiante y mudadizo en que se encuentran inmersos. Esta situación favorece, e incluso obliga, al desarrollo de nuevas fórmulas comerciales para lograr la mayor adaptación a esos cambios que se producen constantemente en el mercado.





# Un año de 10 para Covirán 10

Atenta siempre a las tendencias en la distribución y los cambios de hábitos del consumidor, Covirán lleva años trabajando en la búsqueda de modelos y formatos de tienda que garanticen la rentabilidad del Socio y respondan a las demandas de sus clientes.

Para ello cuenta con dos laboratorios de innovación, las tiendas piloto propias de la Cooperativa en La Ilusión, la Chana y Puerta Granada. Por ahí pasan todos los proyectos vinculados a la modernización del punto de venta, que una vez probados se trasladan a la tienda del Socio.

Fruto de esa investigación surgió en 2009 el Nuevo Concepto Covirán (NCC), las tiendas conocidas como Covirán 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.

Las tiendas Covirán 10 vivieron en 2019 su mejor año desde la implantación del nuevo modelo en 2009, con la apertura de 37 nuevos supermercados NCC. Lo que eleva a 245 el número de tiendas de esta modalidad. Gran parte de ellas (76%) son reaperturas (tiendas Covirán reconvertidas al nuevo modelo) o nuevas aperturas de Socios de la Cooperativa que ya tenían al menos una tienda.

Los datos dan idea sobre la rentabilidad del NCC: aunque en número no llegan al 10% de los supermercados de la enseña, sus ventas representan el 21% del total de los supermercados que operan bajo el paraguas de la Cooperativa. El incremento en facturación de estos puntos de venta con respecto al año anterior casi duplica al conseguido por el resto de supermercados Covirán.

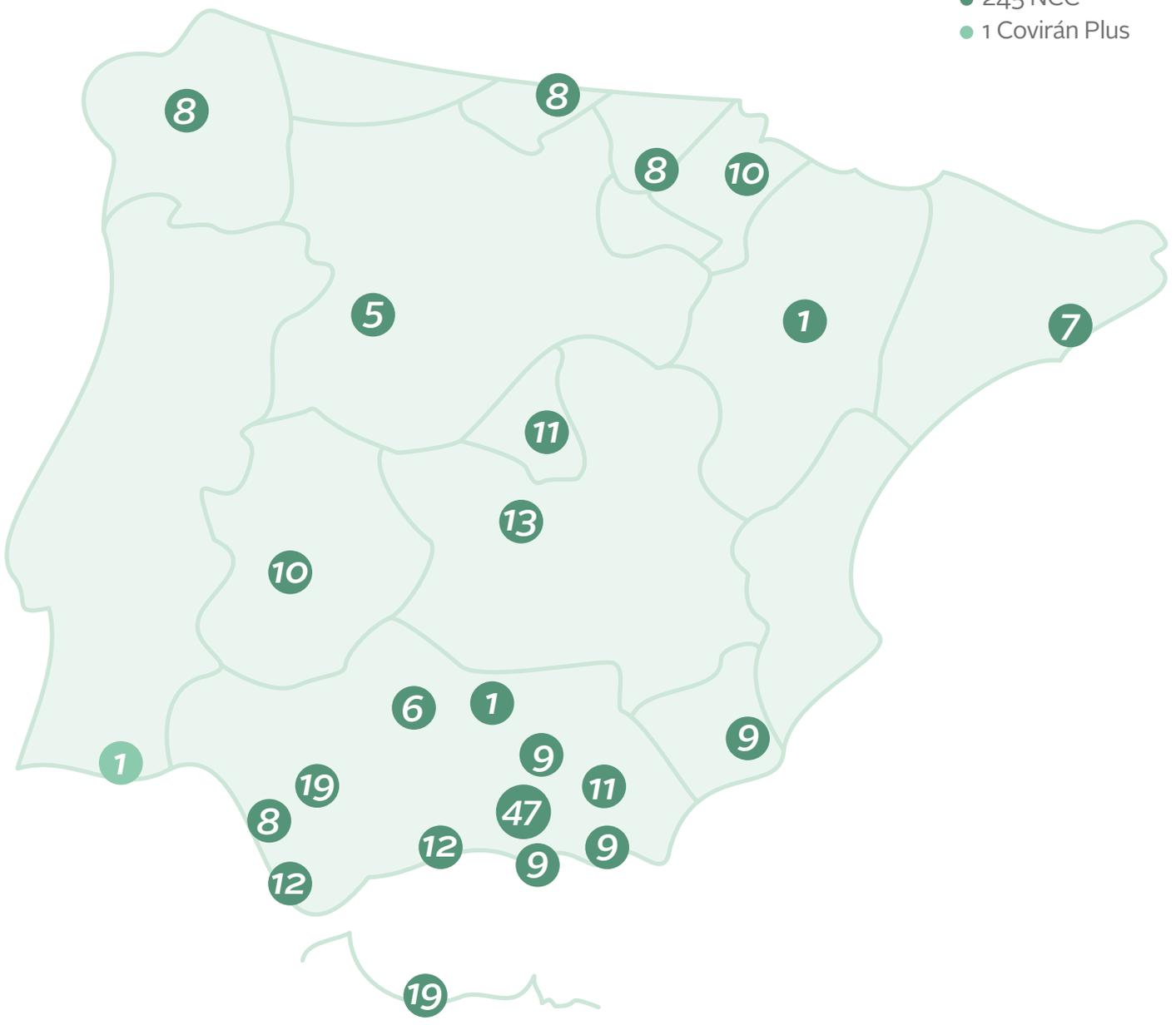
En 2019, el modelo NCC dio el salto a Portugal, con la primera tienda Covirán Plus.

De cara a 2020, el objetivo de la Cooperativa cifra en 5 las aperturas de tiendas Covirán Plus en el país luso. En España, junto a la treintena de incorporaciones previstas y la puesta a punto de las tiendas NCC con más de cuatro años de apertura, se está trabajando en la evolución del modelo.



## MAPA IMPLANTACIONES

- 245 NCC
- 1 Covirán Plus





# Un punto de venta responsable y accesible

El Punto de Venta Responsable es la plasmación, a nivel de tienda, del máximo compromiso de Covirán, como empresa de economía social, con su entorno más próximo y con los ODS. En este modelo de tienda se plasma gran parte de la estrategia de sostenibilidad de la Cooperativa. Un Punto de Venta Responsable es la evolución del Covirán 10 con un plus añadido de compromiso social y medioambiental.

Los Puntos de Venta Responsables reúnen 5 características:

- La mejora de la accesibilidad.
- La lucha contra el desperdicio de alimentos.
- La eficiencia energética.
- La contratación responsable.
- La colaboración con el territorio a través de entidades locales.

Son aspectos que aportan valor al cliente final, cada vez más preocupado por estos asuntos, al tiempo que impulsan el desarrollo sostenible del entorno en el que se ubica la tienda.

Al cierre de 2019 Covirán contaba con 63 Puntos de Venta Responsable dentro de sus tiendas de nuevo concepto, casi el doble de las que existían en 2018.



## ASISTE / ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

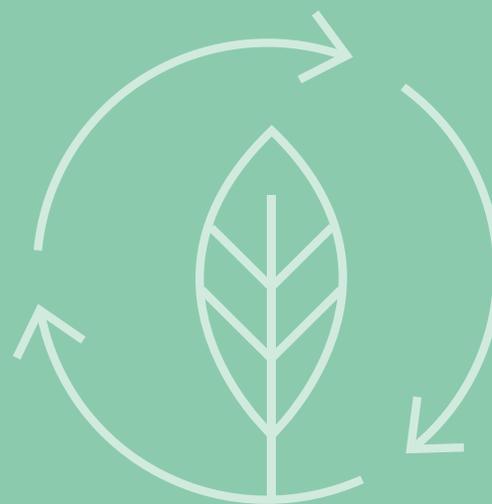
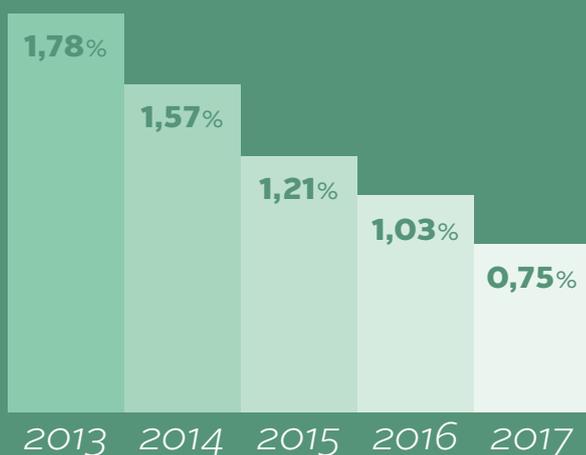
Dentro de los valores diferenciales del Punto de Venta Responsable destaca la formación en accesibilidad del personal de la tienda para prestar el servicio especializado de asistencia en compra ASISTE. Se trata un servicio que facilita la compra a aquellos clientes con capacidades diferentes o con alguna limitación, ya sea permanente o temporal.

Basado en la experiencia adquirida por Covirán tras la certificación AENOR de sus dos tiendas piloto, este programa de la Cooperativa es único en el sector de la distribución y en 2019 resultó finalista en los Premios Corresponsables entre más de 600 candidaturas. 260 Socios y empleados de las tiendas Covirán han recibido formación para prestar este servicio, que tiene una nota de 9 sobre 10 en su grado de aceptación.

## DESPERDICIO CERO

Covirán es consciente del impacto directo sobre el medio ambiente que tiene el desperdicio de alimentos. Como parte de su actividad, viene trabajando por reducirlo, en particular dentro de la iniciativa 'La alimentación no tiene desperdicio' de Aecoc. En el Punto de Venta Responsable se trata el ciclo completo de la gestión de la pérdida conocida. 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.

Los datos que maneja Aecoc indican que en los últimos cinco años las empresas de distribución han reducido en un 58% el desperdicio alimentario.



## EFICIENCIA ENERGÉTICA PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE

En el Punto de Venta Responsable Covirán, se apuesta por el cuidado del medio ambiente a través de la eficiencia energética y la gestión óptima de los residuos. El uso de iluminación LED y las mejoras en el mobiliario de frío con la incorporación de puertas a los expositores usando el sistema retrofit, contribuyen a disminuir el consumo entorno a un 40%, con ello no sólo se consigue evitar emisiones de CO<sub>2</sub>, también el control de gasto en la factura eléctrica. Según un estudio de la firma Koxka Technologies, alrededor del 60% de la factura energética de un supermercado proviene del consumo del mobiliario de frío.

## COLABORACIÓN CON EL ENTORNO

La proximidad es uno de los valores de la tienda Covirán. En el caso de los Puntos de Venta Responsables esta máxima busca no sólo ser referencia para el entorno más próximo, también interactuar con él e integrarse en él. Los Puntos de Venta Responsable colaboran como mínimo una vez al año con su entorno. En 2019 gran parte de las acciones de RSE protagonizadas por los Socios estaban vinculadas a estos establecimientos.

## CONTRATACIÓN RESPONSABLE

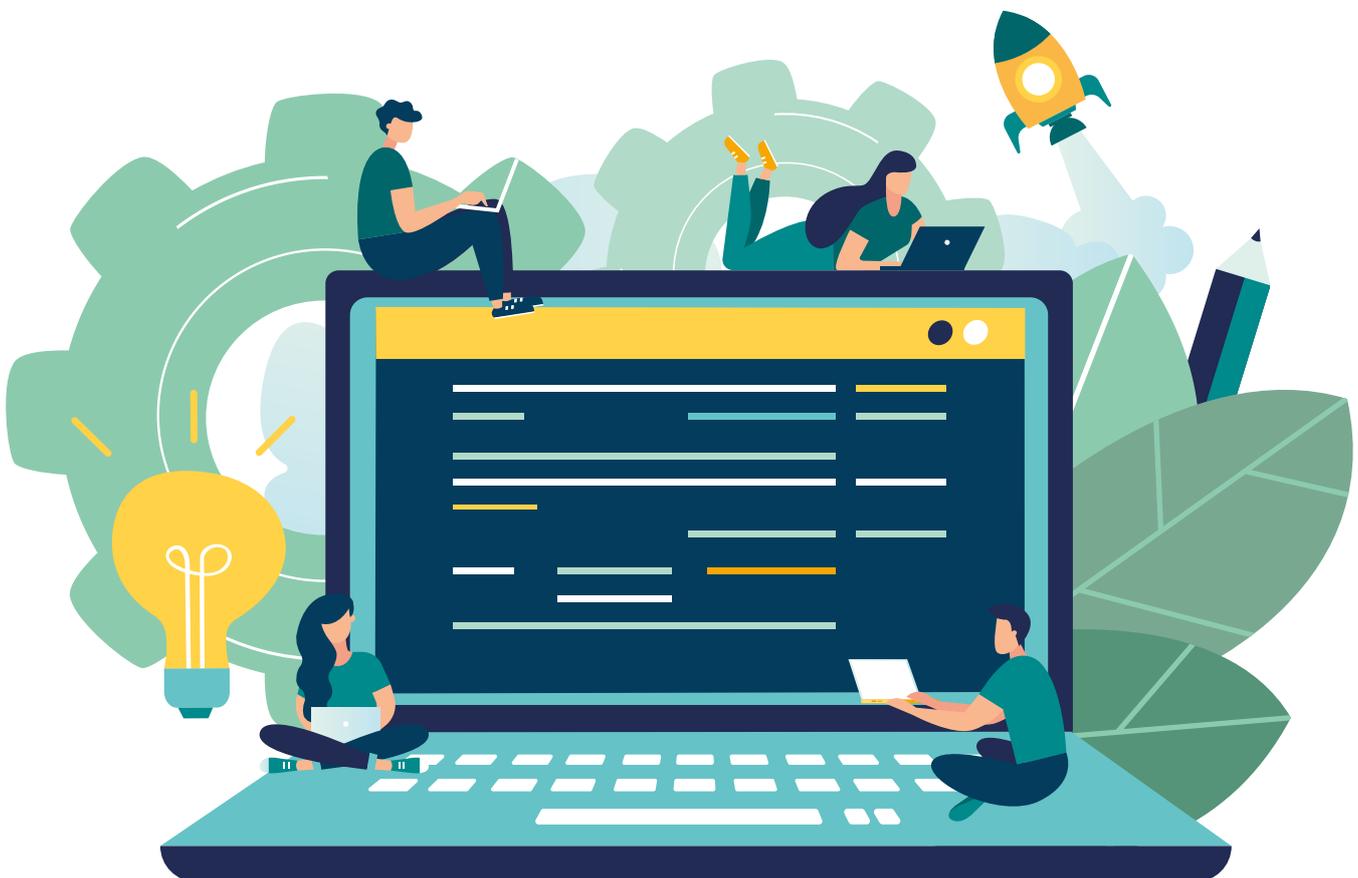
Los establecimientos identificados con el distintivo de Punto de Venta Responsable favorecen la inclusión de colectivos especialmente vulnerables y con dificultades de acceso al mercado laboral.

A través de acuerdos de la Cooperativa con entidades de inserción, cuando un Socio tiene necesidad de personal, Covirán facilita el contacto para la selección, un servicio gratuito de recursos humanos. Son contrataciones de personas de colectivos en riesgo de exclusión o con capacidades diversas.



# Innovación, optimización y transformación digital

Covirán siempre ha perseguido la rentabilidad y sostenibilidad de los supermercados de sus Socios. El mandato del Consejo Rector tras la última Asamblea General de la Cooperativa fue redoblar las ratios de eficiencia para trasladar esas mejoras al Socio. La totalidad de los proyectos que tiene en marcha Covirán en estos momentos están alineados con este objetivo estratégico, con la innovación y la optimización de procesos como telón de fondo.



## TRABAJAMOS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Desde el departamento IT se está realizando la inspección de todo el ERP de la Cooperativa y sus Socios con el objetivo de que el conjunto de sistemas de información que permite integrar las operaciones de logística, aprovisionamiento, contabilidad, etc, sea más productivo y permita tener un mayor control de la información que aporte valor.

- Tras una primera fase de revisión de la infraestructura tecnológica de todas las plataformas de la Cooperativa, se está trabajando en los puntos de venta, a los que se les va a dotar de un **nuevo software de gestión** que responda a sus necesidades y que permita adaptarlas a las nuevas herramientas que se pondrán en marcha en 2020.
- La **tienda digital de Covirán** será una realidad en 2020. Tras una internalización del proyecto para desarrollarlo con los propios recursos humanos de la Cooperativa, el e-commerce de las tiendas de la enseña tiene previsto su estreno en los próximos meses. No será un canal vertical, sino las casi 3.000 tiendas integradas en una plataforma, con su surtido. El cliente de cada tienda va a seguir comprando en su tienda, pero con la comodidad de ahora poderlo hacer también por internet.
- Prosigue la apuesta por **eliminar el papel** en la medida de lo posible. En 2019 se eliminó gran parte del buzoneo de los folletos promocionales, teniendo en cuenta los cambios de hábitos de los consumidores, y dando prioridad a los canales digitales y redes sociales. Como en todos los ámbitos de la Cooperativa, se respeta la libre elección del Socio de mantener esta vía de comunicación con sus clientes.

• El **sobre digital** continúa su implantación progresiva. Se trata de una herramienta que no sólo favorece la reducción de papel, también la información en tiempo real al Socio sobre la marcha de su tienda. Más de 2.000 Socios cuentan ya con este software digital que también permite a los gestores de cada supermercado, previa autorización, el acceso a la información contable.

• **Trazabilidad en los pedidos.** Información en tiempo real para los Socios de Covirán adscritos al sistema de preparación y reparto (en torno al 85%). Con el sistema de **gestión y eficiencia de flotas** impulsado desde el área de Operaciones, los Socios tienen la respuesta en tiempo real. El proyecto, que comenzó el piloto en 2018 y se extendió a todas las plataformas de España en 2019, se implantará en 2020 también a Portugal.

*Se ha reducido el número de impresiones de los folletos, de 1,35 millones a 980.000 en cada tirada. Más de un 30% en cada tirada, aumentando su difusión a través de canales digitales.*

### VISITAS DE ANÁLISIS PREVENTIVAS REALIZADAS

Se han visitado **1.087** tiendas en España

El **66%** con software Covirán

Se han visitado **114** tiendas en Portugal

El **100%** con software Covirán

El **68%** de las tiendas de España y Portugal

Se han revisado **2.360** equipos

**1,97** equipos por tienda

# Innovación y optimización de procesos y en el punto de venta

Junto a la transformación digital, Covirán trabaja en proyectos de innovación y de optimización de procesos que favorezcan el objetivo prioritario marcado por el Consejo Rector: garantizar la sostenibilidad de las tiendas de los Socios.

▪ **Tener lo que se vende y no vender lo que se tiene.** Puede que la frase sintetice como ninguna otra el objetivo del **Proyecto Surtido**, pretende que en los lineales de las tiendas, dependiendo de su tipología y ubicación, exista la cantidad y diversidad de productos que cubre la mayor cuota de mercado. Está basado en los datos del mercado, de la tienda y de la Cooperativa, a lo que se añade información imparcial que facilitan los proveedores. El proyecto surtido tiene ya un alto grado de implantación en productos secos y en 2020 se comenzará a incorporar refrigerados. El proyecto surtido trabaja la estandarización de las tiendas de la Cooperativa y está demostrado que aporta crecimientos constantes y mejora la rentabilidad del punto de venta.

▪ **Hacia la tienda de conveniencia y la quinta gama.** Covirán sigue trabajando en nuevos formatos de tienda y productos y servicios que respondan a los cambios de hábitos del consumidor. Las tiendas de conveniencia (próximas a gasolineras, farmacias u otros puntos de interés), la ampliación de servicios dentro de la tienda como cafeterías o recogida de paquetería, o la introducción de la quinta gama (alimentos listos para comer), forman parte de la apuesta estratégica de futuro y que ya están presentes en muchos de los supermercados Covirán. A ello se une el objetivo de incorporar tiendas gourmets en zonas céntricas de grandes ciudades.





# El reto de la sostenibilidad, la rentabilidad y el crecimiento

Para Covirán ha sido decisivo en 2019 el crecimiento de Portugal y de Cataluña, en este último caso no solo vinculado a la fusión con Dusa. En el ejercicio se han incorporado 16 nuevas tiendas de raíz en territorio catalán. Andalucía, en particular Granada y Sevilla; Extremadura y Galicia son los territorios donde en 2019 se registraron los crecimientos más significativos.

Cuota de mercado

es **2,32%**  
pt **1,06%**

Cuota de mercado  
en tiendas <800 m<sup>2</sup>

es **8,96%**  
pt **2,81%**

Cuota de mercado  
en tiendas <300 m<sup>2</sup>

es **25,3%**  
pt **6,4%**

## SUPERMERCADOS

  
**2.855**  
TOTAL

es **2.563**

pt **292**

## SOCIOS

  
**2.427**  
TOTAL

 Socias > es **48,6%**  
pt **31,3%**

es **2.197**

pt **230**

La Cooperativa continúa, al mismo tiempo, con el procedimiento de los dos últimos ejercicios de regular sus puntos de venta que no cumplen con los requisitos mínimos que se han elevado en la búsqueda de la mejor integración e identificación de los supermercados de la enseña.

En 2020 Covirán pretende seguir fortaleciendo Portugal y Cataluña y trabaja por consolidar un crecimiento endógeno: estando más cerca de los Socios y proporcionándoles el más amplio y completo catálogo de servicios y herramientas para la gestión de sus supermercados.

# Emprendedores en Cabo Verde, Guinea Ecuatorial y Azores

A la par del éxito de la internacionalización en Portugal, varios Socios de Covirán se animan a iniciar un proceso similar con sus propios supermercados.

Actualmente la Cooperativa tiene tiendas en Cabo Verde, Azores y Guinea Ecuatorial, gracias a procesos de expansión iniciados por iniciativa de sus Socios, a quienes Covirán presta todo el servicio y apoyo necesarios.

En fase de estudio se encuentra la apertura de un supermercado en Ghana.

## Supermercados / Socios

- 1 Guinea Ecuatorial
- 1 Cabo Verde
- 6 Azores

## 2019



Puntos de venta bajo enseña ■  
% Cuota de mercado Covirán ■

**ANDALUCÍA**  
1.076 | 5,09 %  
**ARAGÓN**  
51 | 1,02 %  
**CANARIAS**  
65 | 0,99 %  
**CANTABRIA**  
187 | 7,39 %  
**CASTILLA-LA MANCHA**  
147 | 2,52 %

**CASTILLA Y LEÓN**  
173 | 1,92 %  
**CATALUÑA**  
140 | 0,49 %  
**COMUNIDAD DE MADRID**  
84 | 0,50 %  
**COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA**  
75 | 3,13 %  
**COMUNITAT VALENCIANA**  
32 | 0,23 %

**EXTREMADURA**  
122 | 3,48 %  
**GALICIA**  
153 | 1,66 %  
**LA RIOJA**  
11 | 1,14 %  
**PAÍS VASCO**  
141 | 1,63 %  
**PRINCIPADO DE ASTURIAS**  
30 | 0,82 %

**REGIÓN DE MURCIA**  
65 | 1,65 %  
**CEUTA**  
4 | 6,37 %  
**MELILLA**  
2 | 0,82 %  
**GIBRALTAR**  
4 | 11,03 %  
**GUINEA ECUATORIAL**  
1 | 0,10 %



# Portugal, de la consolidación a la expansión interna

Covirán Portugal es el exponente de un proceso de internacionalización de éxito, el primero llevado a cabo por una empresa de distribución 100% española como Covirán. La Cooperativa ha sabido adaptarse a las especificidades, necesidades y retos del mercado luso. Fruto de esta evolución constante, la enseña no solo se ha consolidado en Portugal, donde ya dio un salto cualitativo para prestar un mejor y más cualificado servicio logístico, sino que ha iniciado una floreciente expansión interna en el último año.

El Grupo se despidió de 2019 con un incremento de cuota de mercado al pasar del 0,88 al 1,06% y sus ventas brutas bajo enseña superaron los 160 millones, lo que supone un crecimiento del 20,2%.

El ambicioso plan de expansión prosigue en Portugal, donde el pasado ejercicio Covirán ha ampliado un 3,1% el número de Socios, al alcanzar los 230, y un 3,2% el número de puntos de ventas, al cerrar 2019 con 292 establecimientos repartidos por toda la geografía portuguesa.

Estos resultados han hecho posible que la enseña despunte en el top 10 del sector, donde ocupa los primeros puestos, manteniéndose como la mejor y más segura alternativa para los emprendedores detallistas independientes de este país.

Nielsen sitúa a Covirán en el segundo puesto del formato de proximidad por su número de puntos de venta de menos de 300 metros, con un 6,4% de cuota, y en el tercero del ranking de distribución portuguesa.

## UNA EMPRESA LUSA DE ORIGEN ESPAÑOL

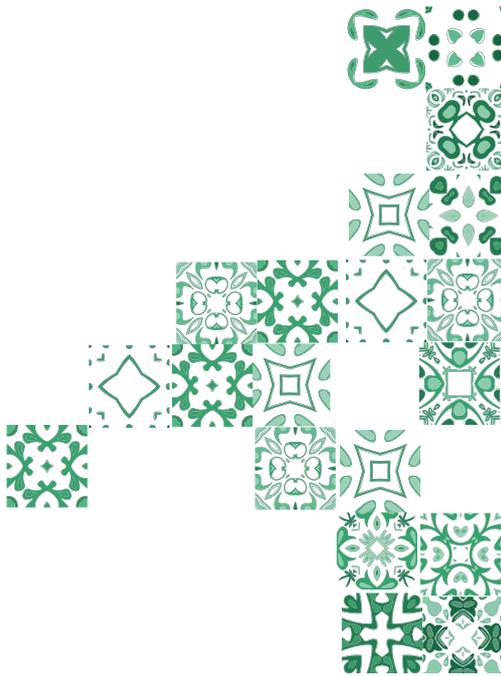
Para Covirán Portugal, 2019 ha marcado un punto de inflexión por varios motivos. Para empezar, todo el equipo es portugués, lo que la asienta como empresa lusa de origen español.

La presencia de Covirán en zonas como el Algarve, con 52 tiendas distribuidas por todo este territorio costero de gran afluencia turística, representa uno de los exponentes más importantes del arraigo en el territorio, donde la enseña sigue en auge y trabaja con 274 proveedores locales a los que Covirán Portugal realizó compras por valor de 34,7 millones de euros.

Como colofón del ejercicio destaca la expansión interna: la compañía no solo sigue captando nuevos Socios, sino que el Socio portugués se anima a inaugurar segundas y terceras tiendas, lo que demuestra que el modelo es rentable y genera recursos para que los emprendedores sigan ampliando su negocio.



## GRANDES PERSPECTIVAS: UNA EXPANSIÓN CRECIMIENTO



El Grupo sigue evolucionando para afrontar los nuevos desafíos y peculiaridades del mercado luso. El año 2019 ha sido muy importante para la consolidación del proyecto Covirán Portugal, para el que se abre un nuevo capítulo que pasa por el impulso cualitativo de su modelo de negocio. Tras años de crecimiento y consolidación, toca un cambio de ritmo para ofrecer más y mejores soluciones a los Socios que den respuesta a sus necesidades. Actualmente la compañía goza de equilibrio presupuestario y medios para poner a su disposición más negocio.

En esta fase se volverá a invertir en medios, herramientas y personal para afianzar a Covirán como la mejor alternativa para el comercio detallista.

En este contexto, la Cooperativa encara el futuro con grandes perspectivas de expansión, ya que espera seguir creciendo por varias vías. Por un lado, de la mano de los socios que siguen ampliando su negocio con nuevas aperturas. Por otro lado, acompañando a detallistas independientes que necesitan un *partner* para ganar competitividad, ante la aparición de nuevos competidores.

Hacer frente a estos nuevos actores requiere cambiar de repertorio, decorado y contar con propuestas más competitivas para ganar fuerza en este escenario. De ahí el creciente interés de los detallistas independientes por sumarse al proyecto de Covirán ante la dificultad de caminar solos. Demandan un soporte que hoy por hoy la Cooperativa puede prestarles para la gestión más eficiente, eficaz y de calidad de una tienda de proximidad.

## UN SURTIDO CON SABOR PORTUGUÉS

Gran parte del éxito de Covirán Portugal ha sido su capacidad para amoldarse a los gustos y demandas de los consumidores portugueses. La compañía ha sabido ajustarse a las exigencias del mercado luso con un surtido con sabor propio. A las marcas de proveedores ha sumado un amplio abanico de productos de marca propia 1.191 productos, de ellos 173 referencias en 2019 exclusivas para el territorio portugués.

En la actualidad se mantiene el impacto de la marca Covirán, aunque el 57% de la clientela suele inclinarse por la marca de proveedor, en particular con ofertas. Es una tendencia que tiene muy en cuenta la enseña en Portugal, donde cuenta con un folleto promocional específico, distinto al de España.



## COVIRAN PLUS, EL SUPERMERCADO 10 DE PORTUGAL

En 2019 se ha escrito un importante hito de la historia de la enseña en Portugal: la apertura del primer Covirán Plus, como se ha bautizado al supermercado 10 de Covirán en este país. Se trata de impulsar la modernidad de los establecimientos, la mejora de la gestión y atención al cliente, la formación de sus empleados y su compromiso con el medio ambiente.

Un modelo con personalidad propia con un diseño innovador que integra elementos distintivos de Portugal como azulejos y madera. Entre los detalles diferenciadores destacan también la iluminación, el mobiliario, la señalización, la etiqueta electrónica, las balanzas integradas, el programa informático de gestión, las pantallas multimedia o el verificador de precios.

El Nuevo Concepto de Covirán (NCC), se estrenó en El Algarve en la población de Albufeira, Supermercado Océano, y aspira a crecer en 2020 con cinco nuevas incorporaciones y el foco en Oporto y Lisboa.



## 'TAKE AWAY', CAFETERÍA Y 'SELF SERVICE'

En Portugal hay formatos de tienda más evolucionados que en España y la quinta gama está muy consolidada entre los hábitos del consumidor portugués. De ahí que Covirán Portugal trabaje de cara a 2020 en incorporar a sus formatos de tienda, en particular las de mayor metraje, servicio de cafetería, *take away* y *self service*. Para ello está redimensionando la cadena de suministro con el objetivo de incrementar la frecuencia de servicio al Socio.



## EL CLUB FAMILIA EN PORTUGAL

El programa de fidelización Club Familia Covirán en Portugal, con tres años ya de experiencia, se ha consolidado como una de las herramientas fundamentales para conocer el comportamiento del cliente, sus preferencias. Fruto de sus resultados ha llevado a la implantación de promociones más dinámicas, semanales, en colaboración con los proveedores y segmentadas para un servicio más personalizado. Los clientes acceden a sus descuentos en la línea de caja para facilitarles las próximas compras.



## RESPONSABILIDAD CON EL ENTORNO

Covirán Portugal mantiene el compromiso de la enseña matriz del estrecho vínculo con la sociedad y el entorno. En el país vecino, la Cooperativa colabora con organizaciones como Cruz Roja, Cáritas, Aldeas Infantiles o REMAR, con donaciones de productos no aptos para su venta, pero sí para el consumo. La participación en la carrera de Mamaratona (lucha contra el cáncer) y el vínculo con las entidades de Sintra, donde la Cooperativa forma parte de su Consejo Estratégico Empresarial, permiten apoyar proyectos para favorecer a grupos en riesgo de exclusión social y otros colectivos del entorno. A estas acciones globales se añaden las promovidas por los Socios, muy comprometidos con los colectivos de su entorno más próximo.





## INTEGRACIÓN EN EL TEJIDO EMPRESARIAL Y SOCIAL DE PORTUGAL

Covirán Portugal está muy integrada en el tejido empresarial y social del país. Forma parte de Aped (Asociación portuguesa de empresas de distribución), Adipa (Asociación de Distribuidores de Productos Alimentarios), Euromadi Port, la Cámara de Comercio e Industria Luso-Espanhola, la Cámara de Comercio Hispano-Lusa y el Consejo Estratégico Empresarial del ayuntamiento de Sintra, principalmente.

Además de proponer soluciones conjuntas en el ámbito de la distribución y de establecer escenarios de colaboración con la administración, ha emprendido la promoción a través de una incubadora de startup para el emprendimiento en el sector del detallismo independiente. Igualmente ha consolidado su presencia en actos y jornadas vinculadas al sector y al emprendimiento territorial de Portugal y España, como el Fórum de Andalucía celebrado en Lisboa.

## ORGANIZACIONES EN LAS QUE ESTAMOS PRESENTES EN PORTUGAL





A large, stylized number '4' is rendered in a light green color, serving as a background graphic. It is composed of several thick, overlapping strokes. The top part is a diagonal line sloping down to the right, meeting a horizontal line. A vertical line descends from the top right, crossing the horizontal line. A second diagonal line slopes down to the left, meeting the horizontal line. The overall effect is a modern, geometric representation of the number 4.

## **CAPÍTULO 4**

# *LAS PERSONAS*

---



¡SOMOS  
COOPERATIVA!  
¡SOMOS  
COVIRAN!

La razón de ser de las empresas de economía social son las personas. El motor y corazón de Covirán son sus Socios, que con sus casi 3.000 supermercados generan economía y empleo en 1.262 municipios de toda España y en los 18 distritos de Portugal. Las personas que trabajan en los distintos departamentos de la Cooperativa tienen la misión de prestar el mejor servicio a los detallistas independientes integrados bajo el paraguas de la enseña para que sus supermercados sean rentables y puedan competir en igualdad de condiciones con las grandes cadenas a sus clientes. Es una plantilla comprometida con esta misión.

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.



# Socios

## EL MOTOR Y CORAZÓN DE LA COOPERATIVA

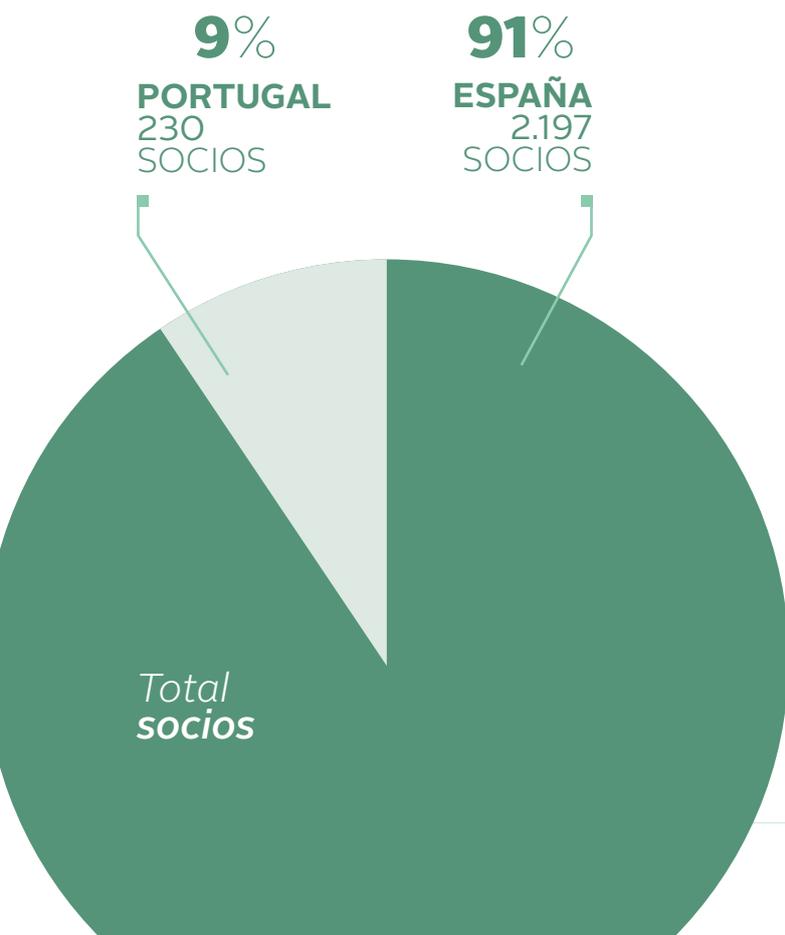
Covirán ha demostrado durante los últimos años contar con una estructura societaria sólida donde sus Socios son el pilar fundamental. La fortaleza de sus asociados ha permitido consolidar la cifra de más de 15.000 empleos y un modelo de negocio que mejora la actividad económica del territorio donde se asienta.

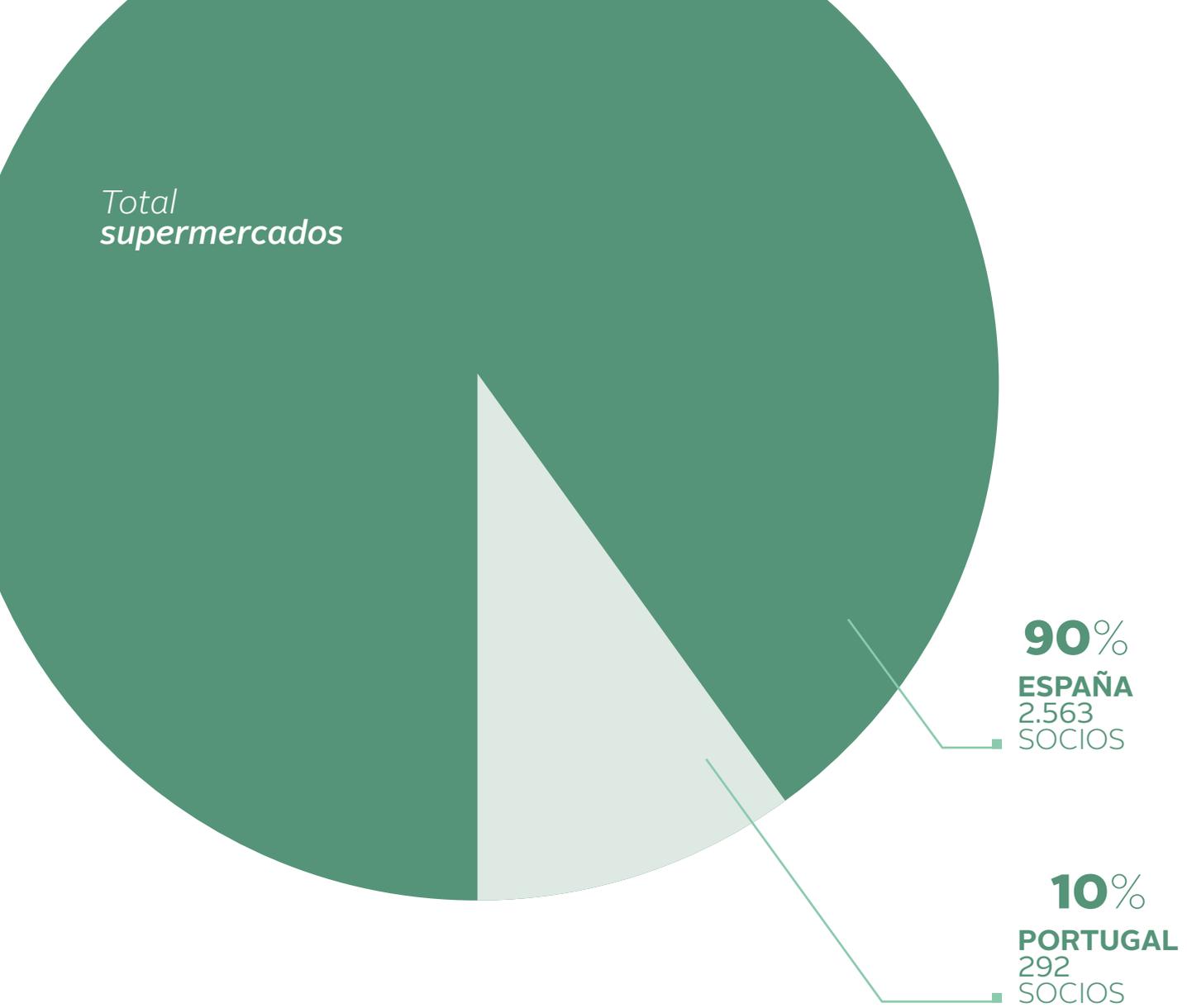
Al cierre de 2019, la Cooperativa contaba con 2.427 Socios al frente de establecimientos repartidos por la geografía española y portuguesa, una cifra similar al del ejercicio anterior que refuerza el valor de Covirán como solución a los detallistas independientes.

De hecho, Covirán ganó presencia y posicionamiento en Portugal durante 2019 gracias a la incorporación de más Socios y la apertura de nuevos establecimientos. En la actualidad, la Cooperativa cuenta en Portugal con 230 socios, un 3% más respecto a 2018.

La presencia de la mujer en el entramado asociativo de la Cooperativa se mantuvo en porcentajes similares al año anterior. En 2019 su representación alcanzó el 48,6% en España y el 31,3% en Portugal, un equilibrio en el caso de España sustentado en la fuerte presencia de la mujer en las zonas rurales.

## MUJERES SOCIAS





## LÍDERES EN EL FORMATO DE PROXIMIDAD

Covirán se consolida un año más en la segunda posición en el ránking nacional por número de establecimientos, y mantiene el tercer lugar en Portugal. **Gracias al esfuerzo de la totalidad de sus asociados, la Cooperativa permanece en la primera posición por número de establecimientos con menos de 300 metros cuadrados.**

De los 2.855 puntos de venta que operan bajo la enseña detallista de Covirán, 2.563 se encuentran repartidos por la geografía española y 292 en 18 distritos de Portugal y en las dos regiones autónomas insulares, correspondientes a los archipiélagos de las Azores y de Madeira.

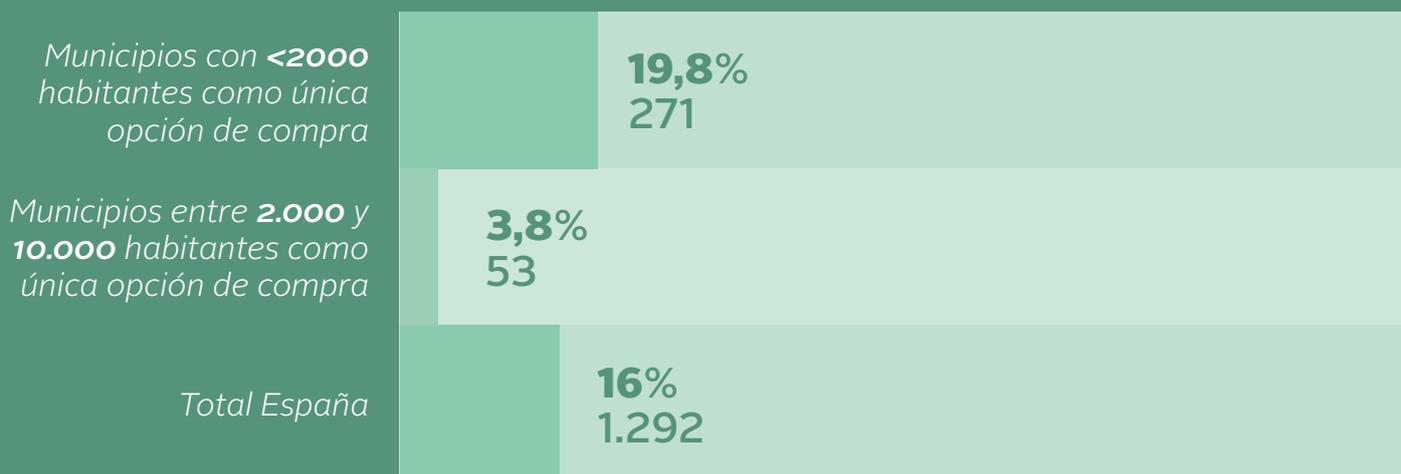
La Cooperativa llevó a cabo en 2019 un proceso de regulación de los puntos de venta con el objetivo de excluir aquellos que no cumplen con los requisitos mínimos de integración e identidad de marca.

## UNA EMPRESA QUE GENERA VALOR EN EL TERRITORIO

Covirán está presente en 1.292 municipios de España, siendo la única opción de compra en 324 localidades con menos de 10.000 habitantes (23,6%), de las que 271 son municipios pequeños con menos de 2.000 habitantes (19,8%).

Los datos dan una idea de la importancia que ha cobrado la Cooperativa en los municipios más dispersos de la geografía española, con un modelo de proximidad que se ha convertido en la referente del detallismo independiente. Las tiendas Covirán son, además, un elemento de cohesión social que contribuye a crear empleo y frenar el despoblamiento de poblaciones rurales.

### MUNICIPIOS 2019



“Seis de cada diez supermercados Covirán instalados en los pueblos están regentados por una asociada”

Precisamente, la mujer Socia tiene un papel clave en el mundo rural: seis de cada diez supermercados Covirán instalados en los pueblos están regentados por una asociada.

## UN MODELO DE NEGOCIO RENTABLE

Otro de los datos positivos del balance anual de 2019 guarda relación con la evolución de las ventas brutas de los supermercados que operan bajo enseña Covirán, que arrojan un incremento del 6,7% respecto a 2018. En 2019 superaron los 1.463 millones de euros frente a los 1.371 del ejercicio anterior, con mejores resultados los formatos de tienda con mayor vinculación y compromiso con la Cooperativa. También aumentó la cuota de mercado de los puntos de venta con menos de 800 metros cuadrados, pasando del 6,42% en 2018 a 8,96% en 2019.

### VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA ESPAÑA

	2018	2019	Evolución
<i>Total</i>	1.238.285.429 €	1.303.182.098 €	5,2%

### VENTAS BRUTAS BAJO ENSEÑA PORTUGAL

	2018	2019	Evolución
<i>Total</i>	133.464.144 €	160.429.951 €	20,2%
<i>Total grupo</i>	1.371.749.574 €	1.463.612.049 €	6,7%

Con ese objetivo, las inversiones tanto de la Cooperativa como las de los asociados han estado destinadas fundamentalmente a la mejora y renovación de los puntos de venta.

INVERSIÓN COVIRAN

4,91M€

INVERSIÓN COVIRAN + SUPERMERCADOS

19,7M€



<i>Total España</i>	13.555
<i>Total Portugal</i>	2.191
<b><i>Total empleados</i></b>	<b>15.746</b>

## UN MODELO QUE GENERA EMPLEO

El compromiso de los Socios repercute de forma positiva en la estabilidad del empleo en el Grupo, que se mantiene un año más por encima de los 15.000 trabajadores, cifra que incluye al personal laboral de la cooperativa. Gracias a la consolidación de Covirán en Portugal se logró cerrar 2019 con 15.746 empleados, un 0,6% más que en 2018.

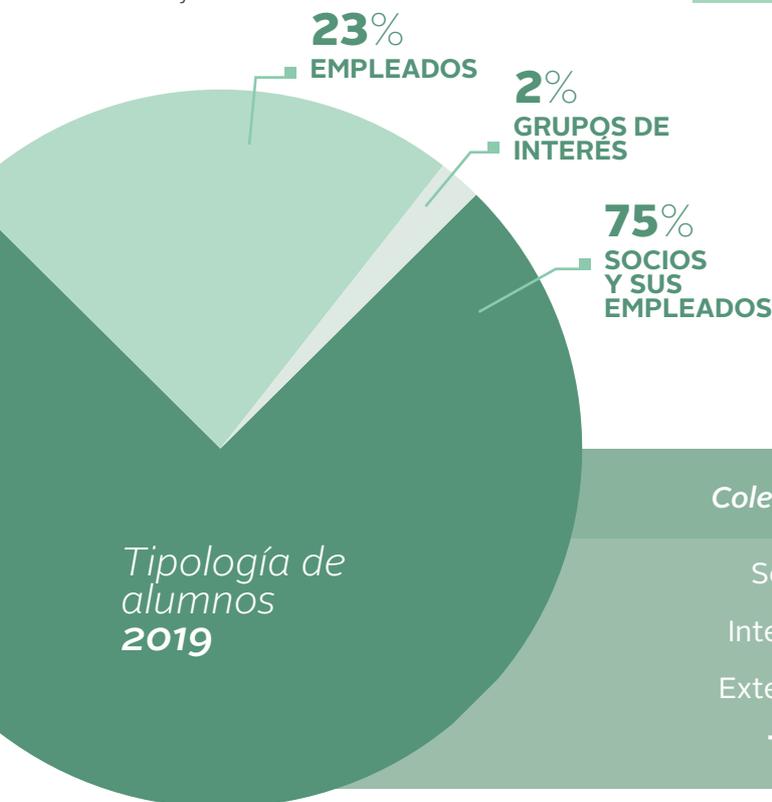
## ESCUELA DE COMERCIO COVIRAN

### IMPULSO A LA PROFESIONALIZACIÓN

Facilitar a los Socios y empleados las herramientas precisas para mejorar sus habilidades y capacidades, perfeccionar sus conocimientos y adaptarse a la realidad del mercado viene siendo desde 2008 uno de los objetivos prioritarios de Covirán. Solo en 2019 la Cooperativa impartió 195 programas de formación, un récord histórico desde que en 2008 se pusieran en marcha los planes formativos y del que se beneficiaron el pasado año 1.801 alumnos, principalmente Socios y trabajadores.

Por la Escuela de Comercio en sus dos sedes ubicadas en Granada y Sintra (Portugal) y por las distintas aulas que dispone la Cooperativa en casi una treintena de plataformas logísticas han pasado en doce años un total de 14.834 alumnos, en su mayor parte asociados y empleados.

Año	Asistentes	Edición	Nº horas
2019	1.801	195	18.115
2009/2019	14.834	1.292	169.244



Granada, sede de la Escuela de Comercio Covirán, lidera un año más el listado de ciudades que más alumnos recibieron, seguida de Málaga, Barcelona, Santander, Zamora, Mérida, Cartaya, Jaén, Ponferrada, Coslada, Lorqui, Madrid, Dos Hermanas, El Ejido, Motril, Córdoba, Baza, Santiago, Pamplona, Puerto Real, Jerez, Toledo y Albacete.

Los cursos se han intensificado en el último año a demanda de los propios Socios y empleados. De los 1.801 alumnos que se formaron en 2019, 1.357 eran Socios, 406 trabajadores internos y sólo 38 personal externo.

Colectivo	Programas	Alumnos	Total horas
Socios	139	1.357	12.376
Internos	54	406	1.476
Externos	2	38	4.215
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>1.801</b>	<b>18.067</b>

La media de paso de alumnos en 2019 se situó en 150 al mes, unos 6,7 alumnos al día. Durante el primer semestre acudió el 63% de los alumnos anuales mientras que en el segundo semestre lo hizo el 37% restante.

Cada alumno recibió una media de 10,5 horas de formación si bien el Socio optó más por la vía online (10,48) que presencial (8,6). Los trabajadores de la Cooperativa, en cambio, dieron más horas in situ (4,9) que por vía telemática (1,13).

En formación a los Socios se superaron el número de horas con respecto al ejercicio anterior. En 2019 se impartieron un total

de 12.424 horas, dedicando más tiempo al programa de bienvenida (3.264 horas), formación en NCC (2.544 h.), manipulación de alimentos (1.500 h.) y seminario de gestión por categorías (1.161 h.).

El programa de bienvenida que se imparte a los Socios y empleados sigue creciendo en 2019, un dato positivo que refuerza el compromiso del cooperativismo. Solo en la Escuela de Comercio de Granada se realizaron 10 programas con una asistencia de 102 alumnos. Durante la semana de formación, los asistentes conocen distintas herramientas de gestión para ganar en eficacia y competitividad.

## UNA ESCUELA ABIERTA

La Escuela de Comercio Covirán se ha convertido en un referente estratégico para potenciar no solo la formación de Socios y trabajadores interesados en la modernización de la gestión de los Supermercados Covirán sino también la de proveedores y otros grupos externos.

El número de usuarios que pasó por las aulas de Covirán en 2019 fue de 5.394 alumnos si tenemos en cuenta a las personas interesadas en los cursos y seminarios organizados por el área de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), más los grupos de personas que alquilaron las salas formativas.

En el caso del programa formativo de RSE, seguido el pasado año por 812 alumnos, la Fundación Covirán ha centrado sus esfuerzos en abarcar temáticas relacionadas

con hábitos de vida saludables entre los jóvenes y mujeres embarazadas; la economía social, el modelo de comercio asociado y el cooperativismo; concienciación con el desperdicio y cómo reducirlo; y visitas guiadas para Institutos en los que se presenta la estrategia de Covirán y su modelo de negocio, entre otras temáticas.

En cuanto al interés por la programación ocupan un lugar destacado los programas para mejorar la gestión de los supermercados, a los que acudieron 387 Socios. También tuvo mucho éxito el curso de manipulación de alimentos, que fue seguido por 150 asociados; la formación en Nuevo Concepto Covirán, que despertó el interés de 144 personas; la gestión del punto de venta, con 104 alumnos; y el programa de bienvenida, con 102.

En el capítulo de formación externa destaca la II edición de Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial (EXDICO), organizado por la Fundación Covirán y la Fundación General Universidad de Granada–Empresa, que permite a los alumnos incorporarse de forma temporal al trabajo de la Cooperativa y a los supermercados de sus asociados. Se trata de un programa de formación que tiene como principal objetivo dotar a la persona interesada de las competencias necesarias para convertirse en un profesional de la dirección y la gestión de empresas de distribución comercial en el sector de la alimentación.

El plan de formación externa se completó con el programa de auxiliar de carnicería que se organizó en colaboración con la Diputación de Granada, al que acudieron 12 alumnos, y el master con la Asociación de Empresas de Supermercados (ASEDAS) en el que se abordó el caso de éxito de Covirán.



La colaboración en materia de formación con destacadas empresas del sector de la agroalimentación e instituciones resultó un año más fructífera, una alianza que se mantendrá en 2020:

**Empresas fabricantes colaboradoras en la gestión por categorías:** Henkel, Heineken, Pascual, Puleva, Mahou-San Miguel, El Pozo, Unilever, Nestlé, Danone, Coca-Cola, Cruzcampo, Campofrío, Verstegen y Berlys.

**Instituciones:** Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Granada, Diputación de Granada.

**Fundaciones y Asociaciones:** Obra Social La Caixa, Cáritas Diocesana, Fundación CajaSol, Federación Granadina de Comercio, A.J.E. – Asociación de Jóvenes Empresario.

**Empresas Financieras:** La Caixa, Bankinter.

## NÚMERO DE ALUMNOS

Nº alumnos	Objetivo	Resultado	Logro
Socios	1.545	1.357	88 %
Covirán interno	200	406	203 %
Externos	25	38	152 %
<b>Total</b>	<b>1.545</b>	<b>1.801</b>	<b>117 %</b>

## EDICIONES

Socios	146	139	95 %
Covirán interno	15	54	360 %
Externos	2	2	100 %
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>195</b>	<b>120 %</b>
Media alumnos por edición	9,5	9,2	96,8 %

## HORAS DE FORMACIÓN

Socios	15.138	12.376	82 %
Covirán interno	1.148	1.476	129 %
Externos	2.474	3.724	151 %
<b>Total</b>	<b>18.760</b>	<b>17.576</b>	<b>94 %</b>

## NÚMERO DE USUARIOS

Alumnos formados	1.545	1.801	117 %
Alquiler, cesión y visita	2.759	2.781	101 %
Responsabilidad Social	850	812	96 %
<b>Total</b>	<b>5.419</b>	<b>5.394</b>	<b>100 %</b>

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA ESCUELA

Ediciones	18	18	100 %
Usuarios	801	812	101 %

## COMPROMISO CON EL TALENTO

Para Covirán, invertir en la formación de la plantilla es invertir en el futuro de la Cooperativa y la Escuela de Comercio es la herramienta esencial para potenciar las habilidades y conocimientos de los trabajadores constantemente.

Durante el ejercicio 2019 se han superado un año más los objetivos e indicadores marcados, tanto en número de alumnos como en horas de formación, siendo la capacitación en herramientas internas, el desarrollo profesional y personal, la participación en seminarios y congresos las acciones formativas más relevantes. La plataforma digital continúa siendo una herramienta fundamental para la formación con una oferta más amplia y diversa.

En 2019, el 51% de los empleados directos realizó formación, ascendiendo el total de horas a 9,807. Dichas horas se distribuyeron de la siguiente manera:



a. **72%** Mujeres  
b. **28%** Hombres



c. **58%** Responsables  
d. **32%** Mandos intermedios  
e. **10%** Operarios



f. **30%** Jornadas, seminarios, congresos  
g. **28%** Cadena de suministro  
h. **15%** Transformación digital  
i. **11%** Campus online  
j. **7%** Recursos humanos  
k. **3%** Prevención de riesgos laborales  
l. **3%** Idiomas  
m. **3%** Otros

La Escuela de Comercio es la pieza estratégica para continuar impulsando el talento interno y para el próximo ejercicio los objetivos propuestos son:

Consolidación del proyecto “Punto de venta responsable” en las nuevas aperturas del formato de tienda Covirán 10.

Potenciar la formación online mediante un catálogo atractivo que cubra las necesidades de los Socios.

Desarrollar la importancia de la imagen y los procesos de tienda.

Seguir creciendo en el uso de herramientas ofimáticas.

Potenciar la formación que tenga como centro neurálgico la transformación digital y de procesos eficientes en tienda.

La puesta en marcha de la gamificación (juego de empresa) con el desarrollo del juego de la tienda “SuperAcción”, que aportará una metodología de aprendizaje eminentemente práctica y divertida en las diferentes áreas de gestión de un supermercado.

## DESPEGUE DE LA ESCUELA DE COMERCIO EN PORTUGAL

La Escuela de Comercio en Sintra, que se inauguró en noviembre de 2018, ha marcado un hito importante en la profesionalización de los Socios y trabajadores de Covirán en Portugal. En 2019 recibieron formación en distintas materias un total de 107 alumnos que acudieron a las sedes que dispone Covirán en Portugal, en concreto en las ciudades de Sintra, Vila do Conde y Algoz.

Buena parte de la formación demandada guardó relación con la apertura en Albufeira del moderno supermercado Nuevo Concepto Covirán Plus, el equivalente en España al Covirán 10. En este sentido, 46 trabajadores recibieron formación y cualificación necesarias en productos frescos, merchandising, atención al cliente y gestión del punto de venta.

La Escuela de Comercio está teniendo muy buena aceptación por parte de los Socios y empleados que reconocen su papel fundamental para impulsar la competitividad de los supermercados que operan bajo enseña. En la actualidad, la actividad formativa se centra en cualificar a los empleados de los Socios en Portugal. Es uno de los factores que ayudan a contar con una plantilla más cohesionada.

Covirán, además, cumple con la normativa portuguesa que obliga a las empresas a ofrecer a sus empleados una formación de 40 horas el año. En la Escuela de Comercio se ha optado por impartir formación específica que revierta en el mejor funcionamiento de los puntos de venta.

En 2020 se ofrecerá un plan de formación a los Socios con el objetivo de coordinar el horario de los cursos que realizarán los trabajadores en la Escuela de Comercio de Sintra, plataformas logísticas y tiendas. La formación se centra, principalmente, en brindar la cualificación necesaria para afrontar el reto de abrir un punto de venta con garantía de éxito, un proyecto muy bien recibido por los proveedores con los que se colabora.

<i>Programa 2019</i>	<i>Alumnos</i>	<i>Nº ediciones</i>
Seminario Nestlé	44	2
Seminario Superbock	13	1
Seminario Campofrío / Upfiel / P&G	9	1
Programa Atención al cliente	6	1
Programa Covigés 2.0	21	2
Programa NCC Plus	46	3
Programa Desarrollo Detallista 2019	23	1

## LA RED LOGÍSTICA DE COVIRAN: EJEMPLO DE CAPILARIDAD Y EFICIENCIA

El 85% de los Socios se ha sumado ya al modelo de preparación y reparto de pedidos que ha implantado la Cooperativa para ganar tiempo y ahorrar costes en la treintena de plataformas logísticas repartidas por la península ibérica. En alguna de ellas, el nivel del servicio al Socio es del 100%.

Este sistema de reparto, que ofrece más libertad al dueño del supermercado para centrarse en la gestión de su negocio, es posible gracias a las inversiones realizadas en los últimos años para automatizar los procesos en la cadena de suministro. Su eficacia se ha traducido en un mayor grado de satisfacción de los asociados y de sus clientes.

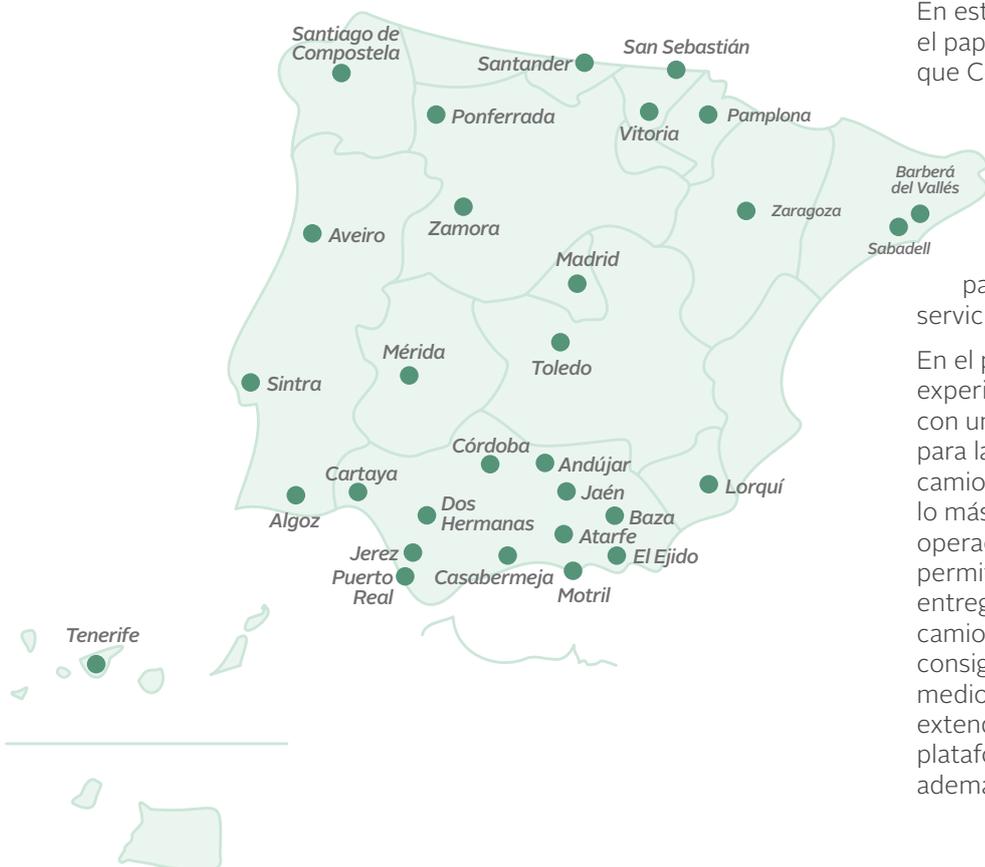
### OPTIMIZANDO LOS PROCESOS PARA MEJORAR EL SERVICIO

En la mejora de la frecuencia de reparto ha influido de forma positiva el uso de tecnologías innovadoras en el proceso de planificación y control de la red de suministro. Prueba de ello fue el reconocimiento de la plataforma EnerTIC por la gestión de flotas en los vehículos de reparto, una solución de la empresa Webfleet Solutions que reduce el consumo energético y las emisiones de CO<sub>2</sub>.

Hoy Covirán dispone de una red logística completa y dimensionada, 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. Su modelo de distribución capilar le permite llegar donde nadie llega, a los pequeños municipios dispersos de la geografía española amenazados por la despoblación.

En este capítulo cobra importancia el papel del transportista, un servicio que Covirán considera necesario especializar para crear un vínculo y compromiso con los Socios. En la actualidad se trabaja con 29 empresas de transporte, de las que 15 reciben formación para incrementar la eficacia en el servicio.

En el plan de mejora se incluye la experiencia realizada en Bilbao con un operador logístico externo para la utilización compartida de camiones que trasladen la mercancía lo más rápidamente posible. La operación de 'cross docking' ha permitido anticipar el horario de entrega y reducir el número de camiones en las carreteras con la consiguiente reducción del impacto medioambiental. No se descarta extender la experiencia a otras plataformas logísticas para disponer, además, de más espacio libre.



## PLATAFORMAS

### 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>

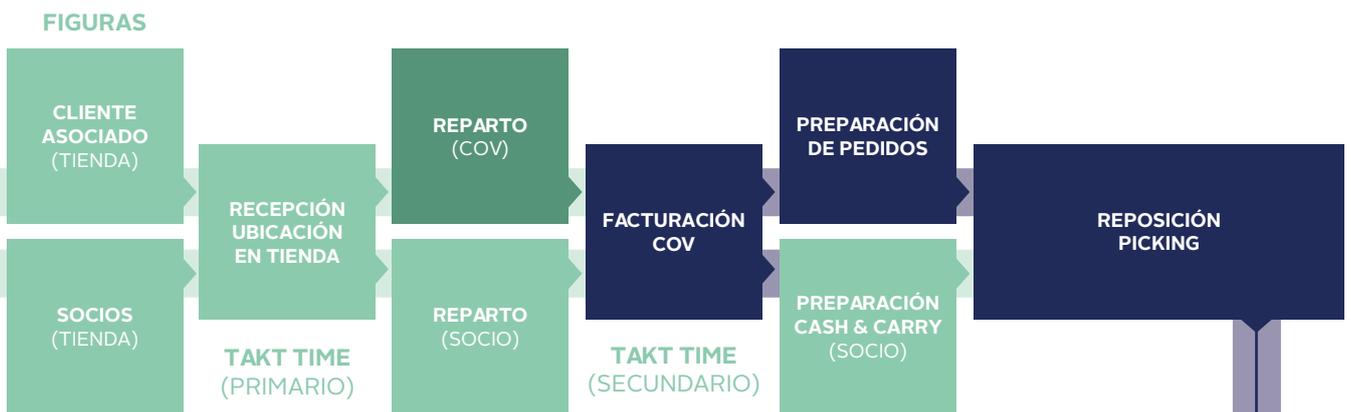
“Covirán cuenta con 27 plataformas en España y 3 en Portugal que suman una superficie total de sala de ventas al Socio de 428.326 m<sup>2</sup>”

## CADENA DE VALOR EFICIENTE Y COLABORATIVA

En 2019 Covirán ha continuado con su apuesta por una innovación integral y por la optimización de la cadena de valor, con una plena orientación de servicio al Socio, hacia sus tiendas y colaborando con otros eslabones de la cadena agroalimentaria, transporte, fabricantes, agricultores, potenciando la economía local y la generación de empleo.

Las claves de esta mejora competitiva están en la optimización de los procesos de suministro y reparto, alcanzando una mayor eficiencia en toda la cadena de valor, responsabilidad social y medioambiental como uno de los principales criterios para la selección de las empresas proveedoras, innovación continuada en el marco de la colaboración con el resto de operadores del sector.

### MAPA DE FLUJO DE VALOR BÁSICO



### SURTIDO



- Actividad COV Operaciones
- Actividad Proveedor
- Actividad Socio
- Actividad COV Aprovisionamiento/Compras
- Actividad COV Operaciones subcontratadas

## SERVICIOS PARA EL SOCIO COVIRAN

### RAPIDEZ Y EFICACIA EN LA RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS (CASC)

El Centro de Atención al Socio y Consumidor de Covirán (CASC) atendió 131.173 llamadas durante 2019, con un grado de satisfacción que alcanzó el 67% gracias a la pronta resolución de las cuestiones planteadas, un dato que supera en 20 puntos porcentuales el de 2018.

El servicio de atención de Covirán ha mejorado el tiempo de respuesta con respecto a 2018, solventando en un primer contacto, de conformidad con los demandantes, el 30% de las solicitudes presentadas.

El balance de 2019 revela, como dato destacado, el elevado porcentaje logrado en el nivel de atención: se tomó en consideración el 97% de las llamadas —algo más de 500 al día—, frente al 95% de 2018, reduciéndose el tiempo de espera a 14 segundos por llamada, cinco menos que el año anterior.

608 llamadas/día/entrantes  
577 llamadas/día/entrantes  
**13.385 llamadas mes**

**95%**

**2018**

518 llamadas/día/entrantes  
500 llamadas/día/entrantes  
**11.314 llamadas mes**

**97%**

**2019**

### EL EQUIPO DE VENTAS

Ahora más que nunca, los emprendedores que deciden formar parte de un proyecto necesitan un asesoramiento desde el primer momento para analizar la viabilidad de su negocio, recabar la información más adecuada y ver las posibilidades reales de integrarse en Covirán. Un modelo cooperativo con un formato comercial de proximidad implica un equipo de Ventas que vincule de manera directa y permanente a los Socios con la empresa; la confianza y la experiencia alcanzada en numerosos proyectos aportan la estructura y la capilaridad para integrar a los asociados en su Cooperativa.

## TRAMITACIÓN DE AYUDAS A LA MODERNIZACIÓN

Desde el departamento de Comercio y Subvenciones de Covirán se tramitaron con éxito en 2019 ayudas para 38 proyectos de Socios interesados en la modernización de sus puntos de venta, de los que 16 guardaban relación con la conversión de sus establecimientos al modelo Nuevo Concepto Covirán (NCC) o Covirán 10.

Se atendieron 564 llamadas efectuadas por Socios y 267 consultas sobre incentivos, gestionando un total de 55 expedientes, de los que 38 consiguieron la ayuda de distintas convocatorias de las administraciones, seis más que en el ejercicio 2018.

La ayuda que obtuvieron los Socios por los proyectos aprobados por las distintas administraciones ascendió a 245.556 euros, de los que 147.888 se destinaron a la modernización de tiendas basadas en el modelo de Nuevo Concepto Covirán (NCC).

Un servicio especializado en el asesoramiento al Socio de manera continuada, prestando especial atención a las ayudas y subvenciones relacionadas con el negocio, y aquellos aspectos tan relevantes como la modernización, transformación digital o cualquier inversión que precisen los supermercados Covirán.

	2019	2018	Balance
Consultas	267	230	+37
Campañas activas	55	56	+6
Llamadas	564	894	-330
Inversión solicitada	1.251.119 €	1.513.765 €	-262.646 €
Inversión gestionada	1.766.000 €	1.678.017 €	+167.807 €
Inversión admitida	776.999 €	680.176 €	+96.823 €
Subvención entregada	245.556 €	274.144 €	-28.588 €

## MARKETING: ESTRECHAR EL VÍNCULO CON EL SOCIO

La necesidad de estrechar el vínculo con el Socio sigue siendo de vital importancia para el futuro de la Cooperativa. Las múltiples vías de participación y escucha abiertas con los Socios permiten diseñar desde el área de Marketing campañas personalizadas y acciones que persiguen incentivar las ventas y fidelizar a los asociados. El objetivo no es otro que conseguir que sientan una conexión emocional con la Cooperativa. En 2019 fueron muchas las campañas que ayudaron precisamente a fortalecer ese vínculo, de las que detallamos las siguientes:

**Marketing Relacional.** Con el objetivo de crear y fortalecer las relaciones entre Socio y cliente se realizaron 7 campañas de venta telefónica, con 2.716 expositores, una herramienta fundamental para fidelizar al cliente.

**Campañas con proveedores.** Las acciones en colaboración con proveedores de mercancías expuestas en box expositores permitieron cerrar 2019 con un crecimiento del 178,82% más que el año anterior, en parte gracias al incremento de expositores, en total 7.085.

**Marketing personalizado.** En 2019 se contabilizaron 120 acciones personalizadas; se contó, en algunos casos, con la implicación del Club Familia Covirán a través de sorteos por compra realizada de clientes.

**Concurso de dibujo por Navidad.** Un año más, y con motivo de la Navidad, se organizó el concurso de dibujo con la colaboración de los Socios y la aceptación, cada vez mayor, de los clientes.

**Campaña MDD.** El objetivo de esta campaña, a la que se sumaron 134 tiendas, era dar más visibilidad a los productos de la marca Covirán para aumentar la venta del surtido propio. A los clientes, se les hacía entrega de cartillas con la imagen de productos que debían incluir en su cesta de la compra.

**Aniversario Portugal.** A la campaña '800 carros de compra' se adhirieron 158 tiendas, logrando estimular las ventas, ganar presencia e incrementar de forma importante la facturación.

## TRADE MARKETING

Además de distintas actuaciones para dinamizar los puntos de venta, el Departamento de Trade Marketing ha desarrollado varias campañas con gran aceptación por parte de Socios y clientes:

**Campaña de sartenes.** La colección de cinco sartenes de San Ignacio tuvo gran repercusión mediática gracias a la promoción en cinco espacios publicitarios de Tele 5, en concreto en programas de Ana Rosa Quintana y 'Sálvame', líderes en audiencia y con el target de público al que se dirige Covirán, cuya imagen salió fortalecida. De hecho, hubo que ampliar la campaña ante los buenos resultados obtenidos.

**Campaña de tráfico.** En verano se puso en marcha una exitosa campaña que consistió en el sorteo de 100 patinetes eléctricos de la marca Cecotec en una apuesta por la movilidad sostenible y la reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. 'Súbete a la movilidad verde' fue el eslogan de la campaña que estuvo en vigor en el mes de julio, logrando más de un millón de boletos a través de tickets de compra.

**Campañas de Navidad.** Además de las campañas de promoción propias de la festividad navideña, se realizaron manuales para asesorar al Socio. Se facilitó un calendario de implantación de acciones comerciales y momentos claves de la campaña navideña, además de reclamos y actividades promocionales.

**Lotería Bruja de Oro.** Una de las acciones promocionales que más interés suscitó fue la venta de participaciones de lotería de Navidad por importe de 1€ en colaboración con la famosa administración La Bruja de Oro. Con ello se trata de compartir con los clientes la ilusión y que, al mismo tiempo, repercuta en las ventas de los establecimientos de los Socios, aportando valor añadido a sus negocios. Un año más resultó un éxito y se vendieron todas las participaciones.

**Campaña de todo a 1€.** A lo largo del año se han llevado a cabo campañas de 'Todo a 1€' con motivo de la llegada del verano y la vuelta al cole. También se han hecho promociones con artículos de menaje, ferretería e iluminación.



**Club Familia 2019**

*Tarjetas del club* **655.114**

*Nº tiendas fidelizadas* **1.071**

## UNA FAMILIA QUE SE IMPLICA

El número de tiendas adheridas al Club Familia Covirán alcanzó al cierre de 2019 la cifra récord de 1.040 establecimientos, una cifra sensiblemente mayor al ejercicio anterior que premia la fidelidad de los clientes con importantes descuentos en la compra y participación en sorteos.

Cada vez son más los Socios que se incorporan al Club Familia para incentivar las compras entre los clientes más fieles. También ha crecido el interés en Portugal, donde ya hay 35 supermercados de la Cooperativa que ofrecen descuentos frente a los 32 que se contabilizaban al cierre de 2018.

La tendencia positiva se ha traducido en un incremento de las tarjetas con compras de las que hacen uso los clientes más incondicionales. En concreto, de las 655.114 tarjetas totales expedidas, 150.000 permanecen activas con compras habituales.

Otro dato importante que se desprende del balance anual de 2019 guarda relación con los 10 millones de tickets fidelizados, lo que supone un 23% del total de tickets de Covirán. De igual modo, aumentó el número de promociones personalizadas: 420 frente a las 360 del ejercicio anterior. Fue importante también la implicación de empresas proveedoras: un total de 19 fabricantes colaboradores han participado junto al Club Familia para hacer llegar a los clientes el valor de su fidelidad.



# Los empleados

## EL BIEN MÁS PRECIADO

No es exagerado afirmar que el bien más apreciado de las empresas es el talento de sus trabajadores. El éxito de Covirán radica precisamente en su capital humano, un equipo profesional formado por 15.746 empleados que comparten el compromiso y los valores de la Cooperativa.

También de ellos son los logros y la consolidación de un modelo de negocio basado en la cercanía, la confianza y la calidad de sus productos. Al cierre de 2019, el grupo Covirán contaba con 1.283 trabajadores en los distintos centros de España y Portugal donde se atiende a los Socios, los verdaderos protagonistas de la creación de empleo. Entre todos suman una plantilla total de 15.746 trabajadores, que supone un 0,6% más que en 2018.

Hoy Covirán es una empresa estable que ofrece a sus trabajadores la posibilidad de desarrollarse profesionalmente gracias a las oportunidades de promoción interna y a los cursos de formación que pone a su disposición.



## MAYOR EFICACIA Y COLABORACIÓN EN EL TRABAJO

Motivar a los trabajadores, optimizar los recursos humanos y potenciar su profesionalización son precisamente algunos de los objetivos que persigue la metodología de trabajo LEAN que Covirán implantó en 2014, de forma pionera, con el objetivo de incrementar la eficacia en la cadena productiva y mejorar el servicio al Socio y al cliente final.

La incorporación de este método de trabajo en las plataformas de distribución de Covirán, que elimina tareas innecesarias que no aportan valor (MUDAS), permitió ahorrar 253.746 euros en 2019, un 28% más que el año anterior.

En dicha organización del trabajo, que cuenta con el reconocimiento de la asociación de fabricantes y distribuidores AECOC, juega un papel importante la colaboración de la plantilla. El número de mejoras que en 2019 plantearon los empleados a través del buzón de sugerencias fue de 413 propuestas, lo que supuso un incremento del 9,2% con respecto al año anterior, y de las que se tramitaron de forma satisfactoria un 82% en un tiempo medio de 102 días.

También se ha potenciado la figura del 'champion', el coordinador y gestor de proyectos de mejora continua en las plataformas logísticas, que se encarga de corregir deficiencias y atender las sugerencias de mejoras de los trabajadores.

El trabajo de la oficina Lean de Covirán concede igualmente gran importancia a la formación, al trabajo en equipo y a la comunicación eficiente. Solo el pasado año se ofrecieron distintos programas formativos de mejora continua de los que se beneficiaron 257 trabajadores.

Para mejorar el trabajo en equipo también se han introducido nuevas herramientas de gestión y planificación que permiten realizar un seguimiento de las tareas realizadas, las que están en curso y las que se irán implantando.

Por último, Covirán ha realizado un gran esfuerzo en los últimos años en la mejora ambiental de los almacenes logísticos que incluye clasificación, orden, limpieza, estandarizado y seguimiento. En este sentido, la calidad ambiental se ha incrementado un 3,7% respecto al 2018.

## ANÁLISIS DE LA PLANTILLA

### DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

La plantilla que da soporte y servicio al Socio mantuvo en 2019 parecidos porcentajes en cuanto a su composición por edad y sexo, tan solo experimenta un ligero incremento de unas décimas el porcentaje de mujeres menores de 30 años y en la franja comprendida entre los 30 y 50.

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

En 2019 desciende ligeramente el número de trabajadores que dedican al trabajo la jornada completa mientras que se incrementa el número de empleados que optan por la reducida, especialmente mujeres cuyo número se duplica respecto a 2018.

### DISTRIBUCIÓN POR CONTRATO Y GÉNERO

En 2019 se mantiene el porcentaje del tipo de contrato indefinido que Covirán contrae con hombres y mujeres. Algo más de una quinta parte de los contratos indefinidos y temporales tiene como beneficiarias a mujeres, con un ligero incremento de unas décimas en los contratos fijos frente a los eventuales que descienden respecto a 2018.

#### Mujeres



#### Hombres



#### Total



Denominación categorías	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Menores de 30	23	18,1%	104	81,9%	127
De 30 a 50	222	23,5%	723	76,5%	945
Mayores de 50	41	19,3%	171	80,7%	212
<b>Total</b>	<b>286</b>		<b>998</b>		<b>1.284</b>

Tipo de jornada	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Tiempo completo	233	19,7%	948	80,3%	1.181
Tiempo parcial	53	51,5%	50	48,5%	103
<b>Total</b>	<b>286</b>		<b>998</b>		<b>1.284</b>

Tipo de contrato	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Indefinido	241	21,8%	867	78,3%	1.108
Temporal	33	21%	124	79%	157
<b>Total</b>	<b>274</b>		<b>991</b>		<b>1.265</b>

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

Comunidad Autónoma	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Andalucía	197	27%	520	73%	717
Aragón	2	40%	3	60%	5
Cantabria	11	16%	59	84%	70
Castilla la Mancha	3	10%	26	90%	29
Castilla León	1	6%	15	94%	16
Cataluña	9	14%	54	86%	63
Extremadura	1	3%	32	97%	33
Galicia	4	10%	35	90%	39
Islas Canarias	0	0%	14	100%	14
Madrid	15	17%	73	83%	88
Murcia	4	14%	24	86%	28
Navarra	4	29%	10	71%	14
País Vasco	16	23%	53	77%	69
Portugal	20	22%	73	78%	93
<b>Total</b>	<b>287</b>	<b>22%</b>	<b>991</b>	<b>78%</b>	<b>1.278</b>

MUJERES

HOMBRES

Temporal

Indefinido

0 | 100 | 200 | 300 | 400 | 500 | 600 | 700 | 800 | 900 | 1000 | 1100 | 1200 | 1300

87,52%  
Empleo indefinido

	Hombres	Mujeres	Total
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>148</b>	<b>62</b>	<b>210</b>
<b>Almería</b>	<b>16</b>		<b>16</b>
1. Menor 30 años	3		3
2. Entre 30 y 50 años	13		13
3. Mayor 50 años			
<b>Cádiz</b>	<b>11</b>		<b>11</b>
1. Menor 30 años	2		2
2. Entre 30 y 50 años	9		9
3. Mayor 50 años			
<b>Córdoba</b>	<b>1</b>		<b>1</b>
1. Menor 30 años	1		1
2. Entre 30 y 50 años			
3. Mayor 50 años			
<b>Granada</b>	<b>77</b>	<b>47</b>	<b>124</b>
1. Menor 30 años	35	20	55
2. Entre 30 y 50 años	42	26	68
3. Mayor 50 años		1	1
<b>Huelva</b>		<b>2</b>	<b>2</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años		2	2
3. Mayor 50 años			
<b>Jaén</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>14</b>
1. Menor 30 años	3		3
2. Entre 30 y 50 años	6	5	11
3. Mayor 50 años			
<b>Málaga</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>11</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	5	6	11
3. Mayor 50 años			
<b>Sevilla</b>	<b>29</b>	<b>2</b>	<b>31</b>
1. Menor 30 años	4		4
2. Entre 30 y 50 años	23	2	25
3. Mayor 50 años	2		2
<b>ARAGÓN</b>	<b>1</b>		<b>1</b>
<b>Zaragoza</b>	<b>1</b>		<b>1</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	1		1
3. Mayor 50 años			
<b>CANTABRIA</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>18</b>
1. Menor 30 años	7		7
2. Entre 30 y 50 años	9	2	11
3. Mayor 50 años			
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Toledo</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
1. Menor 30 años	2		2
2. Entre 30 y 50 años		2	2
3. Mayor 50 años			

	Hombres	Mujeres	Total
<b>CATALUÑA</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
<b>Barcelona</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>29</b>
1. Menor 30 años	5		5
2. Entre 30 y 50 años	17	4	21
3. Mayor 50 años	3		3
<b>EXTREMADURA</b>	<b>7</b>		<b>7</b>
<b>Badajoz</b>	<b>7</b>		<b>7</b>
1. Menor 30 años	3		3
2. Entre 30 y 50 años	4		4
3. Mayor 50 años			
<b>GALICIA</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>17</b>
<b>La Coruña</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>17</b>
1. Menor 30 años	2		2
2. Entre 30 y 50 años	13	1	14
3. Mayor 50 años	1		1
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>4</b>		<b>4</b>
<b>Sta. Cruz De Tenerife</b>	<b>4</b>		<b>4</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	4		4
3. Mayor 50 años			
<b>MADRID</b>	<b>29</b>	<b>8</b>	<b>37</b>
1. Menor 30 años	16	2	18
2. Entre 30 y 50 años	11	6	17
3. Mayor 50 años	2		2
<b>MURCIA</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>20</b>
1. Menor 30 años	6		6
2. Entre 30 y 50 años	13	1	14
3. Mayor 50 años			
<b>NAVARRA</b>	<b>3</b>		<b>3</b>
1. Menor 30 años	3		3
2. Entre 30 y 50 años			
3. Mayor 50 años			
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>39</b>	<b>6</b>	<b>45</b>
<b>Álava</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>42</b>
1. Menor 30 años	18	1	19
2. Entre 30 y 50 años	18	4	22
3. Mayor 50 años		1	1
<b>Guipúzcoa</b>	<b>3</b>		<b>3</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años			
3. Mayor 50 años	3		3
<b>PORTUGAL</b>	<b>29</b>	<b>4</b>	<b>33</b>
1. Menor 30 años	10	2	12
2. Entre 30 y 50 años	19	2	21
3. Mayor 50 años			
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>338</b>	<b>90</b>	<b>428</b>

<b>COMITÉS SALUD</b>	<b>MIEMBROS DESIGNADOS POR DIRECCIÓN</b>	<b>MIEMBROS DESIGNADOS POR REPRESENTANTES TRABAJADORES</b>
Atarfe	3	3
Dos hermanas	2	2
Coslada	2	2
Santander	2	2
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

**DELEGADOS PREVENCIÓN TOTALES 2019** 42

**% TRABAJADORES REPRESENTADOS** 100%

<b>SERVICIO DE PREVENCIÓN</b>	<b>PLATAFORMAS LOGÍSTICAS (27 UD)</b>	<b>SUPERMERCADOS ADHERIDOS (810 SOCIOS ADHERIDOS)</b>
Informes realizados (Seguridad, ER, PAP, Plan Evacuación)	189	2.500

## PLANES DE PREVENCIÓN Y SALUD LABORAL

La Cooperativa cuenta con un servicio de prevención mancomunado, que cubre a todas las empresas de Grupo Covirán, y con cuatro comités de seguridad y salud ubicados en 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 2019 se ha mantenido prácticamente el número de accidentes de trabajo (34, uno más que en 2018), que se mantiene respecto a años anteriores, así como a la gravedad de los mismos. En cambio las jornadas laborales perdidas por cada empleado debido a este tipo de casos ha crecido hasta el 25,5%.

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

## BENEFICIOS ESTÁNDAR A TRABAJADORES A JORNADA COMPLETA O JORNADA PARCIAL/TEMPORAL

Los beneficios estándar para los empleados a jornada completa de la organización, pero que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales, en función de las instalaciones con operaciones significativas\*.

Estos incluyen, como mínimo:

	JORNADA COMPLETA	JORNADA PARCIAL Y/O TEMPORAL
<i>Seguro de vida</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>
<i>Asistencia sanitaria</i>	<i>No</i>	<i>No</i>
<i>Cobertura por incapacidad e invalidez</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>
<i>Permiso parental</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>
<i>Provisiones por jubilación</i>	<i>No</i>	<i>No</i>
<i>Participación accionaria</i>	<i>No</i>	<i>No</i>
<i>Otros</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>

\* La definición utilizada para "instalaciones con operaciones significativas" en nuestro caso se engloba con este término a todas nuestras instalaciones

## ESTUDIO SOBRE EL ABSENTISMO

Reducir el absentismo en el trabajo es uno de los objetivos que se ha marcado la Cooperativa. Para ello realizará un estudio de cada centro de trabajo en el que se recabará la información precisa que permita buscar soluciones.

Muy posiblemente en 2020 se inicie una experiencia piloto en dos de los centros de trabajo donde el absentismo es más alto. Reforzar la idea de trabajo en equipo, un mayor grado de compromiso, el reparto de responsabilidades y nuevos incentivos son algunas de las medidas que se adoptarán para evitar el absentismo.

## TASAS DE ABSENTISMO

<b>Grupo Covirán</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Nº AT	38	33	39
Jornadas perdidas	726	529	955
<b>Grupo Covirán in itinere</b>			
Nº AT	2	6	10
Jornadas perdidas	11	88	205
Nº trabajadores	1.174	1.178	1250
Nº total de jornadas trabajadas (horas trabajadas)	1.712.648	1.734.236	1.734.236
Total AT ( <i>sin itinere</i> )	38	33	39
Total jornadas perdidas	726	529	955
Total AT ( <i>incluidos In Itinere</i> )	40	39	34
Total jornadas perdidas	737	617	1160
<b>Indices. Considerando todos los AT.</b>			
Índice incidencia	3,08	2,66	3,12
Índice duración media	19,11	16,03	24,49
Índice frecuencia	22,19	19,03	22,49
Índice gravedad	0,42	0,31	0,55
<b>Indices. No considerando los in itinere.</b>			
Índice incidencia	3,24	3,15	3,92
Índice duración media	18,43	15,82	23,67
Índice frecuencia	23,36	22,49	28,25
Índice gravedad	0,43	0,36	0,67



**ÍNDICE  
INCIDENCIA**

=

$$\frac{N^{\circ} \text{ AT} \times 100}{N^{\circ} \text{ trabajadores}} \\ \text{(Tasa frecuencia AT)}$$

**ÍNDICE  
DURACIÓN  
MEDIA**

=

$$\frac{\text{Días de baja} \times 1.000}{N^{\circ} \text{ AT}} \\ \text{(Tasa día perdidos)}$$

**ÍNDICE  
FRECUENCIA**

=

$$\frac{N^{\circ} \text{ AT} \times 100.000}{N^{\circ} \text{ jornadas trabajadas}} \\ \text{(Tasa frecuencia AT)}$$

**ÍNDICE  
GRAVEDAD**

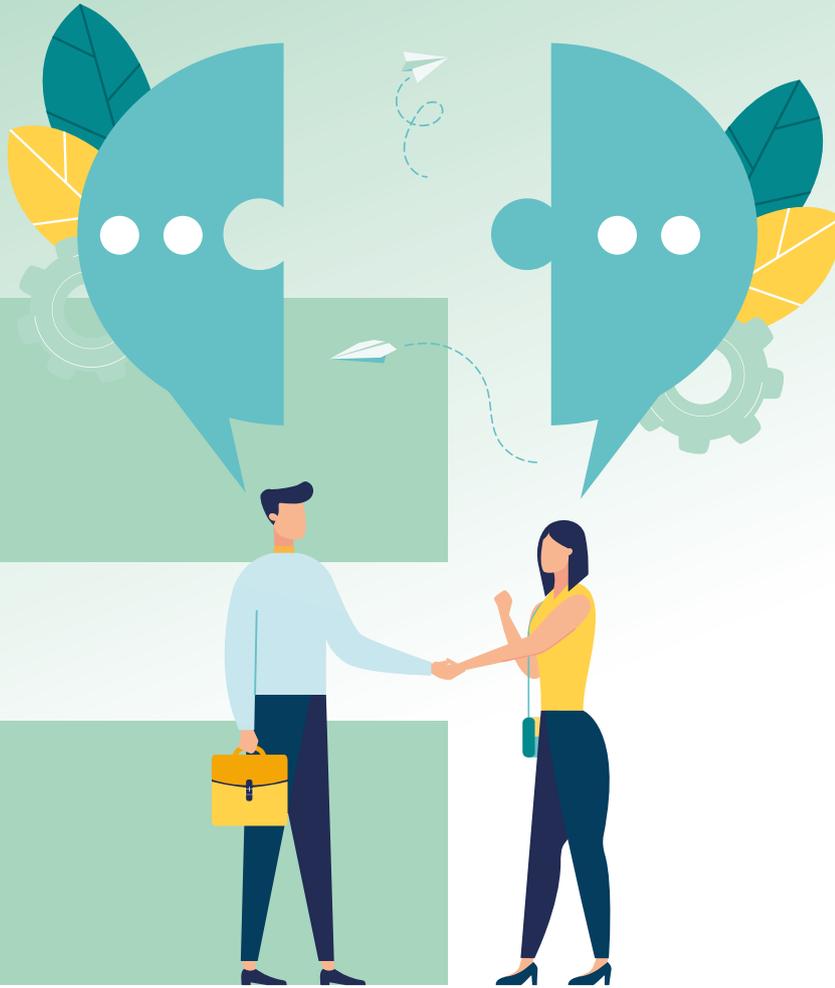
=

$$\frac{\text{Días de baja} \times 1.000}{N^{\circ} \text{ jornadas trabajadas}} \\ \text{(Tipo AT por gravedad)}$$

## REFUERZO DEL PAPEL SINDICAL

Los sindicatos juegan un papel fundamental en la representación de los trabajadores de los distintos centros de trabajo. Su implicación ante los retos y estrategias de Covirán sigue siendo clave para el futuro de la Cooperativa. Como garantes de los derechos de los trabajadores, participaron en 2019 en la firma del II Plan de Igualdad, que recoge medidas para el bienestar de las mujeres y hombres que forman parte de Covirán. También han contribuido de forma activa en la optimización del tiempo de trabajo y en la formación que reciben los trabajadores.

Con su implicación se espera sacar adelante en 2020 un nuevo convenio laboral que profundice en las mejoras de las condiciones de la plantilla.



## HACIA LA IGUALDAD

Covirán ha dado pasos importantes en materia de igualdad, logrando entre otras metas eliminar la brecha salarial entre los hombres y mujeres que forman parte de su plantilla de trabajadores. Con la firma en 2019 del II Plan de Igualdad, se avanza en la igualdad efectiva de oportunidades:

Se adquiere el compromiso de establecer controles internos y transparentes para que las retribuciones sean equivalentes en caso de similar trayectoria profesional y mérito en el desempeño del puesto.

Dicho documento garantiza un marco de igualdad de oportunidades donde no hay cabida para la discriminación.

Las 117 medidas que incluye el documento refuerzan la reputación corporativa interna.

Se trata de un plan innovador que pretende promover la cultura de diversidad, sensibilizando a la plantilla de la importancia del compromiso y la responsabilidad.

En materia de conciliación se incluyen nuevas medidas para reforzar licencias no retribuidas y excedencias, teniendo especial sensibilidad en la protección a las víctimas de violencia de género.

Se refuerza el protocolo para la gestión del acoso, donde se recopilan las recomendaciones para su prevención y se establecen pautas de actuación.

En materia de salud laboral, se incluyen los riesgos laborales que están asociados al género, incidiendo en situaciones concretas como la maternidad.

En materia de contratación se refuerzan las medidas de acción positiva para favorecer la selección y promoción de los colectivos en riesgo de exclusión.



## 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 2019 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, firmado en mayo de 2019, ahonda en este reto a través de medidas específicas.

En total durante el ejercicio 37 empleados han tenido derecho y se han acogido a los permisos parentales, 28 de ellos hombres y 9 de ellas mujeres. Durante el mismo año, 31 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.

El número total de empleados que han tenido derecho a permiso parental y que se han acogido al mismo, por sexo.

2018

2019

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
<b>1</b> Covirán SCA	27	6	33	23	8	31
<b>4</b> Covirán Servicios		1	1	1	1	2
<b>10</b> DCC				1		1
<b>11</b> Covirán Soluciones Tecnológicas	2		2	2		2
<b>12</b> DUSA	4		4	1		1
	<b>33</b>	<b>7</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>37</b>

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

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
<b>1</b> Covirán SCA	27	6	33	23	8	31
<b>4</b> Covirán Servicios		1	1	1	1	2
<b>10</b> DCC				1		1
<b>11</b> Covirán Soluciones Tecnológicas	2		2	2		2
<b>12</b> DUSA	4		4	1		1
	<b>33</b>	<b>7</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>37</b>

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

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
<b>1</b> Covirán SCA	27	5	32	21	4	25
<b>4</b> Covirán Servicios		1	1	1	1	2
<b>10</b> DCC				1		1
<b>11</b> Covirán Soluciones Tecnológicas	2		2	2		2
<b>12</b> DUSA	4		4	1		1
	<b>33</b>	<b>6</b>	<b>39</b>	<b>26</b>	<b>5</b>	<b>31</b>

Las tasas de regreso al trabajo y de retención de empleados que se acogieron al permiso parental, por sexo.



# Nuestros clientes

## APUESTA FIRME POR LA CALIDAD Y LA SALUD

Covirán se preocupa por la salud de los consumidores y trabaja a diario en la mejora de la calidad del surtido para trasladar al cliente, con la ayuda de Socios y proveedores, productos que garanticen una alimentación saludable.

La confianza que depositan a diario los clientes obliga a ser exigentes con el amplio surtido de productos a disposición de los supermercados, donde pueden elegir entre 1.439 referencias de marca Covirán en España y 1.191 en Portugal, todas ellas libres de organismos modificados genéticamente o transgénicos (OMG).

La Cooperativa trabaja constantemente en el desarrollo de un surtido que se adapte a los gustos del consumidor y se traduzca en ventas para el Socio. La apuesta de Covirán pasa por ofrecer un surtido saludable y personalizado para cada supermercado, una gama de productos de todas las categorías, a precio atractivo, que cubra las necesidades del consumidor y cumpla unos estrictos criterios de calidad, además de los requerimientos legales.



## UN SURTIDO BAJO CONTROL EXHAUSTIVO DE CALIDAD

Covirán ha establecido distintas medidas de control para garantizar la seguridad alimentaria de los consumidores, siempre en coordinación con Socios y empresas proveedoras.

Para certificar la calidad del surtido y conseguir la homologación de la marca Covirán, se llevan a cabo controles a fabricantes y productos por medio de auditorías, análisis y catas periódicas.

- 1.** La Cooperativa realiza auditorías a todos los proveedores de marcas de fabricantes (MDD) que no tengan certificado calidad IFS/BRC, para comprobar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos por Departamento de Calidad.
- 2.** Se llevan a cabo dos tipos de catas en las que participan 60 catadores, bien a través de laboratorios externos para altas nuevas, modificaciones de proveedor y de formulación; o a través de un panel de catadores internos que se encarga del seguimiento de producto e incidencias.
- 3.** Covirán analiza todos los productos como mínimo una vez al año. Consiste en un control físico químico y microbiológico del producto y de las características de envases.

## IMAGEN MODERNA Y SENCILLA PARA LA MARCA PROPIA

El proyecto estratégico de restyling de la marca propia, que se inició en 2018, está a punto de finalizar. La nueva imagen de la marca Covirán —un círculo que evoca un anillo, símbolo de confianza y compromiso con el cliente— ya es visible en 229 productos de distintos fabricantes.

El atractivo y vanguardista diseño se ha incorporado en 2019 a envases de artículos de droguería, productos de limpieza y alimentos como el atún o las legumbres; todos ellos muy fáciles de identificar por los clientes.

Sencillez y modernidad caracterizan la nueva imagen de productos Covirán, cuyo innovador y elegante diseño resalta dos de los principales valores de los supermercados de la enseña: cercanía y confianza.

Con este cambio de imagen global se implantan parámetros comunes para diferenciar la marca Covirán, cuyo nuevo etiquetado contiene información más clara, sencilla y legible para el consumidor en español y portugués, los dos mercados donde la enseña tiene presencia.





## ALGO MÁS QUE UNA MARCA

### LUCHA PARA PREVENIR LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO

Uno de los principales compromisos de Covirán con la salud de los consumidores fue su adhesión a la Estrategia de Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) que promueve el Ministerio de Sanidad. La responsabilidad que ha asumido la Cooperativa le ha llevado a reformular buena parte de los artículos de marca propia con el objetivo de prevenir enfermedades como la obesidad y el sobrepeso, que afectan tanto a adultos como a población infantil.

La tarea se ha centrado en la reducción del contenido de azúcar, sal y grasas saturadas de 176 artículos de su marca propia de cara a 2021. Más de la mitad de las referencias, en concreto 85, alcanzan ya los objetivos nutricionales adecuados y cumplen con las normas de calidad, al tiempo que se trabaja en la actualidad con los 91 artículos restantes para que su aporte nutricional se adapte a lo que requiere un estilo de vida saludable.

De igual modo, la Cooperativa sigue avanzando en la línea de sustituir el aceite de palma por otro más saludable como es aceite de girasol. En aquellos casos en los que no se puede prescindir de dicho ingrediente, Covirán exige el certificado RSPO que certifica que la palma utilizada es sostenible.

## ATENCIÓN AL CONSUMIDOR CON ALERGIA O INTOLERANCIA

Cada vez es más frecuente encontrar a consumidores que no pueden ingerir ciertos alimentos porque les sientan mal. Covirán ha puesto a su disposición del cliente una amplia oferta de productos sin alérgenos aptos para las dos intolerancias alimentarias más comunes: al gluten y a la lactosa.

Para facilitar la información al Socio y al cliente, la Cooperativa ha elaborado dos listados que clasifica con un código de colores:

**1.** Productos específicos formulados para alérgicos: son alimentos que, de forma natural, contienen el alérgeno pero que han sido reformulados específicamente para eliminar dicha sustancia y dar una alternativa al cliente. Gracias a ello, los celíacos disponen de un surtido de 144 referencias sin gluten (100 en servicio directo y 44 disponibles en plataforma) y los intolerantes a la lactosa de 55 referencias, todas ellas de marca de fabricante.

**2.** Productos convencionales: Covirán colabora con la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) y la Asociación de Intolerantes a la Lactosa España (ADILAC) para la comercialización de productos convencionales que son aptos y cumplen con los estándares de calidad que reclaman ambos colectivos. La Cooperativa dispone de 214 artículos que no contienen gluten y 181 referencias que no contienen lactosa, todos ellos productos marca Covirán.

**3.** Productos genéricos o verdes: la Cooperativa cuenta con una variedad de alimentos que por su naturaleza nunca contienen el alérgeno y pueden consumirse con total libertad. Los Socios disponen de 389 productos verdes para celíacos y 376 para intolerantes a la lactosa, también marca Covirán.

Entre los proyectos más inmediatos también figura la elaboración de un catálogo con las referencias aptas para celíacos y consumidores intolerantes a la lactosa, para facilitar la información al consumidor sin necesidad de recurrir a la lectura del etiquetado de los productos.



## LOS PRODUCTOS ESTRELLA: EXQUISITÉ

Covirán ha seguido desarrollando en 2019 la gama de productos Exquisité que distingue a los artículos de alta calidad, conocidos con el nombre de Premium o Gourmet; de tal modo que los mejores alimentos estén al alcance de Socios y consumidores.

Al cierre de 2019, la Cooperativa disponía de 23 referencias de alta calidad suministradas por distintos proveedores, entre las que destacan el aceite virgen extra, quesos de oveja añejo, jamones gran reserva, productos lácteos, pasta, arroz, sal y conservas de bonito, anchoas y espárragos, entre otros productos.



## EN BUSCA DE PRODUCTOS DE GRAN IMPACTO

Los datos de los estudios del mercado y la información aportada por el proveedor del surtido, que Covirán revisa, sirven para sugerir a los Socios referencias nuevas que tengan un gran impacto y con un tiempo de rotación en función del metraje de los lineales de las tiendas.

El simple hecho de cambiar los lineales del supermercado, siguiendo las directrices del área de investigación, alienta a la compra tal y como quedó constatado durante 2019 con las secciones de alimentación seca y líquidos de algunas de las tiendas Covirán.

Asimismo, se procederá al cambio del modelo de entrega de los refrigerados (yogures y platos preparados). Actualmente hay establecido un servicio semanal con intención de pasar a dos en el transcurso de 2020.

## COVIRAN SACA UN NOTABLE EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El cliente otorga un notable alto a su experiencia de compra en Covirán. En concreto, su grado de satisfacción es de 7,98 puntos, valorando en primer lugar el trato y la atención recibida por parte del personal (35,3%), seguido de la importancia que le concede a la proximidad o cercanía del domicilio (22,8%), y los productos frescos (14,4%). Le sigue a continuación en orden de importancia la variedad de los productos (8,9%), el precio (7,1%), la calidad (6,4%), promociones y novedades (5,5%) y el orden de la tienda y limpieza (2,7%).



## ESCUCHAMOS, DIALOGAMOS

La comunicación en Covirán se afianza como palanca estratégica para trasladar el papel que cumple la marca en las comunidades en las que opera. Es una herramienta imprescindible para ofrecer los resultados de negocio y atraer el talento, temas de especial relevancia para la empresa.

El año 2019 y, sin duda, 2020 son los ejercicios clave para trasladar el propósito corporativo de Covirán: el alma de la empresa, es decir, la experiencia y los valores de todos los que forman parte de la familia Covirán.

Para ello es necesario una comunicación honesta que muestre la afinidad con clientes, Socios y empleados a través de los puntos de contacto que se establecen entre ellos y la Cooperativa. No solo contando qué hacemos sino el porqué de nuestra razón de ser.

En estos momentos, y frente a la 'infoxicación' o las 'fake news', debemos centrarnos en una comunicación más humana y emocional, con un trabajo a largo plazo para destacar la gestión y el trabajo de todos los que forman parte de la Cooperativa, que tiene un propósito de valor para la sociedad.

A través del compromiso adquirido con sus diferentes grupos de interés, Covirán pretende informar de manera cercana y eficaz en temas relacionados con la seguridad alimentaria, la salud y el valor de la economía social a través de sus Socios y sus supermercados.

La Cooperativa cuenta con varios portales de información y formación que abarcan diferentes ámbitos, como la información corporativa, fidelización, intranet para Socios y empleados, una red exclusiva para la Fundación y la Escuela, cuya oferta formativa online adquiere una mayor relevancia; así como espacios más orientados a ofrecer contenidos de calidad en temas de seguridad alimentaria, productos, responsabilidad social y ofertas.

Para dialogar directamente con los clientes, Covirán mantiene abiertas sus redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, también LinkedIn en este último año) respondiendo en tiempo real a sus dudas y ofreciendo información de interés al consumidor, acciones que contribuyen a generar una relación de confianza con los grupos de interés.

Sin duda, las redes sociales se han convertido en herramientas muy útiles de intercambio de información que permiten trasladar respuestas y mensajes de forma profesional. Ello queda reflejado en las 87.303 interacciones que se obtuvieron en Facebook y otras 48.183 en Twitter, de las que el 90% son opiniones positivas. Son datos que sitúan a Covirán en un escenario futuro de crecimiento continuado en 'engagement', en fidelidad del usuario hacia nuestra marca.

La comunicación es esencial para incrementar la credibilidad de la empresa, la imagen frente a sus colaboradores y el mercado, así como para aumentar su rendimiento. Por ello, en 2019, Covirán incrementó su actividad informativa con la difusión de más de 100 notas de prensa, entrevistas y artículos de opinión que se tradujeron en 6.217 impactos en medios de comunicación escritos y online, tanto en España como en Portugal.





Hemos alcanzado los **108.182** seguidores en **Facebook**



En su primer año en **LinkedIn** se han alcanzado **12.700** seguidores



Llegamos a los **12.959** followers en **Twitter**



Nuestros **vídeos** han alcanzado a **556.900** personas



El **90%** de **comentarios positivos**





## *Proveedores, más que socios*

Forma parte del ADN de Covirán fomentar la economía del entorno en el que opera trabajando con proveedores locales; pequeñas empresas, muchas de ellas cooperativas y productores locales que destacan por su oferta de productos y servicios de calidad.

En Covirán se trabajó en 2019 con 2.418 empresas españolas y portuguesas con las que se cerraron transacciones económicas por importe de 547,5 millones de euros. El dato supone un importante incremento respecto al ejercicio anterior, tanto en número de empresas (1.625 en 2018) como en el volumen de negocio (471 millones), una evidencia más del apoyo que presta Covirán al tejido productivo agroalimentario que forman las empresas proveedoras locales.

Solo en Portugal se alcanzaron acuerdos comerciales con 274 proveedores, también en su mayoría negocios pequeños del sector agroalimentario con los que se realizaron operaciones por valor de 34,7 millones.



## CERCANÍA

- 1.** En 2019, el 86,5% de los productos frescos (frutas, verduras y carne) se adquirió en origen gracias a la estrecha alianza comercial de Covirán con los productores locales.
- 2.** En cifras económicas, la Cooperativa destinó a la compra de frescos 69,2 millones (46,8 en frutas y hortalizas y 22,4 en carne), del que se beneficiaron en su mayoría pequeñas empresas de España y Portugal.
- 3.** Covirán mantuvo también relaciones con cooperativas con las que comparte principios basados en el apoyo mutuo, responsabilidad social y compromiso.
- 4.** El periodo medio de pago al proveedor de frescos se mantiene en un mes y en el caso del proveedor que surte de productos en seco es de 30 días en productos frescos y 60 días en productos secos, ratios que contribuyen a dar oxígeno a las pequeñas empresas del sector agroalimentario.
- 5.** La Cooperativa pone a disposición del proveedor un servicio de gestión administrativa para facilitar los trámites de facturación.
- 6.** Otro hito destacado en lo concerniente a frescos es la colaboración con proveedores en la investigación de nuevas semillas y variedades de frutas y hortalizas que ofrezcan mayor calidad.



## GARANTIZAR LA SALUD, EL CUIDADO DEL MEDIAMBIENTE Y APUESTA POR LO LOCAL

Entre las nuevas medidas de control para garantizar la seguridad alimentaria de los consumidores figura:

- 1.** Mayor comunicación con los proveedores locales para mejorar la trazabilidad alimentaria durante todo el proceso de producción, transformación y distribución de los alimentos.
- 2.** Auditoría a los proveedores para que cumplan con los estándares de calidad y la normativa de seguridad.
- 3.** Desde Covirán se ha iniciado un proyecto piloto para facilitar a los proveedores locales del sector primario herramientas informáticas para trabajar en la línea del etiquetado y la trazabilidad de los productos frescos.
- 4.** También se trabaja con los proveedores para mejorar el envase y embalaje con objetivo de cuidar el medio ambiente. En este sentido, las empresas colaboradoras de Covirán mantienen como políticas internas la reducción de plástico y emisiones, el ahorro energético y la reutilización del agua, entre otras medidas.
- 5.** Covirán concede igualmente gran importancia a las empresas que tienen un compromiso ético con el bienestar animal. En la actualidad trabaja con proveedores con certificados de bienestar animal y de producción ecológica que garantizan que cumplen los requisitos en las explotaciones ganaderas y mataderos, y que excluyen en gran medida el uso de fertilizantes sintéticos, plaguicidas y aditivos en el caso de la alimentación del ganado.



## **CAPÍTULO 5**

# *EL COMPROMISO, NUESTRA ESENCIA*

---



# *Fundación y Covirán, comprometidos con las personas, con la sociedad y con el entorno*

Covirán y su Fundación mantienen un compromiso permanente en materia de sostenibilidad, realizando su actividad de manera responsable.

La Cooperativa, en el ejercicio de su responsabilidad social empresarial, se adhirió en 2011 al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adquiriendo desde esa fecha la obligación, por un lado, de integrar dichos principios en su estrategia, cultura y plan de actuación en aras de reforzar su compromiso con el desarrollo económico equilibrado y sostenible, en concreto con los aspectos medioambientales más vinculados a su entorno y actividad directa; y, por otro, de comunicarlo a sus diferentes grupos de interés.

La integración de los ODS en el compromiso de la Cooperativa forma parte de las líneas estratégicas de Covirán a través del buen gobierno, con un modelo de supermercado sostenible, fomentando el talento y la igualdad, con los clientes y la sociedad en general.

En 2019 se ha consolidado el modelo de gestión de residuos basado en la economía circular; la eficiencia energética, la disminución del consumo de agua y la reducción del desperdicio alimentario son algunas de las grandes acciones de la Cooperativa para reducir su impacto en el medioambiente.

Durante el año 2019 Fundación Covirán, ha impactado directamente a través de diferentes charlas y eventos relacionados con el fomento de los buenos hábitos de salud y alimenticios en más de 10.700 niños y niñas en diferentes puntos de España.

**COVIRAN**

La Responsabilidad Social como Empresa está en la esencia cooperativista de Covirán y la aplica de una manera transversal, lo que significa que engloba y afecta a toda su organización. La búsqueda de la igualdad real, la apuesta por el desarrollo sostenible, el compromiso con la accesibilidad y las acciones en beneficio de la sociedad y para favorecer a los colectivos en riesgo son piedras angulares de este trabajo, en el que la Cooperativa se vuelca con firmeza, con solvencia y con resultados visibles y reconocidos.

## MÁS ACTIVIDAD SOCIAL Y MAYOR REPERCUSIÓN

A lo largo del año 2019 Covirán ha llevado a cabo un total de **286 acciones** enmarcadas en diferentes proyectos del área de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), de las cuales **162 han sido promovidas junto a los Socios y 124 en colaboración con otros grupos de interés**. Estas acciones han conseguido llegar a **120.000 personas** (impactos directos), un 20% más que en 2018.

### RESUMEN DEL IMPACTO DE ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN COVIRAN

	2019		2018	
	Colaboraciones	Impactos directos	Colaboraciones	Impactos directos
<i>Socios</i>	162	66.538	195	
<i>Otros grupos de interés (entidades no lucrativas)</i>	124	52.750	85	
<i>Total</i>	<b>286</b>	<b>119.288</b>	<b>280</b>	<b>98.000</b>

La acción 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



Entorno Social



Gestión de la diversidad



Medio Ambiente



## Acciones contra el cáncer

En 2019 se desarrollaron varias actividades de sensibilización en la lucha contra el cáncer y de fomento de la alimentación oncosaludable que llegaron a más de 16.000 personas. Por décimo año consecutivo, Covirán participó en la **Carrera de la Mujer contra el cáncer de mama** que se celebra en Granada a beneficio de la Asociación Española contra el Cáncer (AECC), con impacto directo sobre 8.000 personas, y en la Carrera contra el Cáncer por las calles de Santander, en la que participaron 7.000 personas. En Portugal la Cooperativa mantiene los mismos objetivos, con acciones como la **Mamamaratona**, una carrera anual en el Algarve con cerca de 6.000 participantes durante el mes de octubre. También estuvo presente en la celebración del **III Torneo de Fútbol 'Memorial Antonio Villena'** que tiene lugar en octubre en Alhendín a beneficio de la lucha contra el cáncer infantil; y colaboró en la **V edición de la RetoBike 0-3.000**, una iniciativa ciclista que discurre entre Motril y el Pico del Veleta, y que protagonizan personas que han logrado superar la enfermedad junto a familiares y amigos.

## Acciones dirigidas a niños

Las charlas y eventos relacionados con el fomento de buenos hábitos alimenticios, en los que se implicaron 162 Socios, alcanzaron el año pasado a más de 10.700 niños residentes en diferentes puntos de España. Covirán participó, entre otras actuaciones, en el **XI Campus Urbano de Basket en Granada**, al que asistieron 1.300 niños; en el **Festival Internacional de Cortometrajes 'Aguacate Film Festival'**, celebrado en la Costa Tropical Granadina y dirigido a asistentes en edad escolar de 6 a 18 años; en el **taller de Nutrición** que se impartió en la sede de la Fundación Covirán, con la presencia de 150 niños de primaria; en los **Campeonatos de Andalucía de Montañismo** en edad escolar; y en la **charla 'Alimentación Escolar Saludable'** que se ofreció en colaboración con el colegio CEIP Paseo de la Florida de Almagro (Ciudad Real), dirigida a familias interesadas en una alimentación infantil equilibrada.

## Agenda 2030 y los ODS

La Fundación Covirán acudió a la **charla coloquio sobre 'Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible'**, que se organizó en Málaga en colaboración con el Consejo Social de Granada y la Asociación CIFAL. El evento permitió mostrar a varios colectivos e instituciones de la ciudad la importancia de ir asumiendo como propios las metas que marca la Agenda 2030, objetivos imprescindibles para cambiar nuestros hábitos de vida, consumo y producción con el fin de hacer que nuestro entorno sea más sostenible y humano.

## Campañas contra el desperdicio alimentario

Covirán participó un año más en la '2ª Semana contra el desperdicio Alimentario' que organizó la Asociación de Fabricantes y Consumidores (AECOC) en toda España con el objetivo de reducir el despilfarro de comida. Para ponerle freno a esta situación, Covirán realizó acciones de sensibilización entre sus Socios, empleados y clientes. En 2019 se organizó un concurso dirigido a sus empleados con el fin de promover el consumo responsable y que el menor número de alimentos acabe en la basura. También se impartieron charlas dirigidas a los clientes y a personas mayores para reducir el desperdicio en el ámbito familiar; y se insertó el logo en las campañas de folletos promocionales.

## Difusión de buenas prácticas

Covirán estuvo presente en el **III Congreso de la Federación Provincial de Empresarios de Industria y Comercio de Alimentación, Droguería, Perfumería y Afines de Sevilla, FEICASE**, centrado en esta ocasión en la economía circular donde hubo oportunidad de destacar el esfuerzo que realiza la Cooperativa y sus Socios para reducir los residuos al mínimo gracias a su modelo de gestión innovador. También participó en la **jornada "RSC en la empresa actual"**, organizada por la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), en colaboración con Caixabank, donde Covirán intervino para dar a conocer las actuaciones que desarrolla en materia de responsabilidad social corporativa. En el capítulo de buenas prácticas, destacar el **reconocimiento que otorgó Cáritas Diocesanas a Covirán** por la colaboración empresarial que mantiene desde hace más de diez años con la organización solidaria de ayuda a los más necesitados. En su estrategia de **intercambio de experiencias**, Covirán acogió en su sede central a la delegación hondureña de la Cooperativa Chorotega, una empresa de ahorro y crédito reconocida por su solidez financiera, con más de 100.000 socios y medio siglo de historia que visitó Granada en el marco de la Ruta de la Economía Social por Andalucía. También estuvo presente un año más en **Juveándalus**, la feria de la Juventud que se celebra de Armilla, a la que asistieron más de 1.700 jóvenes, donde organizó varios talleres de alimentación saludable.

## La gran recogida de alimentos

Covirán contribuyó con 150.000 kilos de alimentos a la iniciativa organizada por la **Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL)**, en la que participaron 170 Socios con la ayuda de nueve plataformas logísticas de la Cooperativa. Los clientes de los supermercados Covirán dieron un año más muestras de generosidad y solidaridad, donando alimentos no perecederos que depositaron en las zonas habilitadas para su recogida y que se repartieron entre familias desfavorecidas. La aportación de Covirán se reconoció con uno de los premios de la 'Espiga de oro' que concede FESBAL.

## Otras acciones saludables

Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los niños diabéticos, Covirán colaboró en la caminata y fiesta que la **Asociación Diabetes CERO** organizó en Padul (Granada), donde se recaudaron casi 10.000 euros destinados a la investigación. En Sevilla, la Fundación Covirán estuvo presente en el **III Torneo de Pádel «Muévete con 5 al Día»**, organizado por la Revista Mercados y la propia Asociación 5 al Día, que surgió como apuesta por el deporte y la vida sana, y que se ha convertido en un magnífico escaparate para difundir y fomentar el consumo de frutas y hortalizas. Como cooperativa implicada en la situación de los barrios, Covirán colaboró en la **II Marcha 'Granada Conectada. Acortando Distancias'** que promovió el Foro Infancia y Juventud Norte. De igual modo se implicó en la celebración de las **II Jornadas de Salud Comunitaria de los barrios granadinos de Almanjáy y Cartuja**, con el objetivo de promocionar hábitos de vida saludables.

## Empresa saludable

Otro proyecto en fase de implantación es el denominado **Empresa Saludable**, que no sólo busca la salud y la buena alimentación sino el bienestar laboral de los trabajadores y del Socio, que por supuesto es, junto al consumidor, el destinatario final y la prioridad máxima de todas las acciones que Covirán lleva a cabo. Se espera que beneficie a 1.200 trabajadores.

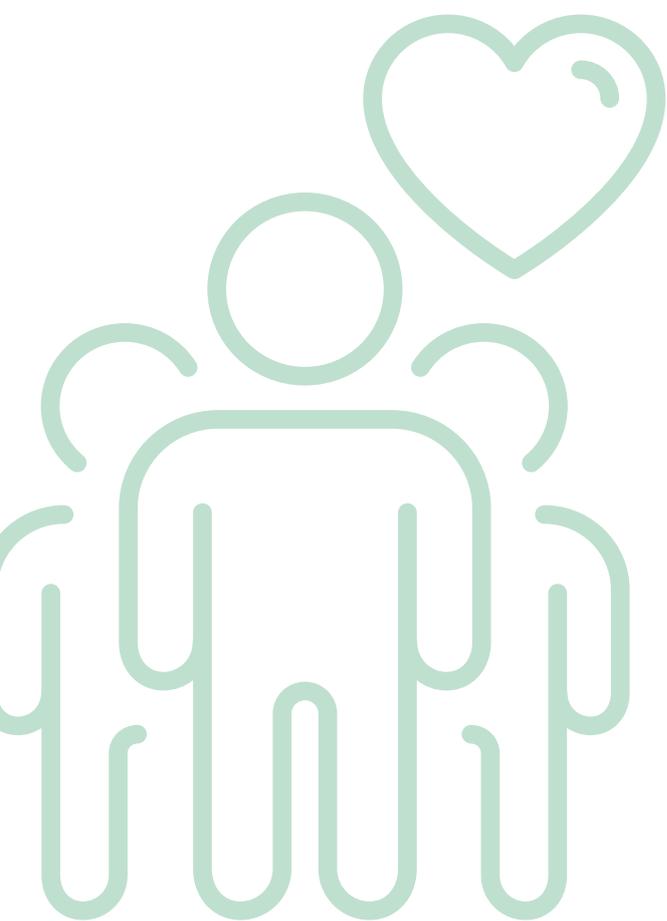
## 2. Entorno social

Asimismo, Covirán lleva a cabo el programa Entorno Social, mediante el que desarrolla las herramientas que hacen posible que el negocio crezca en valor añadido y que sea así más atractivo para el cliente. Incluye acciones de todo tipo, que van desde las charlas que fomentan la responsabilidad social a las tareas académicas destinadas a colegios, grupos de exclusión social u otros colectivos de interés.

La inestimable ayuda de los Socios en eventos solidarios, deportivos y en el fomento de actividades saludables ha resultado clave un año más para reforzar la imagen de marca de Covirán. Los asociados promovieron en 2019 distintas acciones, como sorteos de cestas y otros artículos, con el objetivo de dinamizar sus puntos de ventas y generar un impacto positivo que redunde en su propio beneficio y en el de su entorno.



## 3. Gestión de la diversidad



Covirán se involucra en la gestión de la diversidad y en 2019 ha elaborado por segundo año su **Plan de Igualdad**, un conjunto de 177 medidas en once ejes distintos de desarrollo que no sólo persigue la igualdad entre hombres y mujeres, sino que la igualdad real favorezca, en todos los ámbitos, un compromiso entre quienes la disfrutan.

En el ejercicio de 2019 ha destacado también la apuesta creciente por acciones que impliquen al voluntariado, sin perder de vista su trabajo de interacción con personas que sufren algún tipo de discapacidad. Hay que recordar que la Cooperativa cuenta desde 2014 con el **Certificado de Accesibilidad**.

En esa tarea de derribar barreras y facilitar la movilidad, Covirán ha incluido a los Socios, a los que imparte desde hace años formación específica sobre la materia. En concreto, en 2019 se han beneficiado de los cursos formativos 260 asociados y más de cien personas con necesidades especiales. Dicho servicio ha sido muy bien valorado (un 9 sobre 10) por los Socios.

# Reconocimiento al servicio asiste

En los últimos doce meses se ha mantenido también el servicio Asiste, especializado en asistencia en la compra que se ofrece en los puntos de venta responsables a personas con diferentes capacidades físicas, sensoriales y cognitivas. Este servicio de Covirán fue finalista en los X Premios de la Fundación Corresponsables en la categoría 'Gran Empresa', un reconocimiento a su compromiso con la accesibilidad universal.

El 66% de los clientes habituales conoce el servicio, al que le dan una puntuación de 8.4 puntos sobre 10. Como dato significativo figura el hecho de que el 52% de los clientes con necesidades específicas ha usado en alguna ocasión el servicio, al igual que el 26% de los encuestados.



## FORMACIÓN PARA EL EMPLEO DE COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

Fruto del compromiso con la sociedad civil, la Fundación Covirán impulsa cada año varios programas de colaboración con entidades sociales e instituciones para formar en distintas materias a colectivos en riesgo de exclusión social, con el objetivo de que los alumnos puedan incorporarse lo antes posible al mercado laboral.

En 2019 se realizaron **81 actividades formativas** en las que participaron **169 alumnos**, de los que **31 (18,34) lograron un empleo**, la mayor parte de ellos en las plataformas logísticas de la propia Cooperativa y, en menor medida, en los servicios generales y tiendas de los Socios.

	COLABORACIONES	ALUMNOS	ALUMNOS CONTRATADOS	CONTRATACIONES
<i>Plataformas</i>	55	139	22	15,83%
<i>Tiendas Propias</i>	7	9	2	22,22%
<i>Servicios Centrales</i>	19	21	7	33,33%
<i>Total</i>	81	169	31	18,34%

De la programación formativa se beneficiaron jóvenes en riesgo de exclusión, mujeres en el marco del proyecto de igualdad, mujeres de etnia gitana, menores de 30 años, solicitantes de asilo y protección internacional, inmigrantes y alumnos con discapacidad.



Entre los cursos realizados en 2019 destacan los que se emprendieron en colaboración con Cruz Roja relacionados con trabajos de almacén, actividades de envasado, formación en logística, operaciones de venta; los proyectos de capacitación profesional para personas con discapacidad de la mano de ASPACE; los planes Granada Empleo 3 impulsados junto a la Diputación de Granada; los cursos con la Universidad de Granada sobre Grado en Administración y Dirección de Empresas, Comunicación Audiovisual, Relaciones Laborales y RRHH, Economía y Neuromarketing; ciclos formativos sobre Comercio y Gestión Administrativa en los IES Ganivet y Cartuja; y los cursos de Grado de Finanzas y Contabilidad en colaboración con la Universidad de Sevilla.

Covirán se ha implicado igualmente en programas formativos junto a la Cámara de Comercio, Fundación ONCE, Consorcio Vega-Sierra Elvira, Inserta Andalucía, CES Ramón y Cajal, Educ Janet, Fundación Don Bosco, Ayuntamiento de Motril, Ayuntamiento de Santander, Fundación Laboral de la Construcción, Nexian Soluciones Online S.L., Grupo RUMITSA, Decroly, FOREM, UGT, Barberá Promoció Fundació, G12 Grupo Empresarial de Servicios, Quelqum, Ayuntamiento de Estrada, Ayuntamiento de Santiago de Compostela, Fundación Adecco, Fundación ADSIS, Ayto. de Molina de Segura, ASTRADE, Egibide Molino Nuevo, Sartu, Instituto DESLAN, Fundación Diagrama, IMF, Mainfor e ICEX.

## COMPROMISO 2020: RELEVO GENERACIONAL EN EL ENTORNO SOCIAL

La responsabilidad social es parte de la esencia de Covirán y está siendo premiada por desarrollarla de manera adecuada, y esa estrategia de la Cooperativa no sólo tiene vocación de continuidad, sino ánimo de mejorar.

En 2020 Covirán tiene previsto poner en marcha un proyecto de emprendimiento social que al mismo tiempo revertirá en dar solución a una de las dificultades que encuentran los Socios, cuando no pueden garantizar el **relevo generacional**. En estos casos, la Cooperativa se compromete a buscar, en el entorno de ese punto de venta, a colectivos o personas que quieran hacerse cargo de esa tienda, y además de procurarles formación, les dotará de recursos para sacarlas adelante.

De esta forma, además de asegurar la continuidad del punto de venta, se ayudará a personas que, por falta de posibilidades económicas, lo habrían tenido muy difícil para hacerse cargo del negocio.

Junto a ese ambicioso programa, Covirán tiene como prioridades para 2020 seguir potenciando sus puntos de venta responsables, mantener su compromiso con la accesibilidad y con la normalización e inclusión de personas con diferentes capacidades, así como trabajar con los Socios en el desarrollo de la tercera edición de su Plan de Igualdad.





# Medioambiente

## COVIRAN, MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE

Covirán ha adaptado su modelo de negocio para hacerlo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente. La Cooperativa mantiene su compromiso con la economía circular y trabaja a diario por la reducción de emisiones, la mejora de la eficiencia, la optimización de recursos y el aprovechamiento de sus residuos.

El balance de la actividad en 2019 confirma su progresión en el capítulo medioambiental, sustentado en los avances realizados en los últimos años para reducir la huella ambiental que genera una empresa de las dimensiones de Covirán, líder en la distribución de alimentos a detallistas independientes de la península ibérica.

Destaca un año más el esfuerzo inversor dirigido a modernizar sus instalaciones y abaratar el coste energético, el aumento de la recogida selectiva de residuos, la disminución en el consumo del agua y del uso del plástico y del papel, además de otras muchas actuaciones para reducir el impacto ambiental que ocasiona el transporte de la red logística.



## EFICIENCIA ENERGÉTICA LIGADA A LA MODERNIZACIÓN

En su afán por contribuir a la máxima eficiencia energética, Covirán ha emprendido varias actuaciones para optimizar los centros de trabajo e implantar un modelo de gestión sostenible.

Las medidas que se han implantado en los últimos años en las plataformas logísticas de la Cooperativa han logrado minimizar el impacto ambiental que ocasiona su actividad comercial.

En 2019 se ha conseguido ahorrar en transporte, gas natural, gasoil y electricidad en su conjunto.

### CONSUMO ENERGÉTICO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN (GJ)

	2018	2019
<i>Combustible no renovables en (Gj)</i>	7.678	6.200
<i>Gasoil vehículos renting</i>	6.248	5.014
<i>Gas Natural (Propano)</i>	1.383	1.162
<i>Gasoil grupos electrógenos</i>	47	22
<i>Combustible renovables</i>	0	0
<i>Electricidad comprada para consumo</i>	49.152	48.948
<i>Consumo de refrigeración</i>	34.406	34.263
<i>Consumo de Electricidad</i>	14.746	14.685
<b>Consumo Energético Total</b>	<b>56.830</b>	<b>55.148</b>
<i>Electricidad vendida (Gj)</i>	544	578
<i>Electricidad No Renovable</i>	544	578
<i>Electricidad Renovable</i>	0	0
<b>Consumo Energético Vendido</b>	<b>544</b>	<b>578</b>

Gracias a la inversión destinada a equipos de climatización se ha reducido un 10% el consumo eléctrico de las instalaciones de Covirán. La Cooperativa ha optado por equipos de climatización y de renovación eficientes, los llamados sistemas VRV (Volumen de Refrigerante Variable), además de otros sistemas de enfriamiento por agua y máquinas con clasificaciones energéticas de primer nivel (A+++). También se ha empezado a utilizar en nuevas instalaciones el refrigerante R-32 frente al R-410, lo que supone una disminución de 68% del PCA (Potencial Calentamiento Atmosférico).

De igual modo, se ha logrado bajar un 4% el consumo energético de las Instalaciones frigoríficas tras la decisión de utilizar refrigerantes con bajo PCA (Potencial Calentamiento Atmosférico) y refrigerantes naturales, que

reducen los gases de efecto invernadero en una proporción que oscila entre el 60% y el 85%.

El uso de gases refrigerantes naturales en instalaciones nuevas está condicionado a un estudio de viabilidad que lo permita.

Entre las actuaciones más importantes realizadas en instalaciones frigoríficas destaca la reforma del recinto refrigerado en la plataforma de Santander, la ampliación de la cámara frigorífica para la preparación de carnes y cámara de yogures en Coslada, la mejora de la ubicación de pedidos a Socios en Sevilla, la creación de una antesala de congelados en Sintra (Portugal), y la sustitución de islas de congelados por arcones autónomos en el supermercado Chana (Granada).

### EMISIONES DE GASES

Covirán ha reducido las emisiones de gases contaminantes, necesarios para la refrigeración de los productos. La emisión de CO<sub>2</sub> en T. eqv. con respecto al gas que se ha metido en las instalaciones frigoríficas:

2017	2018	2019
2.306,05	1.425,78	1.638,03

Emisiones T. CO<sub>2</sub> eqv.

## SOLUCIÓN A LA GESTIÓN DE RESIDUOS

Covirán intenta paliar con numerosas actuaciones el impacto ambiental que su actividad genera sobre el entorno. En este sentido, mantiene su apuesta por el tratamiento de los residuos y por las campañas de buenas prácticas dirigidas a trabajadores y Socios para que se sumen a la recogida selectiva de residuos.

En 2019 se reciclaron un total de 1.006 toneladas de residuos no peligrosos (cartón, plástico y palets), 67,7 toneladas más que el año anterior, y se reutilizaron 600 kilos de peligrosos (baterías y aceite). Los datos confirman el compromiso creciente de Covirán por la adecuada gestión de los residuos, siguiendo el modelo de economía circular que busca la eficiencia del uso de los recursos y el ahorro de costes.

	2019	2018	2017	2016	2015	
<b>Cartón</b>	781.446	727.859	779.495	688.806	620.418	
<b>Plástico</b>	190.745	180.568	197.124	170.681	164.432	
<b>Palets</b>	34.245	30.309	30.908	29.782	29.107	
<b>M² Plataformas</b>	176.255	176.255	176.255	165.611	165.611	
<b>Cartón</b>	4,43	4,13	4,42	4,16	3,75	IRNPRR
<b>Plástico</b>	1,08	1,02	1,12	1,03	0,99	
<b>Palets</b>	0,19	0,17	0,18	0,18	0,18	
<b>Baterías</b>	400	1.000	1.000	0	5050	
<b>Aceites</b>	200	30	200	520	350	
<b>Total máquinas</b>	456	456	452	437	386	
<b>Baterías</b>	0,88	2,19	2,21	0	13,08	IRPR
<b>Aceites</b>	0,44	0,07	0,44	1,19	0,91	

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	2019	2018	2017	2016	2015	MÉTODO ELIMINACIÓN
Atarfe · Dos Hermanas	Geshidro	Baterías	400	1.000	1.000	0	5.050	Recuperación
Atarfe · Dos Hermanas	Geshidro	Aceites	200	30	200	520	5.050	Recuperación
		<b>TOTAL</b>	<b>600</b>	<b>1.030</b>	<b>1.200</b>	<b>520</b>	<b>5.400</b>	Reutilización
CoviOil	Geshidro	Lodos	1.000	1.000	1.000	750	1.000	Vertedero
CoviOil	Geshidro	Absorventes	38	12	0	0	20	Vertedero
CoviOil	Geshidro	Envases	15	10	10	0	5	Reutilización

PLATAFORMA	EMPRESA	RESIDUO	2019		2018	
			CANTIDAD (KG)	PRECIO (€)	CANTIDAD (KG)	PRECIO (€)
Todas	Saica	Cartón	781.446	23.848,50	727.859	37.741,76
Todas	Saica	Plástico	190.745	18.378,91	180.568	28.589,56
Todas	Varias	Palets	34.245	15.806,68	30.309	15.742,85

Índice residuo no peligroso recuperado (IRR) = cantidad total residuo (Tm) / M² plataformas  
 Índice residuo peligroso recuperado (IRR) = cantidad total residuo (kg) / n° máquinas

Los supermercados de los Socios de Covirán también se benefician directamente del servicio de residuos peligrosos y de la recuperación y reciclaje de envases (cartón y plástico) a través del sistema de reparto y el modelo de logística inversa.

## REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA

Covirán ha asumido la responsabilidad de ahorrar agua acometiendo importantes inversiones en la mejora de las instalaciones, sin olvidar la formación a sus trabajadores sobre el correcto uso de este bien escaso.

Desde 2016 se ha acentuado la política de ahorro del consumo de agua en la red de plataformas logísticas, logrando en cuatro años un descenso acumulado del 25,10%, un ahorro que se sitúa en el 33% si se incluyen las mejoras en economizadores de agua, instalación de cisternas de descarga reducida y formación sobre uso y consumo responsable del agua.

El plan tuvo especial incidencia en 2016 cuando se adoptaron importantes medidas que permitieron reducir el consumo un 17%, tendencia que se ha mantenido de forma gradual en los siguientes años: un 4% en 2017, 2,5% en 2018 y un 1,6% en 2019 .

### REDUCCIÓN CONSUMO DE AGUA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN



En la actualidad, Covirán se encuentra en proceso de renovación de la certificación Q Sostenible, un sello que acredita su compromiso con el medio ambiente, minimizando los impactos y favoreciendo la mejor gestión de los recursos.



## COMPROMISO EN LA LUCHA CON LA REDUCCIÓN DE PLÁSTICO

El plástico se ha convertido en uno de los grandes problemas para la sostenibilidad medioambiental del planeta. Covirán trabaja desde hace años en distintas iniciativas para reducir al máximo el consumo de este material, tanto en tiendas como en la red de plataformas logísticas.

Solo en **film plástico**, imprescindible para sellar los alimentos que se transportan en palets, **se utilizaron en 2019 en torno a 5 toneladas menos que en el año anterior (-4,34%)**, un dato que se traduce de igual modo en ahorro económico para los centros de trabajo de Covirán.

En el proceso de embalaje, la Cooperativa ha optado por un film resistente y estirable, con una calidad óptima, que protege mejor la mercancía y genera menos residuos al emplear solo los metros necesarios para el empaquetado. Los empleados de la red logística también reciben cursos de formación para el manejo correcto de las mercancías.

**Bolsas reutilizables.** En su estrategia de reducción del plástico, Covirán incorporó en 2019 distintas novedades de bolsas reutilizables con el objetivo de sensibilizar a los clientes sobre la necesidad de cuidar el medio ambiente. Entre las principales novedades **figura el lanzamiento de bolsas de malla reutilizables para frutas y verduras, y la incorporación de bolsas de rafia en los supermercados de Barcelona** que forman parte de la novedosa y exclusiva colección 'El arte de comprar', con estampación representativa de la ciudad en la envoltura.

También se puso en marcha la campaña 'Tráete tus bolsas de casa y dales una nueva vida', un proyecto colaborativo con los clientes que se inició en el supermercado La Ilusión de Granada para alargar el uso de las bolsas de plástico (hasta en 15 ocasiones). Los clientes pueden depositar sus bolsas usadas en un contenedor situado a la entrada del supermercado para que otras personas puedan disponer de ellas cuando acuden a realizar la compra.



Otra de las opciones que se ofrece a los clientes en un número cada vez mayor de supermercados es el uso de bolsas de papel en dispensadores de venta a granel, una propuesta más sostenible que prescinde del envoltorio de plástico.

Para aumentar la visibilidad de los portfolios de bolsas reutilizables, Covirán ha diseñado un soporte imantado en las salidas de caja. De esta forma, el cliente puede autoabastecerse y liberar al cajero de la tarea de ofrecer las bolsas.

Otro formato es el de las bolsas de material bio-compostable, fabricadas a partir de materiales vegetales renovables, para hacer más sostenible la compra.



## OTRAS ACCIONES DE COVIRAN PARA REDUCIR LAS HUELLAS DEL CO<sub>2</sub>

**Gestión de flotas.** La posibilidad de realizar un seguimiento y control del proceso de reparto y entrega de pedidos que realiza la flota de vehículos de Covirán ha contribuido a reducir de forma importante las emisiones de CO<sub>2</sub> y los costes de combustible. Los avances tecnológicos han revolucionado la red logística de Covirán, que ha incorporado en todo el transporte un programa telemático de Webfleet Solutions para aumentar la eficiencia, ganar en productividad, mejorar la seguridad y ahorrar costes.

**Optimización de la carga en los vehículos.** Las plataformas logísticas de Covirán han buscado la manera de optimizar mejor la carga en los palets y vehículos para aprovechar al máximo el espacio y realizar menos viajes. **Se ha conseguido que cada palet tenga un 16% más de carga**, garantizando la estabilidad del material transportado. Esta medida repercute positivamente en la eficiencia energética y en el cuidado de medio ambiente.

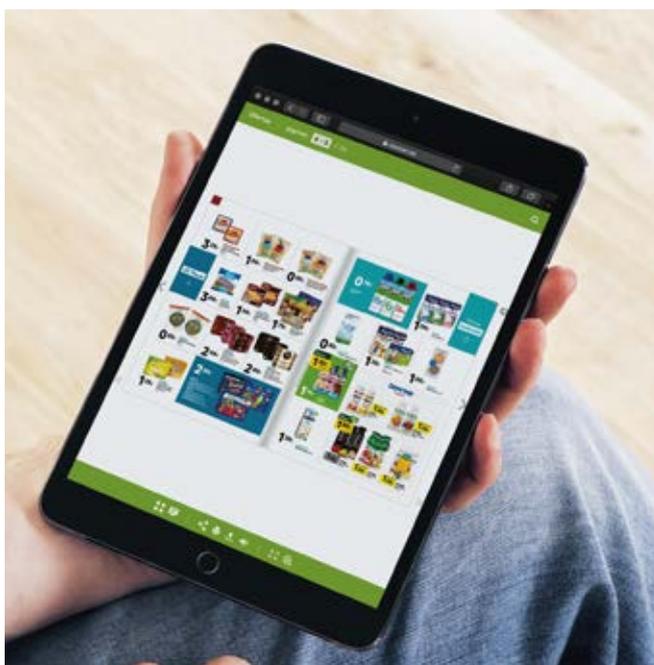


**Proyecto colaborativo de 'Cross docking'.** Covirán inició en 2019 una experiencia piloto en Bilbao, en colaboración de un operador logístico, para compartir la carga en vehículos de reparto y anticipar la entrega de mercancías. Este modelo de cooperación reduce el número de vehículos en la carretera y, por tanto, disminuye el impacto medioambiental.

**‘De nuestra tierra’.** A través de campañas específicas como la denominada ‘De nuestra tierra’, la Cooperativa invita a los clientes a consumir productos del lugar, una forma de apoyar al proveedor local y de acortar la distancia en el envío de la mercancía, lo que implica un menor impacto medioambiental.



**Reducción del papel.** En 2019 se intensificaron los trabajos de digitalización en todas las oficinas para reducir el consumo de papel, con la consiguiente mejora en la eficiencia de la gestión y el ahorro en folios e impresoras. Esta medida se ha complementado con campañas de sensibilización dirigidas a los empleados y Socios para evitar, en la medida de lo posible, el uso de papel. En dicho proceso cobra especialmente importancia la labor de formación en programas y aplicaciones informáticas que facilitan la gestión sin necesidad de emplear material impreso.



**Menos folletos, más formato digital.** Covirán redujo en el último año el número de impresiones de los folletos promocionales: de 1,35 millones de ejemplares se ha pasado a 980.000, más del 30% por cada tirada. Para compensar la disminución de folletos y evitar que acaben de inmediato en la papelera, se han habilitado más pantallas digitales y se ha potenciado el servicio a través del móvil y la página web.

**Menos buzoneo.** Gran parte del ahorro en papel tiene su origen en la eliminación del buzoneo en los municipios donde opera Covirán. El Socio tiene aún opción de utilizar esta estrategia publicitaria, pero es cada vez mayor el número de asociados que reclaman su sustitución por herramientas digitales y paneles informativos en tiendas. El buzoneo ha perdido relevancia con la entrada de soportes tecnológicos con más aceptación por parte de consumidores y Socios. A ello se suma la urgente necesidad de reducir la huella ambiental y evitar prácticas que hoy son impopulares e insostenibles por el elevado consumo de recursos naturales.





## **CAPÍTULO 6**

# *PREMIOS Y DISTINCIONES 2019*

---



25.10.2019

## PREMIO AL APOYO LOGÍSTICO' EN LOS ESPIGA DE ORO'19 DE FESBAL

Reconoce a Covirán por su colaboración con los Bancos de Alimentos gracias a la capilaridad de su modelo cooperativo

La XVI edición de los premios "Espiga de Oro" de FESBAL, la Federación Española de Bancos de Alimentos, otorgaba el galardón al 'Apoyo Logístico' a nuestra cooperativa, por la sólida colaboración de sus supermercados y por la efectividad de la distribución capilar que tiene el comercio detallista de su modelo cooperativo.

Desde 2009, la cooperativa mantiene un acuerdo con FESBAL a nivel nacional a través de sus 27 plataformas de distribución, desde donde dona alimentos perfectamente aptos para el consumo. Además, los socios de Covirán participan cada año en 'La Gran Recogida de Alimentos' organizada por FESBAL. En 2018, por ejemplo, se consiguieron recaudar un total de 144.648 kilos de alimentos.

05.11.2019

## FINALISTAS DE LOS X PREMIOS DE LA FUNDACIÓN CORRESPONSABLES

Reconocimiento en la categoría 'Gran Empresa' al servicio ASISTE para personas con diferentes capacidades

Covirán quedaba finalista de los X Premios de la Fundación Corresponsables gracias al servicio de atención especializada ASISTE, que se ofrece en los Puntos de Venta Responsables a personas con diferentes capacidades físicas, sensoriales y cognitivas.

El compromiso de Covirán con la accesibilidad -finalista entre más de 3.300 candidaturas de 14 países- la ha convertido en la primera y única enseña de distribución en España con dos supermercados certificados por AENOR en Accesibilidad Universal. Gracias también al servicio ASISTE se reforzó la atención del punto de venta y se incorporó la posibilidad del envío a domicilio.



03.12.2019

## RECONOCIMIENTO DE CÁRITAS

La oenegé distingue a Covirán por una década de colaboración solidaria

En su I Encuentro de Responsabilidad Social Corporativa, Cáritas Diocesana de Granada entregó un reconocimiento a Covirán por la colaboración empresarial que mantiene desde hace más de diez años con esta oenegé, centrada en la atención a personas en riesgo de exclusión social.

En estos diez años de colaboración se han abierto tres economatos solidarios en Granada, Toledo y Ávila; se han entregado toneladas de alimentos a través de campañas de Cáritas; y se han realizado trece acciones formativas que han dado empleo a 80 personas de colectivos vulnerables.



16.12.2019

## PREMIO “SMART SUPPLY CHAIN MANAGEMENT” DE ENERTIC

Distingue su proyecto de aplicación de 'Webfleet Solutions' en sus vehículos de reparto

Otro de los premios logrados por Covirán en 2019 fue el 'Smart Supply Chain Management' de EneTIC. Con él se ha distinguido nuestro proyecto de 'Gestión de la trazabilidad en la entrega de pedidos', para aplicar la solución telemática de Webfleet Solutions en los vehículos de reparto de la cooperativa.

El premio ha valorado especialmente el grado de innovación de nuestra iniciativa, así como su impacto en la reducción de consumo energético y de emisiones de CO<sub>2</sub>. Covirán ha conseguido reducir más de 159.000 litros de gasoil y más de 443.000 toneladas de CO<sub>2</sub> al año, además de conocer y mejorar el servicio en el último eslabón de la cadena de suministro, como es el reparto a nuestros socios.

31.12.2019

## ‘CONTINUAR ES POSIBLE’, DESTACADO POR EL OBSERVATORIO DE INNOVACIÓN EN GRAN CONSUMO

Con su proyecto para facilitar el autoempleo a personas en riesgo de exclusión, Covirán está entre los 20 empresas más innovadoras de 2019

El Instituto Cerdá ha presentado en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación el 'Observatorio de Innovación en Gran Consumo', donde destaca los 20 proyectos más innovadores de 2019 por ofrecer soluciones a los nuevos desafíos que tiene el sector en España.

Entre esas 20 iniciativas, está la Fundación Covirán con su proyecto 'Continuar es posible', para que las personas en riesgo de exclusión social regenten los supermercados de la cadena localizados en el entorno rural. El Observatorio destaca especialmente los retos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, como el compromiso social, el desarrollo sostenible, la lucha contra el cambio climático, la salud, la conservación del entorno y la transparencia.





**CAPÍTULO 7**

*INFORME  
ECONÓMICO  
/FINANCIERO*

---

# Datos económicos

## EVOLUCIÓN DE NEGOCIO

Covirán cierra 2019 con una excelente evolución en sus principales magnitudes del negocio. A ello se suma un ejercicio complejo en el que la Cooperativa ha afrontado gastos extraordinarios con motivo de los cambios en su estructura organizativa y que afectan directamente en la cuenta de resultados. Este ajuste en la dimensión de la Cooperativa está destinado fundamentalmente a incrementar la competitividad de los Socios y la rentabilidad de sus supermercados. Los frutos de la implantación del nuevo plan estratégico enfocado al Socio se han empezado a reflejar en el último tramo del año.

Las ventas brutas bajo enseña del Grupo Covirán, en el mercado Ibérico, ascienden en 2019 a 1.463 millones de euros, un 6,7% más que en 2018. Atendiendo a la segmentación por países, 160 millones pertenecen a Portugal, y 1.303 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.

El Activo se mantiene en los 217,90 millones, lo que supone un decrecimiento del 1,51% motivado por las mejoras de eficiencia en la gestión de la cadena de suministro implementadas para reducir las necesidades operativas de financiación.

El EBITDA de Covirán creció un 1,74% con respecto al ejercicio anterior, excluyendo los gastos extraordinarios ocasionados por los ajustes de la estructura organizacional.

La Cooperativa registró en 2019 pérdidas netas por valor de 2 millones de euros, motivadas por los gastos extraordinarios asumidos por el cambio organizativo que se amortizarán en dos años, haciendo más eficientes los procesos.

El segundo semestre de 2019 ha sido un periodo destinado a obtener márgenes de maniobra para mejorar la eficacia y competitividad del servicio a los Socios y, a través de ellos, a sus clientes. Esto supone una reducción significativa de la base de costos y una política de inversiones más eficaz y enfocada en las palancas de crecimiento.

El Cash Flow Social, a cierre de 2019, fue de 707 millones de euros, un 1,11%, cifra que refleja la contribución de la cooperativa a mejorar la economía local con su actividad. Empresas de economía social como Covirán, marcan un comportamiento diferencial que se plasma de manera evidente en la cohesión social y territorial, poniendo a las personas en el centro de su actividad, logrando una mayor redistribución de la riqueza, sin que esto esté reñido con el beneficio y la rentabilidad económica, como muestran los resultados alcanzados.

En el plano inversor, durante 2019, la cooperativa y sus socios han destinado a este capítulo 19,7 millones de euros. De esa cantidad, la contribución de la Cooperativa es de 4,91 millones, una cifra aplicada a la modernización del punto de venta, homogeneización de la imagen de marca, la transformación digital, la rentabilidad y competitividad del modelo de negocio.

El modelo cooperativo es una respuesta a los desafíos de la economía, del trabajo y del consumo actual, dando respuesta a los detallistas independientes en los diferentes espacios donde están ubicados con una propuesta exitosa de futuro. Los supermercados Covirán, como modelo de emprendimiento y atención al cliente, generan empleo de calidad en su entorno.

Los supermercados Covirán generan empleo de calidad en su entorno. De hecho la ratio de empleo generado está por encima de la media de su sector (3,44 contratados por cada 100 metros), dato que supone un incremento del 29,9% respecto al año anterior. Es reseñable que, respecto a los principales operadores de la competencia, Covirán genera más del doble de empleo por cada millón de euros vendidos, manteniendo la eficiencia y la rentabilidad de su modelo.

A nivel de grupo, Covirán genera 15.746 empleos, de los que 13.555 están en España y 2.191 en Portugal, un 0,6% superior a 2018. La tasa de empleados indefinidos de la Cooperativa es del 87,52%.

En este último ejercicio se ha producido un importante cambio cultural corporativo que ha requerido de nuevos comportamientos, competencias y habilidades para dar respuesta a los Socios y sus clientes, que demandan organizaciones más dinámicas y flexibles, favoreciendo siempre la promoción interna.

Un año más, la Escuela de Comercio es una palanca para el desarrollo estratégico de Socios y empleados, un espacio de formación para mejorar la competitividad y rentabilidad de los supermercados. Durante 2019, el 51% de los empleados directos han realizado alguna formación, con un total de 1.439 horas impartidas. El colectivo de Socios, empleados de estos y otros grupos de interés, suma 1.801 alumnos y 18.115 horas de formación a través de los 195 programas del Plan de Formación 2019 y de programas ad-hoc para el colectivo.

Covirán ha finalizado 2019 con un total de 2.427 socios en la península, Ceuta e islas y 2.855 puntos de venta (2.563 en España y 292 en Portugal). Estos datos, permiten a Covirán mantener su 2º lugar en el ranking nacional del sector por número de establecimientos, el tercero en Portugal, posicionamiento que se ha consolidado en ambos países.



## EVOLUCIÓN MASA SOCIAL

El valor cooperativo consiste en dar valor al socio, puesto que es la masa crítica de la que depende la cooperativa para crecer. Covirán es líder en la mejor solución al detallista independiente en los territorios donde están ubicados sus socios.

### Supermercados



**TOTAL 2.855**

es **2.563**

pt **292**

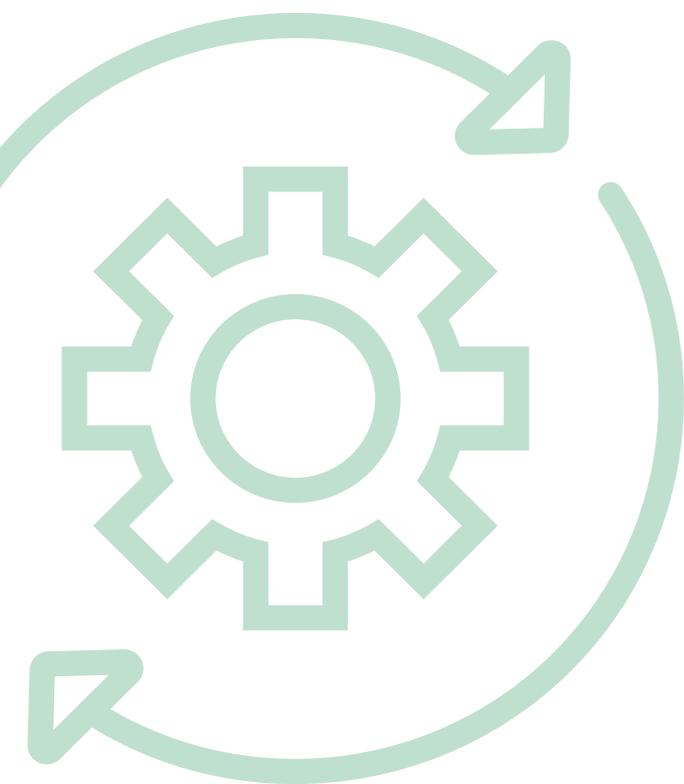
### Socios



**TOTAL 2.427**

es **2.197**

pt **230**



## PERSPECTIVAS DE FUTURO

En 2019 Covirán comenzó a elaborar su nuevo plan estratégico para los próximos cinco años destinado a optimizar y potenciar el rendimiento de los supermercados Covirán. Una Cooperativa enfocada en sus socios y en un modelo de negocio más competitivo, sostenible y en su proceso de transformación cultural, digital y estrategia omnicanal. Covirán mantiene un reto constante trabajando la expansión nacional e internacional en aquellos territorios donde haya detallistas independientes interesados en una solución integral como es el proyecto Covirán.

Un futuro a corto plazo enfocados en la modernización de la empresa y de los puntos de venta con objeto de favorecer la mejor experiencia de compra, para ello cuentan con una plataforma tecnológica orientada al socio. Con este objetivo en el 2020 los puntos de venta van a disponer de un nuevo software de gestión y un ecommerce adaptado a la singularidad de los supermercados Covirán y su surtido.

Los proyectos tecnológicos son soluciones innovadoras para que los modelos de tienda sean sostenibles y rentables, una palanca para lograr una mejora en la gestión del punto de venta. Es un cambio profundo pero gradual y en el que se tiene en cuenta no solo la tecnología sino también la propia cultura de la organización y el abanico de opciones de negocio que se abren poniendo al cliente en el centro de las decisiones para ofrecer la mejor experiencia de compra.

## COVID-19

Hablar de futuro incierto se ha hecho más realidad que nunca en este año 2020. La crisis del coronavirus ya ha cambiado el mundo y lo seguirá haciendo durante los próximos meses, probablemente años.

Covirán ha mostrado su apoyo solidario y afecto a todas las personas que han sufrido las consecuencias del virus, a los diferentes colectivos, de forma especial al sanitario y al de seguridad ciudadana, que nos están protegiendo y que, con su esfuerzo inmenso, luchan a diario para superar esta situación.

Esta pandemia afectará a todos los rincones del planeta y por tanto a todos los agentes, entre ellos el sector empresarial. Las empresas están jugando un rol de liderazgo para ayudar en la lucha contra la COVID-19 en dos sentidos, preservando el derecho a la salud de las personas e intentando amortiguar los daños económicos.

En los días críticos del Estado de Alarma, los supermercados Covirán, las plataformas logísticas, los proveedores y empleados de la enseña han aportado su esfuerzo para mantener el abastecimiento de productos y bienes de primera necesidad a la población. Una decisión que refuerza el compromiso de la Cooperativa con la sociedad y sus clientes.



# Balance de situación

## BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2019 (EUROS)

ACTIVO	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>88.707.538</b>	<b>90.133.457</b>
Inmovilizado intangible	5	7.321.261	8.099.334
Concesiones		1.493.966	1.516.543
Patentes		58.417	10.417
Aplicaciones informáticas		5.748.423	6.544.919
Otro inmovilizado intangible		20.455	27.455
Inmovilizado material	6	64.600.609	65.059.551
Terrenos y construcciones		50.232.410	51.367.435
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		13.460.233	12.909.557
Inmovilizado en curso y anticipos		907.966	782.559
Inversiones inmobiliarias	7	11.446.364	11.709.775
Terrenos		1.592.968	1.592.968
Construcciones		9.853.396	10.116.807
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	8	3.550.000	3.550.000
Instrumentos de patrimonio		3.550.000	3.550.000
Inversiones financieras a largo plazo	9	1.138.563	1.381.569
Instrumentos de patrimonio		463.621	462.621
Créditos a terceros		281.960	516.277
Otros activos financieros		392.982	402.671
Activos por impuesto diferido	16	650.741	333.228
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>117.030.823</b>	<b>119.781.840</b>
Existencias	10	43.553.507	48.493.730
Comerciales		43.553.507	48.493.730
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		68.305.973	66.818.017
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	9	1.202.678	1.190.058
Clientes, empresas del grupo y asociadas			
Empresas del Grupo	9	1.448.330	1.771.641
Socios deudores	9	43.787.899	41.396.238
Deudores varios	9	21.263.506	22.186.202
Personal	9	21.465	6.708
Activos por impuesto corriente	16	369.342	1.802
Otros créditos con las Administraciones Públicas	16	212.753	265.368
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	9	2.724.042	1.653.834
Otros activos financieros		2.724.042	1.653.834
Inversiones financieras a corto plazo	9	274.697	374.979
Créditos a terceros		113.519	164.937
Valores representativos de deuda		51.000	51.000
Otros activos financieros		110.178	159.042
Periodificaciones a corto plazo		388.605	304.420
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	11	1.783.999	2.136.860
Tesorería		1.783.999	2.136.860
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>205.738.361</b>	<b>209.915.297</b>

## PATRIMONIO NETO Y PASIVO

	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>34.851.144</b>	<b>37.882.836</b>
<b>FONDOS PROPIOS-</b>		<b>34.772.485</b>	<b>37.805.349</b>
Capital	12.1	18.676.000	19.635.000
Capital suscrito cooperativo		18.676.000	19.635.000
Reservas	12.2	17.703.372	17.221.297
Fondo de reserva obligatorio		14.946.303	14.931.205
Reservas estatutarias		1.745.538	1.278.561
Reservas voluntarias		1.011.531	1.011.531
Resultado del ejercicio	3	(1.606.887)	949.052
<b>SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS-</b>		<b>78.659</b>	<b>77.487</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos		78.659	77.487
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>37.703.998</b>	<b>35.322.968</b>
Provisiones a largo plazo	13	-	400.000
Otras provisiones		-	400.000
Deudas a largo plazo	15	21.122.832	17.900.721
Deudas con entidades de crédito		20.916.950	17.655.494
Otros pasivos financieros		205.882	245.227
Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	15	16.131.781	16.513.292
Deudas con socios		16.131.781	16.513.292
Pasivos por impuesto diferido	16	449.385	508.955
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>133.183.219</b>	<b>136.709.493</b>
Fondo de formación y sostenibilidad	14	26.788	83.070
Provisiones a corto plazo	13	1.003.259	-
Deudas a corto plazo	15	29.574.437	31.045.983
Deudas con entidades de crédito		29.025.846	30.401.190
Acreedores por arrendamiento financiero		-	40.881
Otros pasivos financieros		548.591	603.912
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	15	8.251.665	8.169.047
Deudas con socios		8.251.665	8.169.047
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		94.327.070	97.411.393
Proveedores	15	81.539.326	83.286.964
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	15	1.803.768	2.561.431
Acreedores varios	15	7.695.032	9.108.594
Personal	15	322.505	268.326
Pasivos por impuesto corriente	16	29.489	129.960
Otras deudas con las Administraciones Públicas	16	2.936.950	2.056.118
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>205.738.361</b>	<b>209.915.297</b>

Las notas 1 a 21 descritas en la memoria adjunta forman parte integrante del balance de situación al 31 de diciembre de 2019.

# CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2019 (EUROS)

OPERACIONES CONTINUADAS	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
Importe neto de la cifra de negocios	17.1	492.254.241	490.033.430
Ventas		469.854.569	467.715.485
Prestación de servicios		22.399.672	22.317.945
Aprovisionamientos		(425.342.040)	(424.648.114)
Consumo de mercaderías		(476.748.179)	(476.584.254)
Ingresos por descuentos de proveedores	17.2	51.816.641	52.350.874
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	17.3	(410.502)	(414.734)
Otros ingresos de explotación		4.020.406	3.925.497
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		4.020.406	3.925.497
Gastos de personal		(31.328.024)	(28.359.735)
Sueldos, salarios y asimilados		(24.758.944)	(21.892.658)
Cargas sociales	17.4	(6.569.080)	(6.467.077)
Otros gastos de explotación		(36.940.197)	(36.508.444)
Servicios exteriores	17.5	(36.251.698)	(35.912.114)
Tributos		(441.129)	(459.330)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(247.370)	(137.000)
Amortización del inmovilizado	5, 6 Y 7	(5.462.655)	(4.977.832)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras		38.461	16.126
Excesos de provisiones		400.000	-
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	6.1	(22.461)	1.993.676
Resultados por enajenaciones y otros		(22.461)	1.993.676
Fondo de formación y sostenibilidad		(26.788)	(83.070)
Dotación		(26.788)	(83.070)
Otros resultados	17.7	(290.669)	(369.263)
Gastos e Ingresos excepcionales		(290.669)	(369.263)
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>		<b>(2.699.726)</b>	<b>1.022.271</b>
Ingresos financieros	17.8	1.519.569	1.668.990
De participaciones en instrumentos de patrimonio		2.284	2.761
En terceros		2.284	2.761
De valores negociables y otros instrumentos financieros		1.517.285	1.666.229
En empresas del grupo y asociadas		27.494	33.932
En socios		85.318	113.109
En terceros		1.404.473	1.519.188
Gastos financieros	17.9	(722.735)	(739.305)
Por deudas con empresas del grupo y asociadas		(41.254)	(91.365)
Por deudas con terceros		(681.481)	(647.940)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		-	(532.122)
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>		<b>796.834</b>	<b>397.563</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(1.902.892)</b>	<b>1.419.834</b>
Impuestos sobre beneficios	16	296.005	(470.782)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS</b>		<b>(1.606.887)</b>	<b>949.052</b>
<b>OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>			
Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos		-	-
<b>EXCEDENTE DE LA COOPERATIVA</b>		<b>(1.606.887)</b>	<b>949.052</b>

Las notas 1 a 21 descritas en la memoria adjunta forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio 2019.

## 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 2019, 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 2019, 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.

### Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre estas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

# Balance de situación

## BALANCE A 31 DE DICIEMBRE DE 2019 (EUROS)

ACTIVO	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>91.662.107</b>	<b>93.219.245</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	4	10.624.497	11.867.547
Fondo de Comercio de Consolidación		3.086.861	3.480.853
Concesiones		1.493.966	1.516.543
Patentes		58.417	10.417
Fondo de comercio		125.968	145.484
Aplicaciones informáticas		5.838.830	6.686.795
Otro inmovilizado intangible		20.455	27.455
<b>Inmovilizado material</b>	5	70.371.095	70.815.929
Terrenos y construcciones		54.263.095	55.282.324
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		15.200.034	14.751.046
Inmovilizado en curso y anticipos		907.966	782.559
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	6	8.031.609	8.238.945
Terrenos		252.791	252.791
Construcciones		7.778.818	7.986.154
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>		98.195	98.195
Participaciones puestas en equivalencia		98.195	98.195
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	7	1.523.133	1.514.957
Instrumentos de patrimonio		474.331	473.331
Créditos a terceros		537.774	594.166
Otros activos financieros		511.028	447.460
<b>Activos por impuesto diferido</b>	14	1.013.578	683.672
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>126.242.242</b>	<b>127.983.809</b>
<b>Existencias</b>	8	48.373.440	53.132.407
Comerciales		48.363.569	53.127.657
Anticipos a Proveedores		9.871	4.750
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	7	74.664.773	71.603.320
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		49.770.355	47.189.440
Deudores varios		24.217.617	23.858.167
Personal		25.470	15.721
Activos por impuesto corriente	14	-	28.736
Otros créditos con las Administraciones Públicas		651.331	511.256
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>		1.175	1.176
Créditos a sociedades puestas en equivalencia		1.175	1.176
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	7	473.783	482.151
Créditos a terceros		274.332	230.675
Valores representativos de deuda		51.000	51.000
Otros activos financieros		148.451	200.476
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		393.174	306.824
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	9	2.335.897	2.457.931
Tesorería		2.335.897	2.457.931
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>217.904.349</b>	<b>221.203.054</b>

## PATRIMONIO NETO Y PASIVO

	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>34.027.692</b>	<b>37.457.582</b>
<b>FONDOS PROPIOS-</b>	<b>10</b>	<b>33.949.034</b>	<b>37.380.094</b>
Capital		18.676.000	19.635.000
Capital suscrito cooperativo		18.676.000	19.635.000
Reservas		17.188.494	16.706.420
Reservas no distribuibles		16.691.840	16.209.766
Reservas distribuibles		496.654	496.654
Reservas en sociedades consolidadas		53.928	201.473
Reservas en sociedades puestas en equivalencia		35.695	-
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante		(2.005.083)	837.201
Pérdidas y ganancias consolidadas		(2.005.083)	837.201
<b>SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS-</b>		<b>78.658</b>	<b>77.488</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos		78.658	77.488
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>40.475.521</b>	<b>37.840.825</b>
Provisiones a largo plazo		269.844	677.226
Otras provisiones		269.844	677.226
Deudas a largo plazo	13	22.542.812	19.605.353
Deudas con entidades de crédito		22.318.430	19.409.526
Otros pasivos financieros		224.382	195.827
Deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	13	17.198.196	17.029.867
Pasivos por impuesto diferido	14	464.669	528.379
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>143.401.136</b>	<b>145.904.647</b>
Provisiones a corto plazo		1.328.589	4.032
Fondo de formación y sostenibilidad	12	26.788	83.070
Deudas a corto plazo	13	30.621.611	32.032.192
Deudas con entidades de crédito		30.204.189	31.555.013
Acreedores por arrendamiento financiero		-	40.880
Otros pasivos financieros		417.422	436.299
Deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante	13	8.691.106	8.750.764
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		102.733.042	105.018.066
Proveedores		90.190.211	91.199.551
Proveedores sociedades puestas en equivalencia		939	407.143
Acreedores varios	13	8.283.487	9.967.185
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		424.403	350.362
Pasivos por impuesto corriente		44.712	146.376
Otras deudas con las Administraciones Públicas	14	3.602.407	2.803.409
Anticipos de clientes		186.883	144.040
Periodificaciones a corto plazo		-	16.523
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>217.904.349</b>	<b>221.203.054</b>

Las notas 1 a 19 descritas en la memoria adjunta forman parte integrante del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2019.

# CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2019 (EUROS)

OPERACIONES CONTINUADAS	NOTAS DE LA MEMORIA	2019	2018
Importe neto de la cifra de negocios	15	545.445.183	534.079.884
Ventas		520.808.880	510.720.136
Prestación de servicios		24.636.303	23.359.748
Trabajos realizados por la empresa para su activo		44.000	31.058
Aprovisionamientos		(469.998.195)	(461.955.048)
Consumo de mercaderías		(528.602.739)	(520.087.442)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	15	(472.886)	(475.377)
Ingresos por descuentos de proveedores	15	59.455.191	58.986.223
Trabajos realizados por otras empresas		(377.761)	(378.452)
Otros ingresos de explotación		3.245.260	4.240.900
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		3.245.260	4.240.900
Gastos de personal		(40.248.088)	(36.884.170)
Sueldos, salarios y asimilados		(32.039.370)	(28.831.200)
Cargas sociales	15	(8.208.718)	(8.052.970)
Otros gastos de explotación		(35.988.875)	(34.778.924)
Servicios exteriores	15	(34.964.686)	(33.912.858)
Tributos		(557.177)	(529.795)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(467.012)	(336.271)
Amortización del inmovilizado		(6.293.863)	(5.722.923)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras		38.461	16.126
Excesos de provisiones		400.000	-
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		(22.213)	1.994.457
Resultados por enajenaciones y otros		(22.213)	1.994.457
Fondo de formación y sostenibilidad		(26.788)	(83.070)
Dotación		(26.788)	(83.070)
Otros resultados		(78.141)	(262.680)
Gastos excepcionales		(415.527)	(779.921)
Ingresos excepcionales		337.386	517.241
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>		<b>(3.483.259)</b>	<b>675.610</b>
Ingresos financieros	15	1.949.582	1.836.772
De participaciones en instrumentos de patrimonio		8.272	5.592
De valores negociables y otros instrumentos financieros		1.941.310	1.831.180
Gastos financieros	15	(750.968)	(764.845)
Por deudas con socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante		(59.439)	(100.407)
Por deudas con terceros		(691.529)	(664.438)
Variación de valor razonable en instrumentos financieros		-	(532.122)
Diferencias de cambio		-	(203)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		-	143.213
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>		<b>1.198.614</b>	<b>682.815</b>
Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia		-	35.695
<b>RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(2.284.645)</b>	<b>1.394.120</b>
Impuesto sobre beneficios	14	279.562	(556.919)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>		<b>(2.005.083)</b>	<b>837.201</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>		<b>(2.005.083)</b>	<b>837.201</b>
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		(2.005.083)	837.201
Resultado atribuido a los socios externos		-	-

Las notas 1 a 19 descritas en la memoria adjunta forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada correspondiente al ejercicio 2019.

## 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 2019, 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 2019, 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.

### Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre estas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

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

D. Fernando Francisco Bailón Colmenero, actuando en nombre y representación de la sociedad HERBAICOL, S.L., D. Juan de Dios Ruiz Chiroso, 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 2019, 2020 y 2021, en la Asamblea General de Socios Ordinaria celebrada el 9 de Junio de 2019, 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 2019, 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 1 de Octubre de 2020.



D. Fernando Francisco Bailón Colmenero  
HERBAICOL, S.L.



D. Juan de Dios Ruiz Chiroso



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

## **INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE COVIRAN SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA y SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL EJERCICIO 2019**

A los socios de Coviran Sociedad Cooperativa Andaluza:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019, de Coviran Sociedad Cooperativa Andaluza y Sociedades Dependientes (en adelante Grupo Coviran o Grupo) que forma parte del Informe de Gestión adjunto del Grupo.

### **Responsabilidad de los Administradores**

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión del Grupo Coviran, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de la cooperativa. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla Indicadores GRI incluida en el EINF adjunto.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Grupo Coviran son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

### **Nuestra independencia y control de calidad**

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.





## **CAPÍTULO 8**

# *ANEXO: TABLAS Y CRITERIOS GRI PAGINADOS*

---

# Principios que rigen la calidad Del informe

*Agradecemos el trabajo y el esfuerzo de todos los que han hecho posible el desarrollo de esta memoria Covirán ejercicio 2019*

La memoria del ejercicio 2019 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 2019. 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 basada en los indicadores **GRI Standars**, que da mucha más importancia a los enfoques de gestión y se ha completado por segunda vez el **análisis de la materialidad**, realizándose encuestaciones 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 firmado en 2019 su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas y en el presente documento se destacan aquellas acciones y actividades orientadas hacia la sostenibilidad y enmarcadas en estos Objetivos.



# Índice con todos los indicadores GRI recogidos, y página

## CONTENIDOS GENERALES 2019

### 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 las 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 estándar 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 2019

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 2019

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 2019

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	141, 144 a 147

## Anticorrupción 2019

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 2019

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.

## Material es 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	133, 157

## Libertad de asociación y negociación colectiva 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 2019

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No material

## Evaluación de derechos humanos 2019

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 2019

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 2019

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 afectan a los proveedores de la marca propia de Covirán.

## Política pública 2019

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No material

## Salud y seguridad de los clientes 2019

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 2019

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 2019

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 2019

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 432 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**